

EUROPEAN INSTITUTE OF FURTHER EDUCATION
LESY UKRAINIAN VOLYN NATIONAL UNIVERSITY
NGO «INSTITUTE OF ECONOMIC, ECOLOGICAL AND ENERGY RESEARCH»

**SOCIALLY COMPETENT MANAGEMENT OF CORPORATIONS IN BEHAVIORAL
CONDITIONS ECONOMICS**

Collection of scientific papers

Chapter II

Podhájska - 2021

In 69

Recommended for printing by the scientific and technical NGO «Institute of Economic and Ecological and Energy Research (Minutes № 3 of 16.012.2021)».

Reviewers:

Chorny Roman - Doctor of Economics, Professor, Director of the Novovolynsk Educational and Scientific Institute of Management, Professor of the Department of Fundamental and Special Disciplines of the Western Ukrainian National University

Lyashenko Olena - Doctor of Economics, Professor, Vice-Rector for Scientific and Pedagogical Work and Quality Assurance in Higher Education of Lutsk National Technical University

Socially competent management of corporations in a behavioral economy: *Collection of scientific papers* / resp. ed Konstantin Pavlov, Elena Pavlova, Ludmila Shostak, Tatiana Bukoros, Josef Zyatko, 2021. European institute of further education, Podhájska, 2021. - 305 p., Chapter II.

ISBN 978-80-89926-17-6

The collection of scientific papers presents abstracts at the International Scientific and Practical Conference "Socially Competent Corporate Governance in Behavioral Economics", November 24-25, 2021. They reflect the theoretical foundations, prospects for ensuring the efficiency of economic entities, prospects for corporate development in neo-industrial development. economy.

UDC 334.78.005.35 (082)

© European institute of further education, 2021
© Lesy Ukrainian Volyn National University, 2021
© Konstantin Pavlov, Elena Pavlova,
Ludmila Shostak, Tatiana Bukoros,

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ IV. Обліково-аналітичні процедури та аудит розвитку підприємств

Андрушко Р., Якимлюк А. ДОЦІЛЬНІСТЬ ІНТЕГРАЦІЇ В ЄВРОПЕЙСКУ СИСТЕМУ МАЛОГО БІЗНЕСУ: ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ ТА ОПОДАТКУВАННЯ	12
Антонюк О., Зінкевич О., Дерманська М. РОЗВИТОК ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ МАЛИХ ТА МІКРОПІДПРИЄМСТВ: ІСТОРИЧНИЙ АСПЕКТ	14
Гебура О., Іщук І. УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНИХ ПІДХОДІВ ДО ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІНСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	16
Годнюк І. СУЧАСНИЙ СТАН ТА РЕФОРМУВАННЯ ПОДАТКОВОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ	17
Добровольська Е. ОЦІНКА СКЛАДУ І СТРУКТУРИ НЕМАТЕРІАЛЬНИХ РЕСУРСІВ ХМЕЛЬНИЦЬКОЇ ОБЛАСТІ	19
Кондратюк О., Мезгіш Т. СУЧАСНІ ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ТА ЇХ ВПЛИВ НА СИСТЕМУ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ	21
Корженівська Н., Беспалий І. ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНА СКЛАДОВА У ПОСИЛЕННІ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ТОВАРОВИРОБНИКІВ	22
Костюченко В. РОЛЬ БУХГАЛТЕРА В СОЦІАЛЬНО-КОМПЕТЕНТНОМУ УПРАВЛІННІ КОРПОРАЦІЄЮ	24
Костюченко В., Петрук І. ВИТРАТИ ЗА МІЖНАРОДНИМИ СТАНДАРТАМИ	25
Краєвський В., Костенко О. ОСНОВИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА	27
Кузнецова Т., Петрук І., Петрук В. ЗАСТОСУВАННЯ СТАТИСТИЧНИХ МЕТОДІВ ПРИ ПЛАНУВАННІ ПОГАШЕННЯ ДОВГОТЕРМІНОВИХ БОРГІВ У ПІДПРИЄМНИЦТВІ	28
Кузуб М., Андріяш А. ОБЛІК ЕЛЕКТРОННИХ ГРОШЕЙ: ПРОБЛЕМИ ТА НЕДОЛІКИ	30
Кушнір Н., Царук Д. ФІНАНСОВИЙ КОНТРОЛІНГ У СИСТЕМІ МОНІТОРИНГУ ВИРОБНИЧИХ ВИТРАТ МОЛОКОПЕРЕРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ	31
Мельник К., Веремчук Д. ІТ-АУДИТ – ЯК ПРІОРИТЕТНИЙ НАПРЯМ ВНУТРІШНЬОГО КОНТРОЛЮ	33
Мельянова Л., Щербатюк Я. РЕЄСТРАЦІЯ ПОДАТКОВИХ НАКЛАДНИХ В ЕЛЕКТРОННОМУ КАБІНЕТІ ПЛАТНИКА, ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ	35
Мокієнко Т., Лимар Д., Шершова В. ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ АВТОМАТИЗАЦІЇ ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНИХ ПРОЦЕСІВ ПІДПРИЄМСТВ	36
Мокринська З., Кирик Н. КРЕАТИВНИЙ ОБЛІК: АКТУАЛЬНІ АСПЕКТИ	38
Молявін М. АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ОБЛІКУ ВИТРАТ ОПЕРАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЕЛЕКТРОЕНЕРГЕТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА	39
Музичук М. ЗАСТОСУВАННЯ ПРИНЦИПУ ПРЕВАЛЮВАННЯ СУТНОСТІ НАД ФОРМОЮ У ТРАНСФЕРНОМУ ЦІНОУТВОРЕННІ	41
Назаркевич І., Мучичко К. ФУНКЦІОНУВАННЯ СПРОЩЕНОЇ СИСТЕМИ ОПОДАТКУВАННЯ, ОБЛІКУ ТА ЗВІТНОСТІ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ СТАНОВЛЕННЯ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ	43
Найдьонова Н., Промська В. ПРАВОВИЙ СТАТУС КРИПТОВАЛЮТИ ТА ЇЇ ОБЛІК В УКРАЇНІ	44

Овсюк Н., Боровик І. ПОРЯДОК ФОРМУВАННЯ ФОНДУ ОПЛАТИ ПРАЦІ НА ПІДПРИЄМСТВІ	46
Овчарик Р., Білозор Л. АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ АРМ «ПРИЙМАЛЬНА КОМІСІЯ»	47
Орехова А., Ольховик В. ПИТАННЯ ВДОСКОНАЛЕННЯ ФІНСОВОГО КОНТРОЛЮ ДІЯЛЬНОСТІ БЮДЖЕТНИХ УСТАНОВ	49
Павелко О., Кучер Ю. ОБЛІКОВІ НОМЕНКЛАТУРИ ТА ЇХ ЗНАЧЕННЯ В ОРГАНІЗАЦІЇ ОБЛІКУ	50
Подлужна Н., Шинкаренко А. МЕТОДИЧНЕ ОБГРУНТУВАННЯ ОБЛІКУ МАЛОЦІННИХ ТА ШВИДКОЗНОШУВАЛЬНИХ ПРЕДМЕТІВ БЮДЖЕТНИХ УСТАНОВ	52
Пристемський О., Пашинний А. ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗРАХУНКІВ З ПОКУПЦЯМИ ТА ЗАМОВНИКАМИ НА ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ	53
Попко Є. ДЕРЖАВНІ ДИВІДЕНДИ ДЕРЖПІДПРИЄМСТВ: ОБЛІК ТА ЗАКОНОДАВЧІ ОСОБЛИВОСТІ	55
Порсюрлова І. АУДИТОРСЬКІ ПРОЦЕДУРИ ВИЯВЛЕННЯ ПОРУШЕНЬ ПРИ ПРОВЕДЕННІ ПЕРЕВІРКИ ОПЕРАЦІЙ З ЦІННИМИ ПАПЕРАМИ	57
Райковська І. ВИКЛАДАННЯ ДИСЦИПЛІНИ “ОРГАНІЗАЦІЯ І МЕТОДИКА АУДИТУ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ” ЗА ДИСТАНЦІЙНОЇ ФОРМИ НАВЧАННЯ	58
Руденко О., Чередіна В. ПЕРЕДУМОВИ ДЛЯ ЕФЕКТИВНОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ ОБЛІКУ ГРОШОВИХ КОШТІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ	60
Стащук О., Чабан І. РОЗВИТОК БІТКОЇНУ	62
Стемковська І. ДО ПИТАННЯ УДОСКОНАЛЕННЯ ОБЛІКУ ПРАЦІ ТА ЇЇ ОПЛАТИ У СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОМУ ПІДПРИЄМСТВІ	63
Тимчук С., Нецадим Л. АНАЛІТИЧНИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТІВ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ	65
Тютюнник Ю., Тютюнник С. ЕТАПИ АНАЛІЗУ ДЕБІТОРСЬКОЇ ЗАБОРГОВАНOSTІ ЗА НЕТОВАРНИМИ ОПЕРАЦІЯМИ	66
Фесенко А. ВПРОВАДЖЕННЯ ІНТЕГРОВАНОГО ЗВІТУВАННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ	68
Цвек О. РОЛЬ ВНУТРІШНЬОГО КОНТРОЛЮ В ІНФОРМАЦІЙНОМУ ЗАБЕЗПЕЧЕННІ УПРАВЛІННЯ ТОВАРНИМИ ЗАПАСАМИ	69
Черненко К. СУЧАСНІ ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ	71
Шушакова І., Деревянко Ю. ТЕХНОЛОГІЇ «ХМАРНОГО» ОБЛІКУ ТА ЇХ ВИКОРИСТАННЯ У БУХГАЛТЕРСЬКОМУ АУТСОРСИНГУ	72

СЕКЦІЯ V. Сучасні реалії та тенденції розвитку корпорацій в умовах поведінкової економіки

Акмен В., Сорокіна С., Більчук О. ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВ І КОРПОРАЦІЙ У ГАЛУЗІ З ВИРОБНИЦТВА КОСМЕТИЧНИХ ТОВАРІВ	75
Андрієвська Є. СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ БІЗНЕСУ	76
Андросова Т., Кулініч О. УКРАЇНА В ПРОЦЕСАХ ТРАНСНАЦІОНАЛІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ	78

Бабченко Ю., Князева О. УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ В УМОВАХ ОБМЕЖЕНЬ	79
Бегун С., Лопачук Я. ВПЛИВ ПАНДЕМІЇ COVID-19 НА СТАН ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ	81
Богашко О. РОЗВИТОК ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ – ДЖЕРЕЛО СТРАТЕГІЧНИХ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ СУЧАСНИХ КОРПОРАЦІЙ	83
Бортнік С. РОЛЬ БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ ТА КОНТРОЛІНГУ В ЗАБЕЗПЕЧЕННІ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА	84
Волинець І., Гергель К. ОСОБЛИВОСТІ ВЕДЕННЯ МАЛОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ КАРАНТИНУ	86
Данилюк Т., Кордик О. ПРИКЛАДНІ АСПЕКТИ КОНЦЕПЦІЙ МАРКЕТИНГУ	88
Дибчук Л., Головчук Ю. СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО МАРКЕТИНГОВОЇ ЦІНОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА	90
Живко З., Стадник М., Скупейко О.В. СТАНОВЛЕННЯ ІНДУСТРІЇ 4.0 В УМОВАХ ПОВЕДІНКОВОЇ ЕКОНОМІКИ	91
Зарецька Л., Ільченко М. ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ	93
Zat'ko J., Plavcan P., Mex H. ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ МАЛОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ	95
Ізмайлова К., Беленкова О., Срібний В. ФІНАНСОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ БУДІВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ	96
Каламан О., Мандрикін Д. СТРАТЕГІЯ УПРАВЛІННЯ БРЕНДОМ: ПОЗИЦІОНУВАННЯ В СУЧАСНИХ УМОВАХ	98
Калетник О. ПРІОРІТЕТНІ НАПРЯМКИ ПОДАТКОВОГО СТИМУЛЮВАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ	100
Кеşу М., Остапчук І. СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ЦІНОУТВОРЕННЯ	101
Кривов'язюк І. РОЗВИТОК ІННОВАЦІЙНОСТІ МІЖНАРОДНИХ І ВІТЧИЗНЯНИХ КОРПОРАЦІЙ ТА СУЧАСНА ПОВЕДІНКОВА ЕКОНОМІКА	103
Кужавський М. ПЕРЕДУМОВИ І ПЕРСПЕКТИВИ ФОРМУВАННЯ ПОРТФЕЛЮ БІЗНЕС-СТРАТЕГІЙ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ЗАЛІЗНИЧНОГО ТРАНСПОРТУ	105
Ланченко Є., Горенко О., Юдицька М. СТАН ВИКОРИСТАННЯ ТРУДОВИХ РЕСУРСІВ У ФЕРМЕРСЬКИХ ГОСПОДАРСТВАХ	106
Ліпич Л., Хілуха О., Кушнір М. СТАЛІЙ РОЗВИТОК ЕКО ТУРИЗМУ	108
Лялюк А., Березюк А. ІННОВАЦІЙНИЙ МАРКЕТИНГ В ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ	109
Matúšová S., Руднік Т. ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ЦИВІЛІЗОВАНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ	111
Миколайчук І., Ситниченко А. ЗАЛУЧЕНІСТЬ ЯК ФАКТОР МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВІ	112
Милько І., Ляміна Ю. РОЗВИТОК СУЧАСНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В УКРАЇНІ	114
Мироненко М. МОРАЛЬНЕ ЗАОХОЧЕННЯ ПРАЦІВНИКІВ В УМОВАХ НАУКОВО-ДОСЛІДНОГО ПІДПРИЄМСТВА ДЕРЖАВНОЇ ФОРМИ ВЛАСНОСТІ	116

Мохнюк А.,Хамуда Ю. РОЗВИТОК ВІТЧИЗНЯНОГО РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ	117
Нежива М., ЕМОЦІЇ І ПРИЙНЯТТЯ РІШЕНЬ ЕКОНОМІЧНИМИ СУБ'ЄКТАМИ	119
Обруч Г. СИСТЕМАТИЗАЦІЯ ДИСБАЛАНСІВ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ЗАЛІЗНИЧНОГО ТРАНСПОРТУ В УМОВАХ ТРАНСФОРМАЦІЇ СВІТОВИХ ТРЕНДІВ ЗРОСТАННЯ ГАЛУЗІ	120
Орлов В., Слободянюк О. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВ	122
Павлов К., Павлова О. Пукля Ю., Паламарчук Х. REGULATORY REGULATION OF THE ORGANIZATION OF CULTURAL AND CREATIVE INDUSTRIES IN UKRAINE	123
Павлова О., Павлов К., Новосад О., Зубрицька А. REGULATORY ENVIRONMENTAL APPLICATION OF ALTERNATIVE SOURCES OF ENERGY IN UKRAINE	125
Пашкевич М., Лі Гуаньнань ОБГРУНТУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ БІЗНЕСУ ДЛЯ ДОСЯГНЕННЯ ГЛОБАЛЬНИХ ЦІЛЕЙ СТАЛОГО РОЗВИТКУ НА ОСНОВІ ПОЛОЖЕНЬ ПОВЕДІНКОВОЇ ЕКОНОМІКИ	127
Підкамінний І., Шудра К. ПРОАКТИВНІ СТРАТЕГІЇ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ФАРМАЦЕВТИЧНИХ І БІОТЕХНОЛОГІЧНИХ КОМПАНІЙ	129
Полянська К. СУТНІСТЬ І ЗНАЧЕННЯ РИТОРИКИ В ЕТИЧНОМУ ДІЛОВОМУ СПІЛКУВАННІ	130
Сак Т. СТАРТАП ЯК ФОРМА РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВ	131
Самодай В., Зеленська А. ОСОБЛИВОСТІ НАДАННЯ ПОСЛУГ КЕЙТЕРИНГУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ	133
Самолук Н., ПРОБЛЕМИ ІНСТИТУАЛІЗАЦІЇ СТОРОНИ РОБОТОДАВЦІВ В УКРАЇНІ	134
Skibniewski M. J., Терещенко Е., НАСЛІДКИ РЕАЛІЗАЦІЇ ТОВАРНИХ СТРАТЕГІЙ У ВІТЧИЗНЯНОМ БІЗНЕСІ	136
Скоробогатова Н., Кухар Л. ІНФОРМАЦІЙНА БЕЗПЕКА ЯК СКЛАДОВА ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА	138
Скороход І., Скороход Д. РОЛЬ СТАЛОГО МАРКЕТИНГУ В ПРОСУВАННІ ОРГАНІЧНИХ ПРОДУКТІВ НА ЄВРОПЕЙСЬКОМУ РИНКУ	139
Соболевська О. ВДОСКОНАЛЕННЯ СТРУКТУРИ ДЖЕРЕЛ ДОХОДІВ МИСЛИВСЬКИХ ГОСПОДАРСТВ	141
Стеценко С., Артюх С., Вільхівський Ю. ЕКОЛОГІЧНЕ, ЕКОНОМІЧНЕ І СОЦІАЛЬНЕ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ БУДІВЕЛЬНОГО СЕКТОРУ	142
Тимошенко В.ВПЛИВ ПОВЕДІНКОВОЇ ЕКОНОМІКИ НА РИНОК ПРАЦІ	144
Тихончук Л.Х., Цехмейструк Д.О. КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА В ПРАВООХОРОННИХ ОРГАНАХ, СУДОВІЙ СИСТЕМІ ТА ЗБРОЙНИХ СИЛАХ. ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ	146
Томащук О., Терпіль Д. АКТУАЛЬНІСТЬ АНТИКРИЗОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В МОВАХ ПАНДЕМІЇ	148
Трохлюк Т., Скрипчук В. ЕКСПОРТНО-ІМПОРТНІ ОПЕРАЦІЇ УКРАЇНИ: СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ	149

Уманська Ю. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ КОМУНІКАТИВНИХ СТРАТЕГІЙ В УКРАЇНСЬКОМОВНОМУ ТА АНГЛІЙСЬКОМОВНОМУ ДИСКУРСІ СОЦМЕРЕЖ	151
Fabus M., Збожинський М. ПЕРСПЕКТИВИ ІНВЕСТИЦІЙНОГО РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ	153
Федонюк А., Більо І., Проточук Я. ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ БІЗНЕСУ: СТРУКТУРА І ОЗНАКИ	154
Фроленкова Н., Євгейчук А. ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЯГІДНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ В СУЧАСНИХ УМОВАХ	156
Хамська Н. КОМУНІКАЦІЙНА ПОЛІТИКА ПІДПРИЄМСТВА, ЯК АСПЕКТ СОЦІАЛЬНОЇ ВЗАЄМОДІЇ	157
Ціханенка Т., Мароз В. ІНАВАЦІЙНАЄ ЛІДЕРСТВА	159
Чопко Н., Маруніч К. ВПЛИВ ТРАНСНАЦІОНАЛЬНИХ КОРПОРАЦІЙ НА ЕКОНОМІКУ УКРАЇНИ	160
Shevtsova S., Shevtsov O., Mospan A. PROBLEMS OF THE DEVELOPMENT OF INNOVATIVE POTENTIAL OF THE CORPORATE SECTOR OF UKRAINIAN ECONOMY	162
Шостак Л., Джигалюк А. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІНТЕРНЕТ-РЕКЛАМИ В УКРАЇНІ	163
Щербина В. УПРАВЛІННЯ ЛОГІСТИЧНИМИ ПРОЦЕСАМИ В ТОРГІВЛІ	164
Ющак А., Новосад Д., Дикун Я., Булевич І. REGULATORY AND LEGAL SUPPORT OF THE RESIDENTIAL REAL ESTATE MARKET OF THE WESTERN REGION	166
Ющишина Л., Шевчук Я. ВПЛИВ ПАНДЕМІЇ НА РОЗВИТОК ОНЛАЙН-БІЗНЕСУ	167

СЕКЦІЯ VI. Соціальна відповідальність бізнесу та корпоративна культура

Безтелесна Л., Кашицька Д. СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНИЙ РОЗВИТОК ФІНТЕС ІНДУСТРІЇ В УКРАЇНІ	170
Безтелесна Л., Хомич В. РОЗВИТОК СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ВІТЧИЗНЯНОГО ІТ-БІЗНЕСУ	172
Букорос Т., Михайлова К. ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ФІНАНСОВОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ СІЛЬСЬКОЇ МІСЦЕВОСТІ	174
Венцурик А. КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ: УКРАЇНСЬКИЙ АСПЕКТ В СУЧАСНИХ УМОВАХ ПАНДЕМІЇ	176
Завадських Г. ПРО ВІДМІННОСТІ МІЖ СОЦІАЛЬНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ БІЗНЕСУ І СОЦІАЛЬНИМ ПІДПРИЄМНИЦТВОМ	178
Завидівська О., Щоколова Є. ВПЛИВ COVID-19 НА СОЦІАЛЬНИЙ ПАКЕТ ПРАЦІВНИКА	179
Захарова О., Худєєва К. СТРАТЕГІЇ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ	181
Збиранник О. МОЗКОВИЙ ІШТУРМ В БІЗНЕСІ ЯК НЕОБХІДНІСТЬ БОРОТЬБИ ЗА ПОКУПЦЯ	182
Лопушинська О., Логінська І. СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ЕЛЕМЕНТ ЕФЕКТИВНОГО КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ: ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ	184
Матюк Л., Бартошик А. СОЦІАЛЬНЕ УПРАВЛІННЯ КОРПОРАЦІЯМИ	185

Матюк Л., Бартошик Б. СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ ТА КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА	187
Матюк Л., Романюк Н. СТВОРЕННЯ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ	188
Миколайчук І., Антонюк І. СИНЕРГІЯ КОМУНІКАЦІЙНОЇ ВЗАЄМОДІЇ HR ТА PR-ФАХІВЦІВ	190
Мисик В. САМОМОТИВАЦІЯ ЯК НЕВІД'ЄМНИЙ ЕЛЕМЕНТ ДИСТАНЦІЙНОГО РОБОЧОГО ПРОЦЕСУ ІВЕНТ-МЕНЕДЖЕРА	191
Момот С. ЕТАПИ СТАНОВЛЕННЯ ТА РОЗВИТКУ КОНЦЕПЦІЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ	193
Панькова О., Касперович О. ПЛАТФОРМА СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНОГО ПАРТНЕРСТВА (СВП) ЯК ПОТУЖНИЙ РЕСУРС ОНОВЛЕННЯ СИСТЕМИ СОЦІАЛЬНОГО ДІАЛОГУ	194
Підкамінний І., Харченко Ю. СИНЕРГЕТИЧНИЙ ВПЛИВ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ТА КУЛЬТУРИ НА ПІДПРИЄМСТВА ТА СУСПІЛЬСТВО	196
Поворознюк І. ЗНАЧЕННЯ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ ДЛЯ ПІДПРИЄМСТВ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ	198
Подлевська О., Подлевський А. ВИДИ ТА КЛАСИФІКАЦІЯ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ	200
Попко О., Смілянець А. ІДЕНТИФІКАЦІЯ ОСОБЛИВОСТЕЙ ФОРМУВАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ НА ПІДПРИЄМСТВІ	202
Попрозман О., Щур Я. КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ	204
Ревко Т. СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ В ПОВЕДІНКОВІЙ ЕКОНОМІЦІ	205
Савіцька О., Савіцька Н., Щур О. УПРАВЛІННЯ ПРОЦЕСОМ ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ КОНКУРЕНЦІЇ	207
Стахів О., Заводний Я. ЖІНОЧЕ СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО ЯК ДАННІСТЬ СЬОГОДЕННЯ	208
Стрільчук Р., Шелест В. ВПЛИВ ПАНДЕМІЇ НА РИНОК ПРАЦІ УКРАЇНИ	210
Сур'як А., Михалюк В. КАРАНТИННИЙ УДАР ПО НАСЕЛЕННЮ	211
Тарасюк А., Уханова А. КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА ПІДПРИЄМСТВ В СУЧАСНИХ УМОВАХ	213
Федорчук Н. КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ В УМОВАХ КОРОНАКРИЗИ	214
Федуняк І. КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ У СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ	216
Харчук Т., Крутоголова Ю. СПОРТИВНІ ЗАХОДИ ЯК ЕЛЕМЕНТ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ	217
Шевчук І., Козик А. РОЛЬ ГЕНДЕРНОГО АУДИТУ У РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ	218
Шевчун М. СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ, ЯК СКЛАДОВА ПРОЦЕСУ УПРАВЛІННЯ СУЧАСНИМ ПІДПРИЄМСТВОМ В УМОВАХ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІК	220
Юрчик Г., Царук В. ОФШОРИЗАЦІЯ БІЗНЕСУ ЯК АНТАГОНІЗМ ЙОГО СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ	221

СЕКЦІЯ VII. Сучасні тенденції публічного управління, адміністрування й інформаційного розвитку

Alekseyenko L., Tulai O. MODERN VECTORS OF REFORING FINANCE MANAGEMENT IN CONDITIONS OF EUROPEAN INTEGRATION	224
Алексееенко М. ФІНАНСОВИЙ СЕКТОР: СТРАТЕГІЧНИЙ РОЗВИТОК ТА УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЯМИ	225
Антонова С., Кирушок А. ДЕЯКІ АСПЕКТИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МОЛОДІ ЖИТЛОМ	227
Балджи М., Бондар К., Маснюк Д. НАУКОВО-ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ СТАНОВЛЕННЯ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ	228
Бараноўская А. КАНТРОЛІНГ: ПЕРАВАГІ І НЕДАХОПЫ	229
Баценко Л., Глух А. СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ АДМІНІСТРАТИВНО-ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ	231
Баценко Л., Шевченко Л. МОТИВУВАННЯ ПРАЦІВНИКІВ АПАРАТУ УПРАВЛІННЯ	233
Безтелесна Л., Тіткова І. УПРАВЛІННЯ КАДРОВИМ ПОТЕНЦІЛОМ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД: ДОЦІЛЬНІСТЬ І НЕОБХІДНІСТЬ	234
Березівський Я. ІНСТИТУЦІЙНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ТЕХНОЛОГІЧНОЮ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ НАЦІОНАЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА	236
Бондар Т. ГЛАБАЛЬНІЯ ВІКЛИКІ СУЧАСНАГА СВЕТУ І ІХ УПЛЫЎ НА ФІНАНСЫ ДЗЯРЖАВЫ	238
Васьківська К., Романюк М. ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ В УКРАЇНІ	239
Герасименко О. ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ НАДАННЯ АДМІНІСТРАТИВНИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ	241
Герасимів З. СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ	242
Гринявський С. НЕОБХІДНІСТЬ ІНСТИТУЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ	244
Громоздова Л., Ілляшенко І. ПОТЕНЦІАЛ ЕТНОГРАФІЧНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ	245
Довгєнко Я. ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ГЛОБАЛЬНОЇ ПРОДОВОЛЬЧОЇ БЕЗПЕКИ ТА МІСЦЕ УКРАЇНИ В ЇЇ ДОСЯГНЕННІ	246
Каличева Н. ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ ЯК ІМПЕРАТИВ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ СТРУКТУР	247
Калінін А., Поліщук М. МОТИВАЦІЙНІ ТЕНДЕНЦІЇ МЕДИЧНИХ ПРАЦІВНИКІВ В УКРАЇНІ	249
Kapiton A., Kaluga A. IMPLEMENTATION OF ERP SYSTEMS	250
Карпич А. ГЕНДЕРНО ОРІЄНТОВАНЕ БЮДЖЕТУВАННЯ ДЛЯ НАЛЕЖНОГО ВРЯДУВАННЯ В УКРАЇНІ	252
Кузуб М., Андріяш А. ОБЛІК ЕЛЕКТРОННИХ ГРОШЕЙ: ПРОБЛЕМИ ТА НЕДОЛІКИ	254

Кузуб М., Донських К. УПРАВЛІННЯ АМОРТИЗАЦІЄЮ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ	10 255
Кузуб М., Пучок М. ІНВЕНТАРИЗАЦІЯ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВА	257
Кулініч О., Гребенюк Я. ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ МИТНОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ В СУЧАСНИХ УМОВАХ	259
Левицький В. СИСТЕМА СТРУКТУРНО-ФУНКЦІОНАЛЬНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОЦЕСУ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ	260
Макаренко С., Олійник Н., Топчій А. СУЧАСНІ МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ РІВНЯ РОЗВИТКУ КОМУНАЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ У МЕЖАХ ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ ГРОМАДИ	262
Мартинюк Г. ДО ПРОБЛЕМИ ЗАЛУЧЕННЯ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТИЦІЙ В УКРАЇНІ	264
Махортов Ю., Громоздова Л. ТУРИЗМ ЯК ВАГОМА СКЛАДОВА НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ	265
Мацука В., Сорока Ю. ТЕРИТОРІАЛЬНА ГРОМАДА ЯК БАЗОВА ЛАНКА МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ В ПУБЛІЧНОМУ УПРАВЛІННІ	267
Мілько Д., Педченко Г. СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ПІДГОТОВКИ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ В УМОВАХ ІНФОРМАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ	268
Олієвська М. ОСОБЛИВОСТІ ВИЗНАЧЕННЯ ТРУДОМІСТКОСТІ РОБІТ З РОЗРОБКИ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ КОНТЕНТУ В ІНФОРМАЦІЙНОМУ ПРОСТОРИ УКРАЇНИ	270
Писаренко Н. ФОРМУВАННЯ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ ГАРАНТУВАННЯ ПРОДОВОЛЬЧОЇ БЕЗПЕКИ	271
Підкамінний І., Кондрашина Н. МЕТОДИ ПОДОЛАННЯ ОПОРУ НОВОВЕДЕННЯМ НА ПІДПРИЄМСТВАХ	273
Руссян О. РИНОК ПРАЦІ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ В УМОВАХ РОЗВИТКУ «ІНДУСТРІЇ 4.0»	274
Saeovich R. CURRENT TRENDS IN PUBLIC ADMINISTRATION	276
Свирида О., Коркушко О. ЕЛЕКТРОННІ ТРУДОВІ КНИЖКИ ВІД ВПРОВАДЖЕННЯ ДО ЗАСТОСУВАННЯ	277
Соловей І. НОРМАТИВНО-ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ	280
Табачук А. РОЗВИТОК ЕЛЕКТРОННОГО УРЯДУВАННЯ ТА ЕЛЕКТРОННОЇ ДЕМОКРАТІЇ В УКРАЇНІ	281
Тихончук Л., Данилюк А. АНАЛІЗ СИСТЕМИ БАНКРУТСТВА ДЕРЖАВНИХ УСТАНОВ В УКРАЇНІ	283
Федоренко Н., Панфілова Я. ПРІОРИТЕТНІ НАПРЯМИ ЦИФРОВІЗАЦІЇ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ	285
Фроленкова Н., Миронюк І. КОНТЕНТ-МЕНЕДЖМЕНТ ЯК ЕЛЕМЕНТ ІНФОРМАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ СУЧАСНИХ ОРГАНІЗАЦІЙ	287
Хумарова Н., Ніколайчук Т. ЦИФРОВІ ІНСТРУМЕНТИ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ ВРАЖЕНЬ, ЯК ВЕКТОР СУЧАСНОЇ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	288
Шеломовська О. МОДЕЛІ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ЗАГАЛЬНОЮ СЕРЕДНЬОЮ ОСВІТОЮ В ЄВРОПЕЙСЬКИХ КРАЇНАХ	290
Якимчук А., Боднарська А. УДОСКОНАЛЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПРЕС-СЛУЖБИ ЧЕРЕЗ ОСНОВНІ ФУНКЦІЇ КОМУНІКАЦІЇ	292

Якимчук А., Жакун Ю. ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ В УКРАЇНІ	294
Якимчук А., Кичан А. РОЛЬ ОРГАНІЗАЦІЙ ГРОМАДЯНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА У ТРАНСФОРМАЦІЇ ГАЛУЗІ МЕДИЧНИХ ЗАКУПІВЕЛЬ УКРАЇНИ	296
Якимчук А., Якимчук Ю. НАЦІОНАЛЬНА БЕЗПЕКА ДЕРЖАВИ У КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ СИСТЕМИ ПУБЛІЧНОГО АДМІНІСТРУВАННЯ	298
Яцкевич І. «РОЗУМНІ ФАБРИКИ»: ПЕРСПЕКТИВИ ТА ПРОБЛЕМИ	300

СЕКЦІЯ IV

Обліково-аналітичні процедури та аудитрозвитку підприємств

Андрушко Р.,
к.е.н., доцент кафедри обліку та оподаткування
Якимлюк А.,
студентка 2-го курсу економічного факультету
Львівський національний аграрний університет

ДОЦІЛЬНІСТЬ ІНТЕГРАЦІЇ В ЄВРОПЕЙСКУ СИСТЕМУ МАЛОГО БІЗНЕСУ: ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ ТА ОПОДАТКУВАННЯ

Вступ. Складні суспільно-політичні процеси, які переживає Україна впродовж останніх років, опосередковано впливають на функціонування суб'єктів малого бізнесу. В умовах поглиблення кризових явищ в економіці значна частина малого бізнесу вимушена переглянути подальшу стратегію своєї діяльності.

На сучасному етапі розвиток суб'єктів малого бізнесу має сприяти створенню позитивного іміджу для України і забезпеченню ефективної ринкової економіки з метою її інтеграції в європейську та світову системи.

В республіці Польща створені набагато кращі умови для ведення малого бізнесу ніж в Україні. Тут необхідно затратити менше часу і сил для та ведення обліку та складання бухгалтерської звітності, тощо. Основна перевага, для підприємців Польщі є впровадження онлайн-бухгалтерії, тут зміни в податковому законодавстві відбуваються не так часто, всі нововведення завжди раціональні та обґрунтовані.

Основна частина. Оскільки Польща є членом ЄС, то зареєстровані на її території компанії мають усі можливості вільно торгувати товарами роботами чи послугами не тільки в рамках польського ринку (що становить близько 38 млн. споживачів), а й ринку ЄС загалом (обсяг якого складає близько 550 млн. споживачів).

При купівлі фірми в Польщі можна отримати такі переваги:

- в мінімально короткий термін можна отримати функціонуючу фірму. При цьому відпадає необхідність реєстрації бізнесу в різноманітних державних органах (ресстрах, судах і т. д.). Новому власнику не потрібно знову відкривати банківський рахунок, ідентифікаційні номери в податковій інспекції. Фірма, яку він купує, вже має весь пакет важливих документів, необхідних для нормального її функціонування. Їх не потрібно заново оформляти чи переробляти, що дуже зручно для нового власника;

- після купівлі компанії майже одразу можна починати підприємницьку діяльність, проводити переговори з потенційними партнерами чи покупцями, оформлювати договори чи отримувати замовлення на продаж товарів чи послуг;

- новий власник може безперешкодно отримати кредит на здійснення підприємницької діяльності. Також він може брати участь в тендерах;

- після купівлі компанії можна отримати дозвіл на роботу на території Польщі чи навіть іммігрувати на постійне проживання в цю країну.

При виборі малого бізнесу в Польщі можливим є варіант купівлі франшизи. Це дає змогу будь-якому іноземцю без додаткових труднощів займатися підприємницькою діяльністю. Відтак відпадає необхідність дуже великих початкових капіталовкладень, а кожен покупець отримує підтримку від франчайзера на території Польщі. Але потрібно не забувати, що умови отримання франшиз і її вартість може бути різною. В результаті кожен іноземець після покупки готової

польської компанії отримає немало переваг. Йому не потрібно вкладати кошти для просування бізнесу на ринку, що необхідно після відкриття нової фірми. Новоспечений власник звільняється від обов'язків по закупівлі обладнання чи підбору персоналу, оскільки вони вже присутні у компанії, що функціонує [1].

При реєстрації фірми в Польщі їй надається юридична адреса. Вона повинна відповідати реальному розміщенню компанії. Найчастіше юридична адреса вказує на місцезнаходження робочого офісу, а інколи вона є віртуальною. Також на цю адресу надходитиме кореспонденція фірми, листи від податкової інспекції та інших служб. За відсутності приміщення, можна використати дуже зручну для багатьох підприємців послугу – «віртуальний офіс». Також легко орендувати офісу в будь-якому зручному місці. У відкритті віртуального офісу є багато переваг. Його власник звільняється від пошуку приміщення, яке повинно мати оптимальну вартість і розміщення, від укладання додаткових договорів (купівлі-продажу чи оренди). Зекономлені кошти варто витратити раціонально: на просування компанії на ринку; на купівлю необхідного обладнання; на залучення відповідних спеціалістів. Віртуальний офіс вигідно відкривати, коли власник фірми не планує постійно перебувати в Польщі для ведення підприємницької діяльності. Якщо він лиш інколи відвідує країну для ведення важливих переговорів чи підписання договорів, кращого варіанту не знайти [3].

Якщо проаналізувати міжнародну практику введення бізнесу, то більшість успішних фірм не включають в свій штат фахівця в сфері права. Їм вигідніше залучити спеціальну фірму, яка буде займатися юридичним супроводом на постійній основі або при виникненні потреби.

Власнику фірми також необхідна кваліфікована допомога при введенні обліку та складанні звітності. На території Польщі існують три варіанти організації такого процесу:

- самостійне введення бухгалтерського обліку, що потребує певних знань і навичок. Такий варіант зв'язаний з багатьма ризиками, тому що власник компанії не завжди достатню компетентний у вирішенні важливих питань;
- включення у штат фірми бухгалтера. Цей варіант вигідний для великих підприємств з інтенсивним фінансовим оборотом. Щоб найняти бухгалтера, йому необхідно щомісяця сплачувати заробітну плату і забезпечувати відповідні соціальні гарантії, що передбачає значні видатки;
- бухгалтерський супровід бізнесу компетентними фірмами. Найпростіший і найвигідніший варіант для власників бізнесу в Польщі. Спеціалісти залучених компаній беруть на себе обов'язки по організації бухгалтерського обліку за встановлену плату. Більш як 60% підприємців в Польщі користуються послугами таких фірм [1].

Отже, при замовленні послуг зовнішньої компанії для ведення бухгалтерського обліку і податкового супроводу можна розраховувати на деякі гарантії. Підприємець може не переживати за якість наданих послуг і за появу санкцій в випадку помилок у звітній документації. Таких гарантій він не отримає, якщо найме бухгалтера чи буде все виконувати самостійно.

Кожна компанія може самостійно вибирати тривалість звітного періоду, який складає один місяць чи квартал. Фінансовий рік у Польщі повністю збігається з календарним. Він триває стандартних дванадцять місяців.

Вибір системи оподаткування – це важливе питання, так як коли вона правильно підібрана, то це дає можливість з економити кошти та й чималі [2].

Республіка Польща характеризується одним з найоптимальніших рівнів оподаткування серед інших країн Євросоюзу. До прикладу, податок на прибуток в Польщі становить 19%, у Німеччині – 30%, в Естонії – 21%, в Угорщині – 20,6%. Особливу увагу слід звернути і на ПДВ (VAT), що становить 23% та повертається платнику на рахунок «живими грошима» у визначений законом строк [3].

Ймовірність проведення фіскальними органами перевірок новостворених фірм впродовж перших трьох років діяльності є мінімальною. Виняток може становити випадки, коли щойно створена фірма ініціює повернення значних сум ПДВ (VAT). Юридичні особи звільняються від обов'язку здачі декларації кожного місяця чи кварталу. При цьому існують фінансові зобов'язання щодо сплати авансу до 20 числа кожного наступного звітного періоду.

Висновки та пропозиції. На даний час, польське законодавство дає можливості для створення фірм в короткі строки та без обов'язкового перебування при цьому засновників на

території Польщі. В цьому контексті перспективним напрямком подальшого розвитку для українських компаній є започаткування та ведення малого бізнесу на території Європейського Союзу. Важливим чинником щодо забезпечення розвитку малого бізнесу в Україні є формування сучасної фінансової інфраструктури підтримки підприємництва за європейським зразком.

Список використаних джерел

1. Andrushko R., Myronchuk Z. Features of small business in Poland: accounting and taxation. *Креативність, підприємництво, інновації: управлінські та освітні тренди майбутнього: праці Міжнародної науково практичної конференції (16-17 червня 2021 р.) / за редакцією Ярмош О. В., Дудневої Ю. Е., Нестеренко Р. О. Харків : Видавництво «Точка», 2021. С.7-12. ISBN 978-617-7856-36-7*

2. Андрушко Р.П., Руленко Д.І. Актуальні питання обліку та оподаткування суб'єктів малого підприємництва. *Сучасні проблеми і перспективи розвитку обліку, аналізу та контролю в умовах глобалізації економіки: матеріали. X Міжнар. наук.-практ. конф. (1 грудня 2018 р.) / відп. ред. В.В. Чудовець. Вип. 12. Ч. 1. Луцьк: ІВВ Луцького НТУ, 2018. С.297-300.*

3. Lorem ipsum dolor 1% PODATKU DLA ORGANIZACJI POŻYTKU PUBLICZNEGO (OPP) [Електронний ресурс]

Антонюк О., д.е.н., професор,

Зінкевич О., к.е.н., доцент,

Дерманська М., здобувач вищої освіти першого (бакалаврського) рівня

Національний університет водного господарства

та природокористування, м. Рівне, Україна

РОЗВИТОК ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ МАЛИХ ТА МІКРОПІДПРИЄМСТВ: ІСТОРИЧНИЙ АСПЕКТ

Одним із основних джерел інформації для прийняття управлінських рішень є фінансова звітність підприємства. Фінансова звітність ґрунтується на даних бухгалтерського обліку і дає можливість узагальнити інформацію про стан майна і зобов'язань підприємства, відображає результати його діяльності.

Впродовж 1998-2000 років відбувались зміни у складі та змісті форм звітності підприємств сфери малого бізнесу. До 1998 року форми бухгалтерської (фінансової) звітності в Україні були однаковими для усіх підприємств (крім банків та бюджетних установ). Вперше нові типові форми звітності для малих підприємств, які відрізнялись від раніше застосовуваних, були запроваджені для бухгалтерської звітності 1998 року за назвою «Бухгалтерський звіт малого підприємства». До його складу увійшли Баланс (ф. № 1-м) та Звіт про фінансові результати (ф. № 2-м). Для річного бухгалтерського звіту малого підприємства були передбачені ф. № 1-м, ф. №2-м та ф. № 3-м (Звіт про фінансово-майновий стан підприємства) [1].

Міністерством фінансів України для бухгалтерської звітності малих підприємств у 1999 році були затверджені форми Балансу (ф. № 1-м) та Звіту про фінансові результати (ф. № 2-м) [2]. Суб'єкти підприємницької діяльності, які одержали свідоцтво про сплату єдиного податку кварталний бухгалтерський звіт не подавали, якщо інше не було передбачено установчими документами або рішеннями уповноваженого органу підприємства. Річну бухгалтерську звітність за 1999 рік малі підприємства складали у скороченому обсязі – Баланс, Звіт про фінансові результати.

Звітність для малих підприємств була розроблена на підставі типових форм звітності для інших підприємств, а тому структурних і суттєвих змін вона не зазнала. Був застосований підхід до об'єднання і вилучення окремих статей і розділів існуючих форм звітності.

Крім цього було усунуто розбіжності між «Вказівками про склад та порядок заповнення облікових реєстрів малими підприємствами» від 31.05.1996 р. № 112 та формами звітності, які існували тривалий час, не відповідаючи рекомендованим формам бухгалтерського обліку для малих підприємств.

З прийняттям Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» від 16 липня 1999 р. №996-XIV та Положень (стандартів) бухгалтерського обліку

відбулись суттєві зміни у формі та змісті звітності.

Наказом Міністерства фінансів України від 25 лютого 2000 р. № 39 затверджено Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 25 «Фінансовий звіт суб'єкта малого підприємництва» [3], у якому встановлені уніфіковані формати Балансу та Звіту про фінансові результати, викладений порядок їх заповнення. Норми цього П(С)БО 25 застосовувались суб'єктами малого підприємництва, які визнані такими відповідно до чинного законодавства. П(С)БО 25 почало застосовуватись для складання фінансової звітності, починаючи з першого кварталу 2000 року.

Впродовж періоду існування документ зазнавав несуттєвих змін декілька разів. 31 травня 2019 року було опубліковано Наказ Про затвердження Змін до деяких нормативно-правових актів Міністерства фінансів України з бухгалтерського обліку, який містив в собі декілька вагомих змін.

Перш за все, змінився «статус» положення та його назва: стара назва «Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 25 «Фінансовий звіт суб'єкта малого підприємництва» [3] замінена на «Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 25 «Спрощена фінансова звітність» [4].

Зміна пов'язана з тим, що П(С)БО 25 оперував поняттям «суб'єкт малого підприємництва», тобто був підлаштований під «градацію» підприємств із ст. 55 Господарського кодексу України (якою користувались раніше), в той час як у Законі України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» [5]:

1) наведена своя класифікація підприємства, в якій немає згадок про поняття «суб'єкт малого підприємництва»;

2) визначено коло підприємств, які подають спрощену фінансову звітність (ч. 3 ст. 11).

Окрім цього було уточнено перелік тих суб'єктів господарювання, що застосовують норми НП(С)БО 25 [4], а саме:

- малі підприємства,
- мікропідприємства,
- неприбуткові організації,
- підприємства «єдиноподатники» групи 3,
- представники іноземних суб'єктів господарювання.

Також згідно вимог Закону [5] було уточнено назви форм спрощеної фінансової звітності та класифікаційні групи підприємств, що повинні подавати конкретні форми. НП(С)БО 25, як і раніше, передбачає 2 комплекти фінансової звітності (табл. 1):

Таблиця 1

Форми	Було П(С)БО 25	Стало НП(С)БО 25	Ким тепер подаються
№1-м, №2-м	«Фінансовий звіт суб'єкта малого підприємництва»	«Фінансова звітність малого підприємства»	малі підприємства; представництва іноземних суб'єктів господарювання.
№1-мс, №2-мс	«Спрощений фінансовий звіт суб'єкта малого підприємництва»	«Фінансова звітність мікропідприємства»	мікропідприємства; неприбуткові організації; підприємства «єдиноподатники»– групи 3.

І що важливо, у НП(С)БО 25 стало чітко вказано те, що воно застосовується і неприбутковими організаціям.

Список використаних джерел

1. Бухгалтерський звіт малого підприємства: затв. Міністерством фінансів України за погодженням з Держкомстатом України для квартальної звітності 1999 р. *Бухгалтерський облік і аудит*. 1999. № 2. С. 34–36.

2. Про квартальний бухгалтерський звіт підприємств: наказ Міністерства фінансів України від 11.02.1999р. № 40. *Бухгалтерський облік і аудит*. 1999. № 3. С. 15.

3. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 25 «Фінансовий звіт суб'єкта малого

підприємства» наказ Міністерства освіти і науки України від 25.02.2000 р. № 39 Дата оновлення: 24.07.2015 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0161-00/ed20150724#Text> (дата звернення: 10.11.2021).

4. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку «Спрощена фінансова звітність»: наказ Міністерства освіти і науки України від 25.02.2000 р. № 39. Дата оновлення: 09.07.2021 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0161-00#Text> (дата звернення: 10.11.2021).

5. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні: Закон України від 16.07.1999 р. № 996-XIV. Дата оновлення: 14.07.2020 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14#Text> (дата звернення: 10.11.2021).

Гебура О., викладач вищої категорії, викладач-методист,
Іщук І., студентка III курсу
ДВНЗ «Нововолинський електромеханічний коледж»
м.Нововолинськ, Україна

УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНИХ ПІДХОДІВ ДО ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІНСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Процес оцінки зовнішньої і внутрішньої економічної інформації та рівень результативності аналізу для прийняття управлінських рішень багато в чому залежить від інноваційних підходів до організації обліково-аналітичного процесу, яка повинна здійснюватись з дотриманням найбільш ефективної допустимої комбінації всіх параметрів обліково-аналітичного забезпечення управлінської діяльності вітчизняних підприємств. Отже, тема удосконалення обліково-аналітичного забезпечення є актуальною і своєчасною.

Формування ефективної організаційної моделі обліково-аналітичного забезпечення підприємства потребує вирішення наступного кола завдань:

- обґрунтування та визначення теоретико-методологічних основ організації аналітичного процесу на підприємстві (об'єкти, суб'єкти та мета організації аналізу, види та методи аналізу);
- формування організаційної форми аналітичного підрозділу з дотриманням визначених принципів аналізу та з урахуванням масштабів діяльності;
- виявлення зв'язку інформаційних потоків в системі управління підприємства між обліковим та аналітичним підрозділом;
- визначення якісних характеристик аналітичної інформації з позиції особливостей аналітичного процесу підприємства та його інформаційного забезпечення [1].

Метою створення системи обліково-аналітичного забезпечення управління підприємства повинно стати формування якісного інформаційного підґрунтя для прийняття управлінських рішень. У найбільш загальному варіанті формування такої системи повинно передбачати послідовне здійснення трьох етапів: організаційного, технологічного та функціонального.

В «організаційному» етапі ключове місце посідає формування інформаційних потреб користувачів, адже саме це буде вихідним пунктом для визначення кількісних та якісних параметрів обліково-аналітичної інформації, окреслення певних сфер у господарській діяльності підприємства, які вимагатимуть пріоритетної уваги, проведення розрахунків для виділення необхідних ресурсів для функціонування такої системи.

У «технологічному» етапі ключове місце посідають два моменти. Перший – формування каналів передавання даних із різним рівнем захисту, що вимагає посилення захищеності частини документообігу. Другий – передбачає не лише максимальну автоматизацію усіх обліково-аналітичних процесів, але найбільш ефективно використання трудових ресурсів.

Завдання «функціонального» етапу полягає не лише у безпосередньому досягненні мети підсистеми обліково-аналітичного забезпечення, але й в її вдосконаленні відповідно до зміни потреб управлінського персоналу та параметрів середовища функціонування [2].

Слід відмітити, що під час побудови обліково-аналітичної системи підприємства завжди потрібно враховувати можливість зміни стратегії, що буде вимагати зміни спрямованості, структури, якісного змісту обліково-аналітичної системи. Різноманітні інформаційні потреби управління підприємства, що відображають стратегію його розвитку, зумовлюють відбір оціночних показників, які враховують найважливіші параметри фінансово-господарської діяльності підприємства, включаючи показники ефективності, розширюють мережу обліково-аналітичної системи. Отже, обліково-аналітична система має бути динамічною, тобто такою, що постійно розвивається.

Для налагодження багатоаспектної обліково-інформаційної бази прийняття обґрунтованих управлінських рішень стратегічного характеру доцільно об'єднати принципи стратегічного розвитку підприємства із принципами функціонування його облікової системи та моніторингу стратегічних факторів впливу.

Отже, стратегічно орієнтоване обліково-аналітичне забезпечення вітчизняних підприємств повинно відповідати таким вимогам:

- не тільки своєчасно вирішувати проблеми, що виникають, а й передбачати кризові явища;
- давати змогу розширити функції та межі управління, а також врахувати нетрадиційні об'єкти обліку;
- надавати необхідну інформацію в оптимальній формі з високим ступенем сприйняття як обліковими, так і необліковими працівниками;
- має бути інструментом забезпечення інформаційного супроводу процесу прийняття стратегічних рішень [3].

Окрім того, необхідно враховувати умови, в яких діють сьогодні вітчизняні підприємства:

- умови інституційного середовища, що впливає на формування зв'язків підприємства з оточуючим середовищем;
- встановлення межі підприємства як економічної системи досить складний процес, тому саме обліково-аналітичне забезпечення фіксує зв'язки підприємства з оточенням;
- основу облікової системи вже буде становити не фіксація фактів, а інформаційна модель випереджаючого відображення об'єктів обліку та його оточення [4].

Отже, кожен суб'єкт підприємництва, займаючи свою нішу на ринку, повинен функціонувати в системі сталого розвитку, розвиваючи свій бізнес з вирішенням як фінансово-економічних, так і соціальних, екологічних проблем. Формуючи свою систему обліково-аналітичного забезпечення управління вітчизняні підприємства мають враховувати всі наведені аспекти.

Список використаних джерел

1. Будько О. Формування цілісної обліково-аналітичної системи суб'єктів господарювання. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecan_2013_12%284%29_44
2. Зенкіна И. В. Учетно-аналитическое обеспечение стратегического управления коммерческой организации. URL: <http://www.auditfin.com/fin/2009/2/Zenkina/Zenkina%20.pdf>.
3. Кравченко О. В. Система стратегічного забезпечення стратегічної діяльності. URL: <http://dSPACE.uabs.edu.ua/bitstream/123456789/6473/1/%D1%826.pdf>.
4. Фатенок-Ткачук А. Організація обліково-аналітичного забезпечення процесу формування стратегії розвитку підприємства. URL: www.irbis-nbuv.gov.ua/.../cgiirbis_64.exe?

Годнюк І., к.е.н, доц.

Подільський спеціальний навчально-реабілітаційний
соціально-економічний коледж, м. Кам'янець-Подільський

СУЧАСНИЙ СТАН ТА РЕФОРМУВАННЯ ПОДАТКОВОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ

Вступ. Податкова система в Україні є однією з найскладніших економічних систем, що повинна стимулювати оновлення виробництва, розвиток інвестиційної та інноваційної

діяльності, що потребує суттєвих змін у стратегії податкової політики держави. Це пов'язане з її нестабільністю, яка зумовлюється частими змінами в законодавчих актах, що негативно впливає на розвиток підприємництва в цілому, надто громіздка організація системи оподаткування та ускладнені розрахунки окремих податків.

Основна частина. За результатами опитування соціологічної компанії Gradus Research, «71% респондентів відповіли, що податкова система України несправедлива. При цьому 47% вважає, що українці платять податки не в повному обсязі, 28% - що не платять податки взагалі й тільки 13% вірять в те, що всі жителі справно і повністю сплачують податки». Тому реформа податкової системи стає важливим завданням у вирішенні проблем соціально-економічного розвитку країни.

В Україні діє податкова система, яка за своїм складом та структурою подібна до податкових систем розвинутих європейських країн. Правове регулювання податкової системи здійснюється відповідно до Податкового кодексу України Питання оподаткування також регулюється ще й чисельними підзаконними нормативно-правовими актами, Указами Президента, постановами й розпорядженнями Кабінету Міністрів України [4].

Головним джерелом бюджетних надходжень Державного бюджету України є чотири податки – податок на додану вартість 40%, податок на доходи фізичних осіб 10,5%, податок на прибуток 12,9% та акцизний податок 12,4% що склали 75,8% усіх податкових надходжень до зведеного бюджету України у 2020 році [5].

Основним недоліком чинної податкової системи є її спрямування на подолання дефіциту бюджету шляхом вилучення доходів господарюючих суб'єктів. В Україні прослідковується відсутність взаємозв'язку податкової системи з розвитком економіки й діяльністю безпосередніх її суб'єктів – платників податків. Крім цього, занадто високі ставки продовжують життя тіньового сектора економіки. Разом з існуванням тіньового сектору економіки, існує ще ряд проблем, що виникають в певній мірі через застосування чинних норм податкового законодавства: зростання нерівності у розподілі доходів; низький рівень інвестиційної привабливості; високий рівень безробіття та інше [1].

У 2020 р. спостерігається тенденція реформування європейської системи оподаткування в ряді країн [17]. Наприклад, у Франції в законі «Про бюджет на 2020 рік» закладено зміни прогресивної шкали прибуткового податку, зокрема мінімальна ставка податку знизиться з 14 до 11 %. При цьому 12 млн домогосподарств (найбільша група платників податків) отримають від реформи по 350 євро [6].

Тому враховуючи зарубіжний досвід, високий рівень податкового навантаження та важку економічну ситуацію в країні, пропонуємо наступне:

1. Зменшення ставки податку на доходи фізичних осіб і одночасно збільшення бази оподаткування.

2. Впровадження податку на виведений капітал пропонувані ставки: 5% - для операцій з виплати дивідендів неплатникам податку та частки чистого прибутку державними підприємствами, 20% - для операцій, прирівняних до виведення капіталу (обмеження виплат відсотки, роялті, інших пасивних виплат на користь неплатників).

3. Приведення податку на додану вартість у відповідність до Директиви ЄС №112 “Про спільну систему податку на додану вартість”, його “синхронізація” із європейським та уникнення подвійного оподаткування.

4. Новий підхід в оподаткуванні землі та нерухомості. Запровадження сільськогосподарського податку (приведення до рівних умов оподаткування сільськогосподарський підприємств).

5. Створення вільних індустріальних зон в якій діють додаткові умови діяльності і податкові пільги.

6. Автоматизація процесів оподаткування із застосуванням сучасних технологій (вдосконалення системи електронного документообігу - та системи електронного адміністрування ПДВ, спрощення форм податкової звітності, звітування платниками за операціями у режимі реального часу тощо).

7. Посилення відповідальності за використання тіньових схем у веденні бізнесу.

Висновки. Отже, податкова система України безперечно потребує змін. В пошуках

оптимальної податкової політики необхідно здійснювати контроль за дотриманням податкового законодавства, зміни в оподаткуванні ПДВ, податком на прибуток, податком на доходи фізичних осіб, розробку стратегії впровадження податкових стимулів для бізнесу. Усі вищезазначені заходи щодо покращення податкової системи зможуть забезпечити фінансову та економічну безпеку та зростання економіки України.

Список використаних джерел

1. Бойко О. Специфіка податкових систем України і країн Європейського Союзу та їх порівняльний аналіз. Режим доступу: http://www.lvivacademy.com/vidavnitstvo_1/edu_49/fail/38.pdf
2. Податки в Україні в країні ЄС: де платять більше? Режим доступу: <https://cost.ua/news/714-podatku-v-ukrayini-vs-krayiny-eu-de-platyat-bilshe/>
3. Податковий кодекс України № 1117-IX від 17.12.2020 р. Режим доступу: <http://www.rada.gov.ua>.
4. Мінфін Режим доступу: <https://index.minfin.com.ua/ua/finance/budget/gov/income/>
5. Стадник М. Міжнародні податкові новації – 2020. URL: https://msfz.ligazakon.ua/ua/magazine_article/FZ002076 (дата звернення: 21.06.2020).

Добровольська Е., к.е.н, доц.
Подільський державний аграрно-технічний університет
Кам'янець-Подільський, Україна

ОЦІНКА СКЛАДУ І СТРУКТУРИ НЕМАТЕРІАЛЬНИХ РЕСУРСІВ ХМЕЛЬНИЦЬКОЇ ОБЛАСТІ

Важливим питанням визначення ефективності використання нематеріальних ресурсів підприємства є проведення оцінки їхньої вартості. Без отримання об'єктивних результатів оцінки вартості нематеріальних ресурсів неможливо здійснювати коректні розрахунки рівня ефективності їхнього використання. Проблемними питаннями здійснення оцінки вартості нематеріальних ресурсів підприємства є вибір методу оцінки для нематеріальних об'єктів, які віднесено до активів підприємства та проведення оцінки неконтрольованих нематеріальних ресурсів підприємства [1].

У зв'язку із сучасними умовами, що склалися на ринку України, з'явилася потреба у підвищенні ролі нематеріальних ресурсів у діяльності підприємств і відстеження тенденцій щодо подальшого їхнього розвитку. Можливість здійснити якісний аналіз використання нематеріальних ресурсів підприємств залежить, по-перше, від кількості нематеріальних складових, які внесені до балансу, і, по-друге, від обізнаності підприємства про їхнє існування і роботу загалом [2].

Таблиця 1

Склад нематеріальних активів, тис. грн

Види економічної діяльності	2017 р.	2018 р.	2019 р.	Відхилення 2019 р. від 2017 р. (+, -)
Всього по економіці	665 592,0	1 178 694,1	3 187 024	2 521 432
Сільське господарство, лісове господарство та рибне господарство	294 773,0	727 973,5	2 603 642,2	2 308 869,2
Промисловість	78 220,0	78 724,6	119 066,9	40 846,9
Будівництво	3 246	9 163,9	9 807,4	6 561,4
Оптова та роздрібна торгівля	7 137,0	8 121,5	9 024,3	1 887,3
Транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність	237 357,0	250 903	246 473,3	9 116,3
Тимчасове розміщування й організація харчування	13,0	3 230,7	3 231,3	3 218,3
Інформація та телекомунікації	7,0	945,1	3 526,6	3 519,6
Фінансова та страхова діяльність	100,0	75,0	81,0	-19
Операції з нерухомим майном	15 126,0	27 563,6	28 892,4	13 766,4
Професійна, наукова та технічна діяльність	1 438,0	2 530,8	9 055,4	7 617,4

Діяльність у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування	28 153,0	53 290,1	53 399,7	25 246,7
Освіта	–	1,0	3,0	–
Охорона здоров'я та надання соціальної допомоги	22,0	15 834,2	100 412,7	100 390,7
Мистецтво, спорт, розваги та відпочинок	0,3	–	104,9	104,6
Надання інших видів послуг	0,0	337,1	302,9	302,9

За даними табл. 1 у 2019 р. порівняно з 2017 р. обсяг нематеріальних активів в основні виробничі галузі економіки збільшився на 2,5 млн. грн.

Аналіз динаміки нематеріальних активів за видами економічної діяльності вказує на те, що за аналізований період на 2,3 млн. грн більше їх вкладено у сільське господарство, лісове господарство та рибне господарство і звітного року становили 2,6 млн. грн. Тенденція до збільшення характерна і для нематеріальних активів охорони здоров'я та надання соціальної допомоги та промисловості, які збільшились за цей же період на 100 390,7 тис. грн та 40 846,9 тис. грн.

Менше нематеріальних активів направлено у фінансову та страхову діяльність. Сума зменшення за досліджуваний період становить 19 тис. грн.

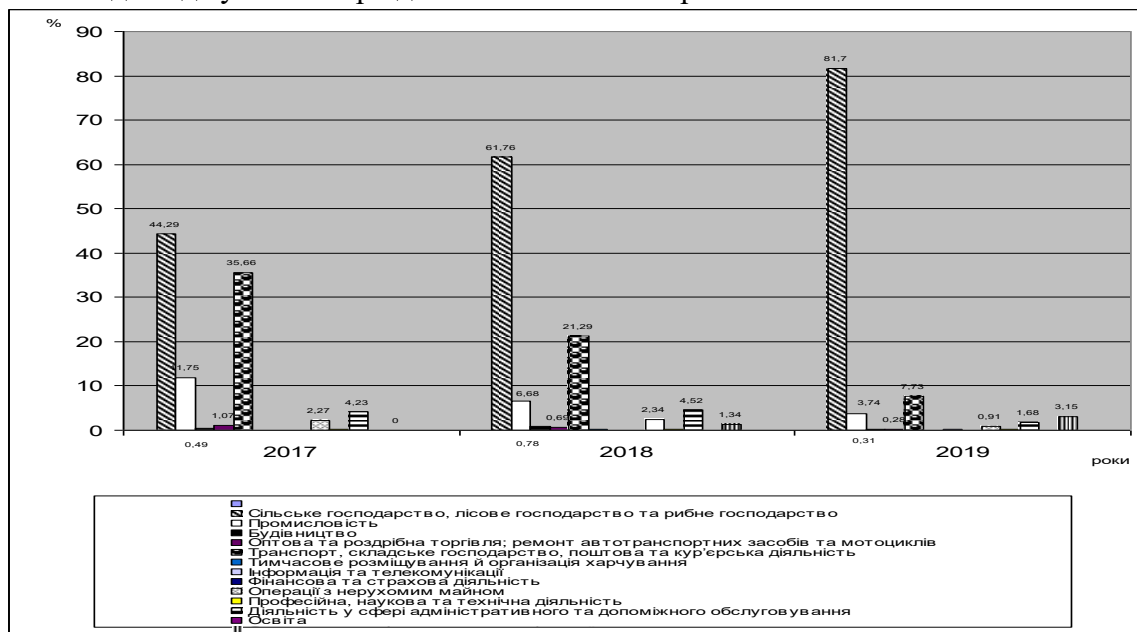


Рис. 1. Структура нематеріальних активів, %

Найвищий відсоток нематеріальних активів в розрізі видів економічної діяльності (81,70%) спостерігаємо у звітному році у сільське господарство, лісове господарство та рибне господарство. Він збільшився порівняно з базисним на 37,41%. Останнє пояснюється зростанням зацікавленості саме до цієї сфери економічної діяльності. Причому зацікавленість стосується інноваційної діяльності і залучення різноманітних підходів з метою покращення фінансових результатів роботи підприємств і напряду пов'язане з нематеріальними активами.

По інших видах економічної діяльності спостерігаємо незначні зміни в структурі і маємо незначні мінусові відхилення.

Отже, дослідження дає змогу по-новому і більш комплексно підійти до оцінки та аналізу нематеріальних активів підприємств з урахуванням його інноваційного розвитку.

Список використаних джерел

1. Банасько Т. М. Оцінка нематеріальних активів для потреб обліку. *Міжнародний збірник наукових праць*. 2016. Вип 3(15). С. 76–83. URL : <http://eztuir.ztu.edu.ua/1449/1/8.pdf>.
2. Будняк Л., Добровольська Е., Добровольський М. Особливості аналізу оборотних активів на макрорівні в умовах сьогодення. *Інститут бухгалтерського обліку, контролю та аналізу в умовах глобалізації. Міжнародний науковий журнал*. Випуск 1-2, 2019. С.105-117. DOI: <https://doi.org/10.35774/ibo2019.01>
3. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

Кондратюк О., к.е.н., доцент
Мезгіш Т., здобувач ОС «Бакалавр»,
Державний університет економіки і технологій

СУЧАСНІ ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ТА ЇХ ВПЛИВ НА СИСТЕМУ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ

Вплив нових інформаційних технологій на бухгалтерський облік стало помітним на практиці з початку 90-х років ХХ століття. Питання впливу нових технологій на розвиток теорії й практики ведення бухгалтерського обліку неодноразово ставали темою дискусій. Теоретично сучасні інформаційні технології дозволяють негайно відображати й контролювати вплив кожного господарського факту на будь-якому рівні агрегації даних.

Інформаційні технології необхідні для прискорення і поліпшення процесу використання інформації при здійсненні багатьох видів діяльності, тому на сьогодні практично неможливо уявити ведення бухгалтерського обліку без їх застосування [2].

В даний час в бухгалтерському обліку основним засобом роботи з інформацією є персональний комп'ютер; застосовуються бухгалтерські автоматизовані системи; активно впроваджуються технології ведення обліку через мережу Інтернет. Оскільки системи бухгалтерського обліку стали одними з перших програм, які стали доступними в Інтернеті, то більшість підприємств на сьогодні здійснює свою діяльність з хмарним програмним забезпеченням. Використання хмарних технологій – це на сьогодні одна з основних тенденцій розвитку організації обліку. Вона передбачає ведення обліку (зокрема, обробку облікових даних та їх зберігання) через мережу Інтернет, використовуючи потужності віддаленого сервера та може слугувати основою для запровадження нових продуктів чи послуг.

Враховуючи розвиток інформаційних технологій та інновацій підприємства також слідують й іншим тенденціям розвитку обліку наприклад: широкому застосуванню експертних систем, тобто це поширення програмного забезпечення, що має вбудовані експертні знання та здатність «вчитися» вдосконалювати власні процеси та продуктивність. Бухгалтери все частіше покладаються на експертні знання, вбудовані в програмне забезпечення. Це дасть можливість автоматизації повсякденних завдань; підвищення ефективності надання бухгалтерських послуг та забезпечення доступу до послуг висококваліфікованих фахівців у сфері бухгалтерського обліку, мобільності облікового персоналу. Такі напрями дають можливість залучення бухгалтерів до виконання своїх обов'язків у будь-який час (навіть у відпустці за наявності зв'язку з ним) та в будь-якому місці; залучення облікових працівників, незалежно від територіального розташування та підвищення продуктивності облікового персоналу і поліпшення умов співпраці з контрагентами; соціальній медіастратегії в бухгалтерському обліку (використання соціальних мереж) [3].

Сучасна тенденція, якій слідують підприємства – це концепція інтернет речей, вона являє собою глобальну мережу підключених до Інтернету фізичних пристроїв – оснащених вбудованими технологіями та пристроями передачі інформації. Така концепція почала використовуватися спочатку промисловими організаціями, але згодом розповсюдилася і на інші сфери бізнесу [3].

Розглядаючи перелічені тенденції як інновації інформаційних технологій, зрозуміло, що повна автоматизація організації обліку дозволить підняти на новий рівень процес вимірювання, реєстрації та обробки господарських операцій, а так само формування бухгалтерської та управлінської звітності. У ході впровадження автоматизованих систем відбувається структуризація облікових даних з метою забезпечення можливості їх обробки технічними засобами, поряд з організаційними перетвореннями. Завдяки цьому з'являється можливість враховувати й аналізувати результати діяльності в розрізі різних аналітиках [1].

Для ведення обліку через мережу Інтернет велика кількість компаній активно використовують спеціалізовані онлайн програми. Найпопулярніші з яких: 1С:Бухгалтерія, мобільна версія 1С – Fresh; Офісофф; Діловод; Офіс 24 [4].

Також активно починають впроваджуватися різні мобільні додатки для ведення особистих фінансів, тобто домашньої бухгалтерії одними з яких виступають: AdroMoney – один з кращих

інструментів для ведення бухгалтерського обліку та ефективного відстеження кожного звіту про витрати; Finkee – мобільний додаток для ефективного планування та обліку особистих фінансів; CoinKeeper – зручний інструмент контролю та планування бюджету, створений спеціально для телефонів і планшетів; Особистий фінансовий менеджер – додаток для контролю бюджету: обліку доходів і витрат, планування, відстеження боргів, валютних рахунків і багато іншого [5].

Автоматизація бухгалтерського обліку є одним із головних завдань для компанії, оскільки це забезпечить краще виконання необхідних операцій і полегшить весь процес ведення обліку. Для здійснення автоматизації слід вибирати необхідні програмні продукти, виходячи із завдань і наявних ресурсів. Однак без кваліфікованого фахівця, неможливе використання інформаційних технологій. Вони виявляться марними, якщо не знайти досвідченого і грамотного бухгалтера.

Таким чином, сьогодні інформаційні технології відіграють важливу роль в бухгалтерській діяльності. Вони охоплюють різні сторони бухгалтерського обліку і мають значні переваги в порівнянні з ручними методами. Сучасні інформаційні технології дозволяють бути бухгалтеру затребуваним і мобільним фахівцем.

Список використаних джерел

1. Рунчева Н. В. Впровадження інновацій у бухгалтерському обліку. Вісник *Бердянського університету менеджменту і бізнесу*. 2011. № 4(16). С. 191-195.
2. Кононенко Л. В. Інноваційні технології у бухгалтерському обліку. *Фінанси, учёт, банки*. 2014. № 1(20). С. 161-166.
3. Ляхович Г. І. Тенденції розвитку організації бухгалтерського обліку. *Вісник ЖДТУ*. 2017. № 4 (82). С. 42-47.
4. Топ 10 онлайн програм для ведення бухгалтерії: бухгалтерія. URL: <https://www.clouderp.ru/tools/accounting/>.
5. Безкоштовні мобільні додатки для ведення особистих фінансів: бібліотека Сумського державного університету: інструменти для управління особистими фінансами і домашньою бухгалтерією. URL: <https://library.sumdu.edu.ua/>.

Корженівська Н., д.е.н., доц.

Беспалий І., аспірант

Подільський державний аграрно-технічний університет

м. Кам'янець-подільський

Україна

ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНА СКЛАДОВА У ПОСИЛЕННІ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ТОВАРОВИРОБНИКІВ

Вступ. Управління підприємствами з метою максимізації вартості бізнесу потребує вдалого планування та використання ресурсів, дотримуючись балансу між ризиками та прибутковістю. Все частіше крупні товаровиробники витісняють елементи поведінкового управління на користь більш прогнозованих форм, де нівелюються суб'єктивність окремих процесів прийняття рішень. Такий підхід найбільш притаманний сфері фінансів та обліку, де з кожним роком все більш використовуються переваги електронних форм документообороту, збору та обробки даних і, як результат, прийняття рішень.

Основна частина. Прикладом можуть слугувати сучасні агропідприємства, що виробляють і реалізують продукцію, користуються засобами збору і обробки великих масивів інформації. Так, великі дані (Big Data) - загальна назва для структурованих і неструктурованих даних величезних обсягів, які ефективно обробляються за допомогою масштабованих програмних інструментів. Такі інструменти з'явилися в кінці 2000-х років і стали альтернативою традиційним баз даних і рішень Business Intelligence.

Використання таких систем обробки інформації дозволяє товаровиробникам оперативно реагувати на зміни ринкової кон'юнктури, волатильність цін, визначати ступінь ризику та за допомогою системи управлінських рішень попереджувати загрози і небезпеки. З метою посилення інформаційної безпеки товаровиробникам необхідно використовувати

трикомпонентне забезпечення формування масивів даних та їх обробки: апаратне, програмне та алгоритмічне. Забезпечення наявності таких компонентів сприяє використанню технологій підготовки документів, обробці економічної та фінансової інформації, технологіям управління базами даних, особистим інформаційним системам, а також організаційно-методичному забезпеченню. Витрачаючи ресурси на забезпечення цих складників, підприємства сприяють упередженню появи загроз витоку інформації та підвищують ступінь її ефективності використання та захисту [1].

Оскільки важливою складовою успішного ведення бізнесу є ефективне інформаційне і документаційне забезпечення підприємства, а також оптимізація взаємодії за більшістю процесів між структурними підрозділами, дана система електронного документообігу (СЕД) охоплює всі етапи життєвого циклу документів – від підготовки проектів документів до організації їх архівного зберігання із забезпеченням функцій електронного архіву та електронного цифрового підпису. Окрім того, вона відповідає всім вимогам у сфері технічного захисту інформації як в Україні, так і за її межами.

Прикладом вдалого використання систем електронної документації ТОВ СП «Нібулон» є автоматизація ділових процесів за допомогою програмного забезпечення «Megapolis. Документообіг», це підтверджує той факт, що електронне документування виходить на більш високий з технологічної точки зору рівень. Оперативність та своєчасність, повнота, гнучка адаптація є одними з переваг даної системи. Запровадження електронного документообігу сприяє не лише оптимізації роботи працівників підприємства, а й дозволяє прискорити та поліпшити процеси обміну інформацією, ухвалення рішень.

З розвитком ІТ-технологій, використанням їх у діяльності підприємств зростає безпекове навантаження на підприємство, рівень витрат на попередження та ліквідацію втрат від витоку інформації, що завдає значних збитків. Щоб запобігти очікуваним втратам, товаровиробники повинні інвестувати кошти в безпеку, а саме мережеві екрани, системи виявлення вторгнень для запобігання атакам, антивіруси для виявлення різних форм вірусів. Якщо компанія вирішує встановити систему інформаційної безпеки, то її вартість узагальнено буде складатись з такого: – одноразові витрати (це, як правило, вартість обладнання, а також впровадження систем захисту інформації); – періодичні витрати (тут присутні такі параметри, як, зокрема, технічна підтримка та супровід, заробітна плата ІТ-персоналу, продовження ліцензій на антивіруси) [2].

Застосування діджиталізації створює низку конкурентних переваг підприємства в розрізі операційних процесів, а саме підвищуючи їх рівень прозорості можливо вчасно прийняти управлінське рішення, здійснити миттєвий обмін інформацією між компетентними співробітниками, провести маркетингові дослідження та створити системні підходи до реагування. Організаційні відповіді на сигнали ризикових змін за рахунок діджиталізації формуються на принципах узгодженості, вчасності, дієвості, запобіганні кризових становищ [3,4].

Висновки. Отже, нова ера інтелектуальної економіки характеризується комплексною механізацією, автоматизацією, інформатизацією й електронізацією майже всіх бізнес-процесів. Але в той же час з такими позитивними характеристиками, які дозволяють значно збільшити інтенсивність виробництва, сучасне світове економічне товариство зіткнулося зі значними проблемами, які загрожують зниженням глобальної економічної безпеки.

Нашарування економічних і соціально-політичних проблем, високі вимоги конкуренції створюють умови для необхідності пошуку рішень щодо того, як убезпечити цей вид бізнесу від загроз і ризиків.

В умовах виживання товаровиробників в умовах сучасної конкурентної боротьби, яка розгорнулася на українському ринку, першочергового значення набуває економічна безпека підприємства, обумовлена як стан динамічної стійкості юридичних, виробничих, організаційних, інформаційних та інших відносин і зв'язків компанії, її матеріальних та інтелектуальних ресурсів, яка гарантує стабільність функціонування фірми, фінансово-комерційний успіх і соціальний розвиток. Щоб вижити в нових умовах на глобальному ринку товаровиробникам, потрібно інтегруватись у цифрову сферу агробізнесу, яка, на жаль, в Україні слабо розвинена на інституціональному рівні.

Список використаних джерел

1. Корженівська Н. Л. Імперативи та пріоритети економічної безпеки товаровиробників зерна в умовах ринкової глобалізації: монографія. Кам.-Под.: вид-ць ПП Зволейко Д. Г. 2019. 440 с.
2. Барташевська Ю. М. Оцінка ефективності витрат компанії на інформаційну безпеку. Науковий вісник міжнародного гуманітарного університету. 2017. № 28. С. 87-90.
3. Грибіненко О. М. Діджиталізація економіки в новій парадигмі цифрової трансформації. Міжнародні відносини серія «Економічні науки». № 16. 2018.
4. Електронний документообіг як рушій прогресу. URL: <http://nibulon.com/news/novini-kompanii/elektronni-dokumentoobig-yak-rushii-progresu.html>.

Костюченко В., д.е.н., проф.

Київський національний торговельно-економічний університет, м. Київ, Україна

РОЛЬ БУХГАЛТЕРА В СОЦІАЛЬНО-КОМПЕТЕНТНОМУ УПРАВЛІННІ КОРПОРАЦІЄЮ

Вступ. Соціально-компетентне управління корпораціями ґрунтується на значних масивах інформації, обсяги якої постійно зростають. Пандемія COVID -19 прискорила процеси цифровізації [2]. Доступ до даних і здатність перетворювати дані в цифровий актив стали вирішальними для конкурентоспроможності компаній. За цих умов здійснюється переоцінка ролі бухгалтера в обліково-аналітичних процедурах щодо діяльності та розвитку корпорації. Наразі потрібні нові підходи, процеси та моделі для вирішення проблеми роботи зі структурованими та неструктурованими даними з різних джерел та надання якісної інформації, необхідної для ухвалення рішень. Тема дослідження є актуальною.

Основна частина. Обліковий процес підготовки інформації для соціально-компетентного управління корпорацією здійснюється в умовах фактичної відсутності стандартів підготовки звітності сталого розвитку. Виникає значний ризик того, що незаконна або неетична діяльність може бути вчинена через відсутність системи для навчання користувачів даних, а також для регулювання та забезпечення виконання законів.

Професійний традиційний досвід бухгалтера зосереджений переважно на структурованих наборах даних, які більше не є нормою. Тим не менш, бухгалтери можуть використовувати свій наявний досвід і розширити свої підходи, включивши як структуровані, так і неструктуровані масиви даних, які фіксують фінансові та нефінансові дані, щоб підтримати менеджмент корпорації в ухваленні рішень, орієнтованих на розуміння, які використовують можливості та реагувати на ризики [3].

Зростаюче визнання даних як активу також змінює традиційну концепцію ланцюгів вартості. З'явилася нова модель, яка називається ланцюжком створення вартості управління даними. Ланцюги створення вартості управління даними – це створення результатів на основі даних. Приклади можливих результатів можуть варіюватися від ідей, які допоможуть розробити новий продукт або бізнес-стратегію, до впорядкування конкретного робочого процесу за допомогою рішення зі штучним інтелектом, яке виконує рутинні рішення [1]. Ланцюг створення вартості для управління даними складається з процесів, пов'язаних із збором, обміном, аналізом та передачею ідей, що впливають із даних (рис.1).

У ланцюжку створення вартості управління даними функції, які виконують бухгалтери в кожній із цих категорій, повинні перейти, щоб відображати природу та використання цифрових активів. Деякі аспекти традиційних ролей бухгалтерського обліку стають менш актуальними в ланцюжку створення вартості управління даними, тоді як важливість інших ролей зростає.

Збір даних
Інженер даних

Ланцюг створення вартості управління даними
Обмін даними
Контролер даних

Аналіз даних
Дослідник даних

Передача даних
Стратегічний радник

забезпечує цілісність, фокусується на аналізує та формує, аналізує та чистоту та надійність управлінні ресурсами інтерпретує дані для пояснює складні бізнес-даних даних, подібно до розробки ідей у проблеми в локальному, традиційної ролі підтримці ухвалення національному або контролера рішень глобальному контексті

Ключові ролі бухгалтера

Рис. 1. Ключові ролі бухгалтера в ланцюжку створення вартості управління даними

Ролі бухгалтера можуть бути зосереджені на конкретних аспектах ланцюга створення вартості, а не на всьому процесі, або вони можуть поширюватися на весь ланцюжок створення вартості в управлінні даними, нагляді або стратегії. У більшості корпорацій функція бухгалтерського обліку, ймовірно, не володіє всіма даними, якими володіє корпорація, але вона повинна відповідати за аналіз, який включає як фінансові, так і нефінансові дані, особливо якщо дані використовуються для ухвалення рішень і включені у зовнішні комунікації.

Висновки та пропозиції. Обговорюючи роль бухгалтера у соціально-компетентному управлінні корпорацією, яке охоплює значні масиви даних, важливо зрозуміти концепцію ланцюгів створення вартості управління даними. Ланцюг створення вартості управління даними подібний до інших ланцюгів створення вартості, наприклад, у виробництві, оскільки розбиває процес на різні підсистеми, кожна з яких включає вхідні та вихідні дані. Те, як керують цими системами, входами та виходами, впливає на якість, вартість і, зрештою, успіх кінцевого продукту в будь-якому ланцюжку створення вартості. Однак, кінцевим продуктом у ланцюжку створення вартості управління даними є інформація, а не продукт чи послуга. Важливо визначити ключові ролі бухгалтера у процесі створення кінцевої інформації, на підставі якої ухвалюються рішення.

Список використаних джерел

1. Data valuation / What our Data Worth? URL: <https://anmut.co.uk/data-valuation-what-is-your-data-worth/>
2. How Covid – 19 has pushed companies over the technology tipping point and transformed business forever. URL: <https://www.mckinsey.com/business-functions/strategy-and-corporate-finance/our-insights/how-covid-19-has-pushed-companies-over-the-technology-tipping-point-and-transformed-business-forever>
3. Revisions to the Code to Promote the Role and Mindset Expected of Professional Accountants. URL: https://www.ifac.org/system/files/publications/files/Final-Pronouncement-Role-and-Mindset_0-1.pdf

Костюченко В.,

д.е.н., доц., професор кафедри обліку та оподаткування

Петрук І., студентка

Київський національний торговельно-економічний університет

ВИТРАТИ ЗА МІЖНАРОДНИМИ СТАНДАРТАМИ

Вступ. В останні роки облік і фінансова звітність як України, так й інших країн активно адаптується до вимог Міжнародних стандартів фінансової звітності. Міжнародні стандарти узагальнюють досвід різних країн і сприяють розвитку національних систем бухгалтерського обліку та звітності. Кожне підприємство на перше місце ставить результати своєї діяльності (прибуток або збиток). Однією із важливих характеристик діяльності підприємств, що формує фінансовий результат діяльності є витрати. Тому тема дослідження є актуальною.

Основна частина. У міжнародній практиці немає єдиного спеціалізованого стандарту щодо витрат. Про цю категорію йдеться у МСБО 1 «Подання фінансових звітів», МСБО 2 «Запаси», МСБО 16 «Основні засоби», МСБО 23 «Витрати на позики», МСБО 38 «Нематеріальні активи».

Зокрема, МСБО 1 «Подання фінансових звітів» представляє класифікацію витрат

здійснювати за характером, наприклад, придбання матеріалів, витрати на рекламу, амортизація, виплати працівникам, транспортні витрати. Дану рекомендацію можна здійснювати класифікувати і за функціями як частини „собівартості продажу”, наприклад, витрати на збут чи адміністративна діяльність [2]. У МСБО 2 «Запаси» розкриваються витрати за матеріалами, у МСБО 16 «Основні засоби» – витрати по амортизації. Також у цих міжнародних стандартах йдеться про порядок включення витрат до первісної вартості продукції, основних засобів та нематеріальних активів та порядок їх списання у вигляді амортизації чи вибуття. МСБО 23 «Витрати на позики» розкриває питання щодо обліку витрати за позиками.

У Концептуальній основі розкриваються загальні засади щодо визнання, оцінки та класифікації витрат (рис. 1).

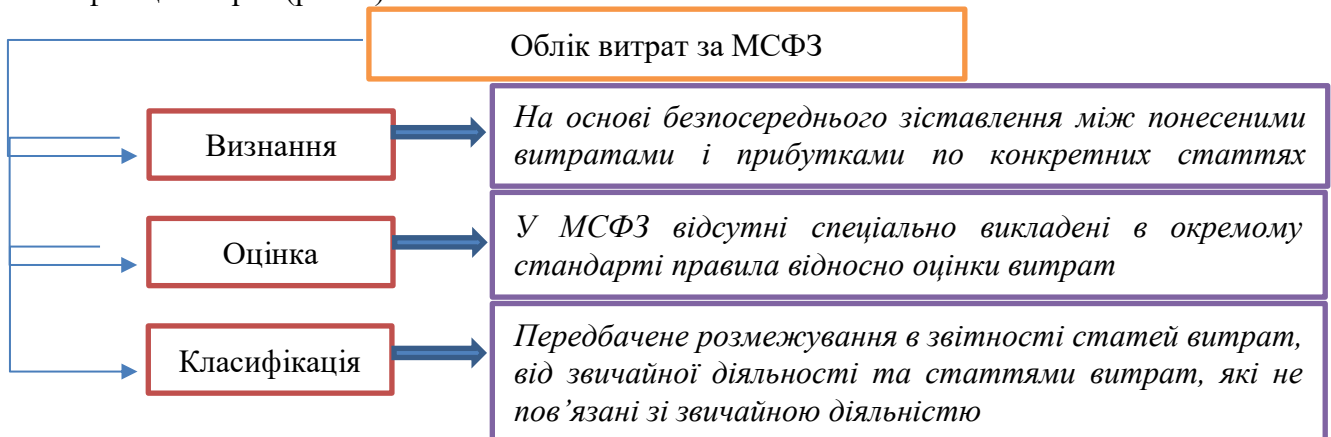


Рис.1. Загальні засади щодо визнання, оцінки та класифікації витрат за МСФЗ

Джерело: рис. сформований за [3]

У міжнародній практиці щодо обліку доходів, витрат і фінансових результатів передбачається дві обставини: інформація, яка підлягає поданню безпосередньо у Звіті про сукупні прибутки та збитки і інформація, яка підлягає поданню або безпосередньо у Звіті, або у примітках [3]. Звіт про сукупні прибутки та збитки може складатися за двома варіантами:

1. За методом характеру витрат – витрати об'єднуються згідно з їх характером (адміністративні витрати, витрати на збут, інші операційні витрати, фінансові витрати).
2. За методом функцій витрат - розподіляються між функціональними напрямками (витрати на сировину та матеріали, витрати на заробітну плату, амортизаційні витрати тощо).

Міжнародний досвід показує, що звітність, яка формується згідно з міжнародними стандартами, несе за собою високу інформативність для користувачів.

Висновки та пропозиції: єдиного міжнародного стандарту «Витрати» не існує, але інформація про витрати розкривається у кількох окремих стандартах. Визнання витрат здійснюється через безпосереднє зіставлення між витратами та прибутками за конкретними статтями доходів. Міжнародні стандарти виходять із прийнятої практики розмежування у звітності статей витрат, що виникають у процесі діяльності, і статтями витрат, що є не пов'язаними із виробничою діяльністю. Підприємства, що зацікавлені в міжнародному ринку, використовуючи міжнародні стандарти, можуть надавати прозору та достовірну інформацію про свою діяльність, про фінансові результати, зокрема, і про витрати.

Список сформованих джерел

1. Долюк А. В., Кургінян А. З. Порівняльна характеристика визнання, оцінки і відображення в обліку та звітності підприємств витрат діяльності за міжнародними та національними стандартами. // Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу № 3(24), 2012. – С. 145-153.

2. Зигрій О.В. Нормативно-правове регулювання обліку витрат виробництва відповідно до національних та міжнародних стандартів : монографія / за наук.ред.канд. екон.наук, доц. Н.Є. Кульчицької // О.В. Зигрій, Ю.І. Приймак. - Чортків : ТНЕУ, 2017. - С. 128-134.

3. Онищенко В. П. Особливості визнання, оцінки та класифікації в обліку доходів і витрат за міжнародними стандартами / В. П. Онищенко, Д. В. Роднєв // Бухгалтерський облік,

оподаткування, аналіз і аудит: сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку: тези доповідей IV Міжнародної науково-практичної конференції. – Чернігів: ЧНТУ, 2018. – С. 17-19.

Красівський В., д.е.н., професор
Університет державної фіскальної служби України
м. Ірпінь, Україна
Костенко О., к.е.н., доцент
Київський кооперативний інститут бізнесу і права
м. Київ, Україна

ОСНОВИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Вступ. Становлення в Україні ринкових відносин потребує удосконалення середовища функціонування господарюючих суб'єктів. Разом з тим, посилення уваги до розвитку підприємства обумовлено стійким збільшенням значення факторів у підвищенні економічної ефективності його діяльності.

Мета дослідження: обґрунтування сутності механізму управління розвитком підприємства та визначення його ролі в підвищенні ефективності діяльності.

Основна частина. Аналіз і узагальнення існуючих інтерпретацій сутності розвитку підприємства дозволили трактувати це поняття як прогресивні кількісні, якісні й структурні організаційні зміни, спрямовані на удосконалення бізнесового та соціального середовища підприємства і сфери соціальних взаємовідносин із зацікавленими в діяльності підприємства групами – власниками, персоналом, споживачами, громадськістю, бізнес-партнерами.

Управління розвитком підприємства являє собою сукупність способів, прийомів, процедур, що дозволяють вирішувати нагальні проблеми на основі наукового підходу, знання закономірностей протікання процесів, чіткої кореляції з кадровою політикою підприємства і орієнтацією на встановлені нормативи ефективності.

У сучасному розумінні управління розвитком підприємства – процес удосконалення внутрішнього середовища та умов реалізації видів діяльності, що дозволяє досягати високих результатів господарювання. З цією метою необхідно чітко визначити реальні цілі розвитку, забезпечити їх досягнення необхідними ресурсами, організувати проведення відповідних заходів, тобто сформувати механізм управління розвитком підприємства.

Систематизація існуючих думок щодо сутності та змісту механізму управління розвитком підприємства дозволила дійти висновку, що механізм управління розвитком підприємства являє собою сукупність взаємопов'язаних дій та інструментів, що забезпечують можливість прийняття та реалізації управлінських рішень щодо його забезпечення. Це трактування дає можливість виділити такі складові елементи механізму управління розвитком: мета, завдання, принципи, напрями, методи, інструменти, органи управління та результати [3; 5; 6].

Результативне функціонування механізму управління розвитком визначається наявністю відповідного забезпечення процесу управління підприємством і реалізації його стратегії розвитку, що включає такі елементи: нормативно-правове, організаційне, методичне, інформаційне, ресурсне забезпечення [1; 2; 4].

До ключових факторів, що забезпечують імплементацію механізму управління розвитком підприємства, насамперед, слід віднести дієвий механізм мотивації персоналу, який базується на переважно відрядній системі оплати праці, системі матеріального заохочення за успіхи в роботі тощо.

За таких умов механізм управління розвитком підприємства слід трактувати як сукупність взаємопов'язаних дій та інструментів, що забезпечують можливість прийняття та реалізації управлінських рішень щодо реалізації ознак сталості в його діяльності.

Результативно функціонуючий механізм управління розвитком підприємства дозволяє цілеспрямовано впливати на всі його підсистеми з метою досягнення більш високого рівня ефективності та передбачає такий тип змін, що визначаються переходом усіх відносин та процесів до якісно нового стану.

Завдання впровадження механізму управління розвитком підприємства потребують системного і цільового підходів не тільки до його розробки, а й подальшого удосконалення.

Висновки та пропозиції. Узагальнюючи наведений матеріал варто відмітити, що наявність передумов щодо позитивних змін у середовищі функціонування підприємства дає можливість окреслити реальні цілі його розвитку, забезпечити необхідними ресурсами досягнення таких цілей, організувати проведення відповідних заходів тощо. Саме виконанню таких завдань підпорядкована дія механізму управління розвитком підприємства.

Список використаних джерел

1. Економічна синталітика : філософський дискурс становлення та розвитку : монографія / [С. В. Бардаш, О. М. Костенко, В. М. Краєвський] ; за заг. ред. С. В. Бардаша. – К. : ЦП Компринт, 2017. – 225 с.
2. Інформаційна система управління сільськогосподарським підприємством : аналітичні індикатори формування і результативності : монографія / [Камінська Т. Г., Краєвський В. М., Костенко О. М., Охріменко І. В., Савчук В. К.] ; за заг. ред. В. К. Савчука. – К. : видавництво «Вік принт», 2016. – 270 с.
3. Інформаційно-аналітичний процес : праксеологічний підхід : монографія / [Савчук В. К., Костенко О. М., Краєвський В. М.] ; за заг. ред. В. К. Савчука. – К. : видавництво «Вік Принт», 2013. – 204 с.
4. Краєвський В. М. Облікові системи : еволюція та вектор розвитку / Краєвський В. М. – К. : «Аграр Медіа Груп», 2012. – 192 с.
5. Стратегічні пріоритети розвитку аграрних формувань : аналітико-прогнозні тренди : колективна монографія / [Л. Р. Воляк, О. М. Костенко, В. М. Краєвський, Т. В. Куць, О. Г. Макарчук, В. К. Савчук та ін.] ; за заг. ред. В. К. Савчука. – К. : ЦП Компринт, 2018. – 350 с.
6. Управління ефективністю сільськогосподарського виробництва : інформаційно-аналітичний аспект : монографія / [Савчук В. К., Костенко О. М., Мискін Ю. В., Краєвський В. М.] ; за заг. ред. В. К. Савчука. – К. : видавництво «Вік Принт», 2013. – 470 с.

Кузнєцова Т., к.е.н., проф.,

Петрук І., к.е.н., доц.,

Петрук В., к.т.н., доц., НУВГП, м. Рівне

ЗАСТОСУВАННЯ СТАТИСТИЧНИХ МЕТОДІВ ПРИ ПЛАНУВАННІ ПОГАШЕННЯ ДОВГОТЕРМІНОВИХ БОРГІВ У ПІДПРИЄМНИЦТВІ

У сучасних умовах господарювання підприємства, незалежно від розміру та форми власності, якщо вони прагнуть успішно розвиватися, не можуть уникнути довготермінових кредитів і систематично залучають позикові кошти. Тобто, якщо у підприємства на певному етапі діяльності не вистачає грошових коштів для поточної господарської діяльності з незалежних від самого підприємства причин, то таке підприємство може одержати в банку позику на ці потреби. З цією метою укладається кредитний договір між установою банку і підприємством, в якому визначаються об'єкти кредитування, умови одержання та погашення позик включаючи плановий розмір кредиту, процентні ставки плати за кредит, умови та розміри їх підвищення та зниження, розмір власних обігових коштів, що використовуються підприємством на формування матеріальних запасів і виробничих витрат, зобов'язання підприємства по заставі цінностей, що кредитуються, джерела погашення позики, терміни, на які вони надаються та інші умови кредитування. Постає завдання розроблення плану погашення заборгованості, що полягає у визначенні періодичних виплат за кредитом або термінових виплат.

Заборгованість – це сума фінансових зобов'язань грошових боргів, що підлягає поверненню [1, с. 67].

Термінові виплати – це разові суми погашення, які охоплюють поточні відсоткові платежі разом із сумами, що призначені для погашення основного боргу.

Методи визначення розміру термінових виплат для погашення довготермінових боргів залежать від умов кредитування, зокрема: терміну кредиту, наявності та тривалості пільгового періоду, розміру відсоткової ставки, методу погашення та виплати відсотків і основної суми

боргу.

Якщо підприємство хоче взяти досить великий кредит або повернути борг у вигляді разової виплати, то йому необхідно створити фонд погашення, який формується з послідовних внесків (наприклад, на спеціальний рахунок у банку), на який нараховуються відсотки.

Якщо накопичення коштів здійснюється шляхом регулярних щорічних внесків R , на які нараховуються складні відсотки за ставкою i та одночасно відбувається виплата відсотків, які нараховуються на борг за ставкою g . У такому разі термінова виплата Y становитиме [2, с. 227]:

$$Y = D \cdot g + R, \quad (1)$$

де D – загальна сума позички.

Однак більшість боргів погашаються частинами, тобто декілька разів протягом терміну позички. Таке погашення проводиться за домовленістю кредитора і підприємства декількома способами: рівними сумами основного боргу, рівними терміновими виплатами і змінними терміновими виплатами.

У випадку якщо погашення проводитиметься рівними сумами основного боргу впродовж n років, тоді щорічно на погашення витратиметься сума:

$$d = \frac{D}{n}. \quad (2)$$

Крім цієї суми, підприємство повинне сплачувати відсотки на залишок боргу. Перша сплата відсотків дорівнюватиме $D \cdot g$, наприкінці другого вона становитиме:

$$(D - d) \cdot g = D \cdot g - d \cdot g; \quad (3)$$

наприкінці третього:

$$(D - 2d) \cdot g = D \cdot g - 2d \cdot g. \quad (4)$$

Таким чином, відсотки, які виплачуються підприємством кредитору, утворюють спадну арифметичну прогресію з першим членом $D \cdot g$ та різницею $-d \cdot g$. Тому термінові виплати також утворюють арифметичну прогресію, перший член якої $d + D \cdot g$, а різниця $-d \cdot g$. Тоді на кінець першого погашення: $Y_1 = d + D \cdot g$, на кінець другого погашення: $Y_2 = d + D \cdot g - d \cdot g$ і на момент t :

$$Y_t = D_t \cdot g + d, \quad (4)$$

де $d = \frac{D_1}{n}$; D_1 – початкова сума боргу.

Кредитна угода може передбачати пільговий період зі сплатою відсотків або відповідним нарощенням суми основного боргу. Якщо у пільговому періоді сплачуються лише відсотки, то термінові виплати боргу збігаються з сумами щорічних відсоткових грошей. Якщо нарощується сума основного боргу у пільговому періоді, тоді це нарощення відбувається за формулою складних відсотків $D_1 \cdot (1 + g)^L$, де L – тривалість пільгового періоду.

Якщо погашення боргів передбачається рівними терміновими виплатами, то протягом усього терміну погашення регулярно виплачуються постійні термінові виплати, частина яких йде на погашення основного боргу, а інша виплачується як відсоток за борг:

$$Y = D_t \cdot g + R = const, \quad (5)$$

де D_t - залишок боргу на період t .

Погашення боргу змінними терміновими виплатами застосовується коли погашення боргу може залежати від ряду обставин. Тоді термінові виплати або утворюють ряд, що є прогресією, або задаються суми надходжень цих виплат на кожен дату погашення. Якщо термінові виплати $Y_1; Y_2; \dots; Y_n$ утворюють геометричну прогресію, тоді:

$$Y_1 = D_1 \frac{g - (1 + g)}{\left(\frac{g}{1 + g}\right)^n - 1}. \quad (6)$$

Отже, розглянуті статистичні методи планування погашення довготермінових боргів

дозволяють оцінити не лише втрати, а й економічну вигоду підприємства в укладанні таких кредитних договорів.

Список використаних джерел

1. Краєвський В. М., Параниця Н. В, Остапенко Я. О. Фінансова статистика : навч. посіб. Ірпінь : Університет ДФС України, 2018. 308 с.
2. Лапішко М.Л. Основи фінансово-статистичного аналізу економічних процесів : підручн. Львів : Світ, 1995. 328 с.
3. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
4. Офіційний сайт Міністерства фінансів України. URL: <http://www.minfin.gov.ua>.

Кузуб М., старший викладач кафедри обліку та оподаткування
Андріяш А., студентка 3 курсу, 4 групи, факультету фінансів та обліку
 Київський національний торговельно-економічний університет, м. Київ

ОБЛІК ЕЛЕКТРОННИХ ГРОШЕЙ: ПРОБЛЕМИ ТА НЕДОЛКИ

Активний розвиток інформаційних технологій несе за собою нові технологічні можливості здійснення господарських операцій. До таких слід віднести і так звані електронні гроші. Згідно з Положенням № 481, електронні гроші – це така одиниця вартості, яка зберігається на електронному пристрої (гаманці), приймається як засіб платежу іншими, ніж емітент, особами і є грошовим зобов'язанням емітента, що виконується в готівковій або безготівковій формі.[1].

Електронні гроші для нашої країни є досить новим способом платежу проте слід зазначити, що Україна досить швидко адаптується до нових технологій та активно застосовує їх у своїй практиці. Головний недолік, зважаючи на цей фактор, полягає в тому, що саме розуміється під електронними грошима: чи це є засіб платежу, так як готівка чи безготівкові кошти, чи акредитив, депозит тощо або ж грошові зобов'язання, як наприклад, право на вимогу боргу. Часто обліковці не розуміють як це правильно відобразити у своїй звітності і тут починаються проблеми. Багато з вчених, авторів, обліковців віддають перевагу думці, що дані кошти потрібно відносити до дебіторської заборгованості, так як не вважають їх грошима, а лише борговими зобов'язаннями. Проте, все ж більшість схиляється до того, що електронні гроші таки повинні вважатись коштами, які мають обліковуватись на рахунку інших коштів, як окремий вид грошей на окремому субрахунку.

Електронні гроші є сучасним платіжним засобом, що використовується для оплати різних послуг і товарів у мережі Інтернет та мають точно таку ж цінність, як і реальні гроші. До основних нормативних документів, якими регулюється обіг електронних грошей слід віднести: Закон України «Про електронну комерцію» від 03.09.15 р. № 675-VIII; Закон України «Про платіжні системи та переказ коштів в Україні» від 05.04.01 р. № 2346-III; Закон України «Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг» від 12.07.01 р. № 2664-III; Закон України «Про захист прав споживачів» від 12.05.91 р. № 1023-XII; Положення про електронні гроші в Україні, затверджене постановою Правління НБУ від 04.11.10 р. № 481; Інструкція про застосування плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств та організацій, затверджена наказом МФУ від 30.11.99 р. № 291 [2].

В бухгалтерському обліку електронні гроші відображаються на окремому субрахунку 335 «Електронні гроші, номіновані в національній валюті». З моменту випуску електронні гроші зараховуються на цей же субрахунок. На даному субрахунку слід відображати операції з електронними грошима, які здійснюються комерційними агентами та користувачами, відповідно до нормативно-правових актів Національного банку України та правил використання електронних грошей, узгоджених з Національним банком України. Інформація про рух грошових коштів в «Балансі (Звіті про фінансових стан)» наводиться в 2 розділі активу.

В законодавстві нашої країни сказано, що емітентом електронних коштів є лише банки і

тільки у національній валюті та ще й в обмеженому обсязі. [1] За даними Національного банку України, 23 банки мають право здійснювати випуск електронних грошей. Метою створення банками систем електронних грошей є забезпечення клієнтів (власників) електронних грошей зручним платіжним засобом для придбання продукції, робіт чи послуг у будь якого торговця. Зростання ринку електронних грошей в Україні можна пов'язати зі зростанням інтересу учасників ринку до цього до цього платіжного інструменту. Найпоширенішими платіжними системи, з використанням яких здійснюються операції з електронними грошима є: MasterCard, Visa, ПРОСТІР, ХРАУ, FORPOST, ALFA-MONEY [3].

Проте разом із цим впливає наступний недолік, в нашій країні не передбачено створення окремого рахунку чи субрахунку для відображення іноземної валюти, яка внаслідок економічних взаємозв'язків з іншими державами буде надходити на Україну, і в першу чергу саме через електронні платежі та розрахунки, так як вони на даний час є дуже популярними в світі, у зв'язку з цим уповільнюється розвиток системи електронних платежів та міжнародних взаємовідносин [1].

Також одним із проблемних аспектів обліку електронних грошей є легальність використання систем розрахунків. Так, наприклад, певний час система WebMoney Transfer застосовувалася в Україні нелегально, на що звертав увагу і Нацбанк (див. листи від 20.11.03 р. № 25-209/1539-8608 і від 24.06.11 р. № 25- 112/1575-7731). З 21.05.15 р. система WebMoney.Ua зареєстрована НБУ як внутрішньодержавна система розрахунків [4]

Зважаючи на все вище сказане можемо дійти висновку, що система обліку і відображення електронних грошей в Україні має певні недоліки та проблеми, та разом з тим можна побачити і значний інтерес до даного платіжного інструменту від різних учасників ринку. Наразі електронні гроші відіграють важливе місце в сучасних електронних системах в усьому світі, тому на мою думку Україні варто звернути увагу і покращити свою нормативно-правову базу в сфері електронних грошей адже від цього залежить майбутній розвиток даної сфери в Україні та її зав'язків із світом.

Список використаних джерел

1. Положення про електронні гроші в Україні, затверджене постановою Правління НБУ від 04.11.2010 р. №481. URL: - <http://www.bank.gov.ua/doccatalog/document?id=72246>.
2. Про платіжні системи та переказ коштів в Україні: Закон України від від 5.04.2001 № 2346-III. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2346-14>.
3. . Узгодження правил використання електронних грошей. URL: https://old.bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=66296&cat_id=66292.
4. . Електронні гроші: використовуємо без проблем. Бухгалтерський тиждень. 2015. № 42. i.Factor. URL: <https://i.factor.ua/ukr/journals/bn/2015/october/issue-42/article-12491.html>
5. Репецька О.С. Кузуб М.В. Протблеми обліку електронних грошей. Інтернет-конференції ХНУМГ ім. ОМ Бекетова, 2019.
6. Кузуб М.В. Інструменти стандартизації фінансових даних. URL: <https://knute.edu.ua/file/MTc=/c902b121ed3493620cf96cfa0c166fca.pdf>.
7. Кузуб М.В., Лещій Л.А. «Оцінка впливу інфляції на показники фінансової звітності», Міжнародна науково-практична конференція «Глобалізаційні виклики розвитку національних економік», присвяченої 70- річчю КНТЕУ. 19-21 жовтня 2016 р., м. Київ.

Кушнір Н., к.е.н., проф.

Національний університет водного господарства та природокористування, Рівне, Україна

Царук Д., викладач

ВСП «Рівненський технічний фаховий коледж НУВГП», Рівне, Україна

ФІНАНСОВИЙ КОНТРОЛІНГ У СИСТЕМІ МОНІТОРИНГУ ВИРОБНИЧИХ ВИТРАТ МОЛОКОПЕРЕРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

У діяльності молокопереробних підприємств важливим фактором ефективності їх

функціонування є зниження собівартості випущеної продукції. Рентабельність підприємств молокопереробної галузі безпосередньо залежить не лише від стану молочного тваринництва в Україні, забезпечення молочною сировиною, її якості та ціни, а й від рівня виробничих витрат, яким слід приділяти підвищену увагу в умовах конкуренції з боку великої кількості виробників молочної продукції.

В напрямку зниження витрат підприємства важливу роль відіграє контролінговий механізм управління витратами, націлений на виявлення резервів економії витрат та раціонального використання ресурсів за допомогою сучасних інструментів та методик. У свою чергу контролінг витрат здійснюється через спеціальну систему спостереження на підприємстві – систему моніторингу, що відображає інформацію щодо рівня витрат спожитих ресурсів на основі комплексу критеріїв та показників [1, с. 58].

Контролінг на підприємстві – це система, яка спрямована на досягнення цілеспрямованої діяльності менеджменту, його підтримку в структурних підрозділах підприємства шляхом проведення внутрішнього аналізу та обліку. Функція контролінгу та система моніторингу тісно пов'язані саме через потребу менеджменту в результатах аналізу, оцінювання та інтерпретації моніторингових даних.

За сучасних умов ринку в загальній системі контролінгу виокремлений фінансовий контролінг, що являє собою комплекс завдань та рішень, які спрямовані на координацію усіх рівнів управління підприємством та передбачають інформаційне забезпечення елементів управління, фінансовий аналіз та діагностику, фінансове планування, контроль за внутрішньою фінансовою діяльністю задля виявлення відхилень поточних результатів діяльності від планових або нормативних, відповідної оптимізації організаційно-економічних рішень та зростання вартості підприємства у результаті. При прийнятті оперативних управлінських рішень фінансовий контролінг дозволяє сконцентрувати дії на важливих факторах фінансової діяльності, адже фінансова складова управління підприємством є основною нішею, що підтримує систему контролінгу на підприємстві в цілому та орієнтує його на досягнення рентабельності та забезпечення раціонального здійснення операцій [4, с. 343].

Завдання фінансового контролінгу повинні коригуватися відповідно до стратегічних напрямків та умов діяльності підприємства. Одним із завдань фінансового контролінгу є розподіл ресурсів підприємства і використання їх відповідно до потреб за пріоритетним ранжуванням. Тому середовище контролю, яке включає рівень ефективності використання виробничих ресурсів, структуру та динаміку витрат промислових підприємств (в тому числі і молокопереробних), відтак має виступати одним із основних напрямків моніторингу (включаючи функції контролінгу), оскільки завдання мінімізації витрат та зниження собівартості співпадають із цілями оптимізації фінансових результатів.

Таке середовище контролінгу виробничих витрат молокопереробних підприємств вміщає наступні об'єкти: закупівельні витрати на молочну сировину та допоміжні матеріали; витрати на транспортування та заготівлю матеріалів, на підвищення та підтримання якості молочної сировини та допоміжних матеріалів; виробнича собівартість продукції за видами; витрати на оплату праці та соціальне забезпечення; амортизація цехового обладнання та виробничих приміщень; витрати на освоєння нових технологій та удосконалення виробництва, підготовку до виробництва нових видів продукції, витрати на аналіз продукції на післявиробничих етапах [3].

При цьому обов'язки моніторингу відхилень витрат від заданих або прогнозованих значень у межах вказаних об'єктів контролінгу можуть бути покладені на комерційного директора та директора по виробництву. Накопичена інформація із первинних документів середовища контролю виступає вихідними даними для складання управлінської звітності із центрів витрат. Надалі звіти поступають у фінансовий відділ підприємства, де перевіряються та опрацьовуються, а також визначаються фактори негативних відхилень показників, їх вплив на фінансові результати діяльності підприємства. Дана інформація передається у планово-економічний відділ, який на основі її вивчення формує відповідні управлінські рішення та рекомендації щодо мінімізації виробничих витрат підприємства з використанням наявних резервів їх зниження.

Особливістю молокопереробних підприємств є те, що за технологією виробництва 60% собівартості готової продукції становить молочна сировина, а у деяких молочних продуктах це значення може перевищувати 80%. Тому фінансовий контролінг виробничих витрат має бути

зосереджений саме на моніторинговій інформації із управлінської звітності щодо надходження сировинного молока, фактичного його відвантаження, втрат молока під час приймання, витрат сировини та молока за технологічними процесами, за видами технологічного обладнання та на одиницю продукції за асортиментом. Важливим є також контроль результатів оперативного моніторингу даних із журналів лабораторних вимірювань якісних показників молока, адже норми витрат молочної сировини визначаються саме на основі базисної його жирності [2].

Таким чином, завдяки налагодженій системі передачі інформації від суб'єктів моніторингу до контролінгових служб підприємства стає можливим попередження та запобігання перевитрат під час виробництва молочної продукції, яке є значно залежним від молочної сировини. Виникнення ситуацій із нераціональним використанням молочної сировини на виробництві, у разі їх оперативного виявлення, стає причиною більш детального контролінгу даного середовища і формування відповідних управлінських рішень та заходів, які не допускать можливість їх повторення, а також їх подальшого впливу на фінансові показники підприємства.

Список використаних джерел

1. Кравчук А. О., Карабанов О. В. Діагностика та моніторинг діяльності суб'єктів аграрного бізнесу. Український журнал прикладної економіки. 2016. Том 1. № 4. С. 56-64.
2. Мошковська О. А. Управлінська звітність на молокопереробних підприємствах та її формування. Ефективна економіка. 2019. № 9. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua> (дата звернення: 29.10.2021).
3. Мошковська О.А. Класифікація витрат та їх облік на підприємствах молокопереробної промисловості. Східна Європа: економіка, бізнес та управління. 2019. № 5 (22). URL : www.easterneurope-ebm.in.ua (дата звернення: 29.10.2021).
4. Терещенко О. О., Бабяк Н. Д. Фінансовий контролінг : навчальний посібник. Київ : КНЕУ, 2013. 407 с.

Мельник К., д.е.н., проф.
Веремчук Д., студ. 4 курсу
 ВНУ ім. Лесі Українки, м. Луцьк, Україна

ІТ-АУДИТ – ЯК ПРІОРИТЕТНИЙ НАПРЯМ ВНУТРІШНЬОГО КОНТРОЛЮ

В сучасних реаліях, в процесі глобалізації світової економіки, швидкого розвитку інфраструктури та поглиблення інформатизації господарських процесів ефективність діяльності підприємств та їх конкурентоспроможність ще більше залежить від інформаційних технологій (ІТ), які знайшли своє відображення в системах управління.

Сьогодні середовище інформаційних технологій (ІТ-середовище), як одна із складових підприємства являє собою багатогранну систему, яка об'єднує різного роду технічні, програмні, інформаційні, людські та інші види ресурсів, які сприяють досягненню цілей підприємства. Саме це обумовлює необхідність у підвищенні ефективності й економічності використання інформаційних технологій, збільшенні переваг та мінімізацію недоліків від їх використання, а також обґрунтування витрат на їх впровадження. Тому, з цією метою дедалі більшого значення набуває регулярне здійснення в системі управління підприємством аудиту інформаційних технологій (ІТ-аудиту), який є одним із ключових компонентів, який забезпечує якість інформаційних систем та прикладного програмного забезпечення, а також дає можливість впевнитися, що всі пов'язані з інформацією процеси працюють належним чином та надійно захищені.

В загальному розумінні аудит інформаційних технологій – це аналіз та оцінка інфраструктури інформаційних технологій (ІТ-інфраструктури) підприємства, бізнес-додатків, систем безпеки, корпоративної мережі та операційних процесів на відповідність стандартам та встановленій політиці підприємства [1].

Процедура ІТ-аудиту передбачає збирання, аналіз та надання керівництву підприємства інформації про поточний стан інформаційної системи, про ризики інформаційних технологій та інформаційної безпеки, притаманних бізнес-процесам підприємства, а також розробку

рекомендацій щодо зниження цих ризиків та оптимізації ІТ-процесів. Відповідно до цього, основними цілями проведення ІТ-аудиту зазвичай виступають:

- оцінка ефективності роботи ІТ-відділу та загального рівня підготовки кадрів;
- аналіз відповідності поточного рівня розвитку ІТ стратегічним цілям підприємства;
- визначення місця в інфраструктурі та бізнес-процесах, де ІТ-системи використовуються недостатньо ефективно, а також надання рекомендації для підвищення ефективності, перерозподілу навантаження;
- оцінка роботи системи процесів, які забезпечують безпеку даних підприємства;
- оцінка ризиків для інформаційних активів підприємства, визначення методів мінімізації таких ризиків.

В залежності від цілей ІТ-аудиту, які цікавлять керівництво, аудит інформаційних технологій поділяється на різні види. Зокрема, автор джерела [2] виділяє наступні види ІТ-аудиту: обстеження ІТ, технічний ІТ-аудит, експертна оцінка ІТ, ІТ-аудит бізнес-процесу, ІТ-аудит за критерієм, комплексний ІТ-аудит.

Кожен із перелічених видів ІТ-аудиту має певні особливості та мету, з якою здійснюється, а саме:

- обстеження ІТ – здійснюється з метою збору та систематизації інформації, яка знадобиться для подальшого аналізу і модернізації системи; основна ціль такого аудиту – отримання і структуризація даних про інфраструктуру інформаційних технологій;
- технічний ІТ-аудит – здійснюється з метою збору, оцінювання та аналізу інформації щодо конкретних технічних елементів середовища інформаційних технологій (ІТ-середовища), а також надання рекомендацій щодо покращення їх роботи;
- експертна оцінка ІТ – здійснюється з метою перевірки адекватності фінансування ІТ-проектів, а також витрат на обладнання та ІТ-послуги; даний вид ІТ-аудиту передбачає оцінку й аналіз запланованих і поточних ІТ-проектів, ІТ-бюджету, вартості володіння ІТ-середовищем тощо;
- ІТ-аудит бізнес-процесу – здійснюється з метою аналізу інформаційних технологій, що використовуються для виконання певного бізнес-процесу: перевіряється, чи відповідають вони заданим раніше параметрам оцінки результативності їх роботи (якість, ефективність, економічність тощо); під час проведення такого виду ІТ-аудиту встановлюються особи, які відповідають за конкретний бізнес-процес, інші учасники бізнес-процесу, а також оцінюється та аналізується ІТ, дії учасників процесу, проектна документація;
- ІТ-аудит за критерієм – здійснюється з метою збору, оцінювання та аналізу інформації щодо стану ІТ-середовища об'єкта аудиту за певним обраним критерієм: продуктивність, безпека, доступність, надійність тощо; даний вид ІТ-аудиту дає можливість отримати загальне уявлення про апаратну та програмну частини, рівень обслуговування та супроводу інформаційних технологій;
- комплексний ІТ-аудит – здійснюється з метою оцінки всіх сторін функціонування ІТ-інфраструктури; комплексно досліджує відповідність ІТ-середовища підприємства стратегії, цілям і процесам бізнесу.

Уже в найближчому майбутньому діджиталізація торкнеться усіх процесів діяльності підприємства, роль інформаційних технологій буде дедалі важливішою. К.П. Мельник підкреслює, цифрова економіка змінює світ, вона вимагає кардинального реформування інститутів управління і контролю [3].

Тому, періодичне здійснення ІТ-аудиту в системі управління підприємством буде й надалі актуальним. Адже, це необхідно для надійного захисту інформаційних активів, мінімізації ІТ-ризиків та оптимізації ІТ-інфраструктури. Зрештою, ІТ-аудит дасть можливість керівництву побачити місце та роль інформаційних технологій в організаційній структурі, а також їх вплив на досягнення цілей підприємства та ефективність вкладень у ІТ.

Список використаних джерел

1. Information Technology audit. *Risk Management & Audit Services*. URL: <https://rmas.fad.harvard.edu/faq/what-does-information-systems-audit-entail> (дата звернення: 24.10.2021).

2. Ус Р. Л. Узагальнена класифікація видів аудиту інформаційних технологій. *Формування ринкових відносин в Україні: зб. наук. праць*. 2013. № 2. С. 143-148.

3. Мельник К. П. ІТ-аудитор цифрової економіки. *Екологічні та соціальні аспекти розвитку економіки в умовах євроінтеграції*. VII-ї Всеукраїнської науково-практичної конференції 20-22 травня 2020 р.: [тези доповідей] / за ред. І. О. Мельник та ін. М.: 2020. С. 406-408.

Мельянова Л., к.е.н., доц.
Щербатюк Я., магістр
НУБіП України

РЕЄСТРАЦІЯ ПОДАТКОВИХ НАКЛАДНИХ В ЕЛЕКТРОННОМУ КАБІНЕТІ ПЛАТНИКА, ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ

Вступ. Головною метою впровадження системи електронного адміністрування податку на додану вартість (далі–ПДВ) є зниження ризиків формування фіктивного кредиту, унеможливлення отримання неправомірного відшкодування ПДВ з бюджету, скорочення обсягів тіньової економіки в країні та витрат держави на адміністрування ПДВ.

Основна частина. За системою вхідний ПДВ можна включити до складу податкового кредиту тільки за умови, що такі податкові накладні будуть зареєстровані у Єдиному реєстрі податкових накладних (далі–ЄРПН). Вже з 2015 р. набрав чинності нормативний документ, який вніс нове поняття «реєстраційний ліміт», що обмежує суму, на яку платник податку може зареєструвати свої податкові накладні у ЄРПН.

Реєстраційний ліміт розраховується в автоматичному режимі на підставі інформації, яка поступає до ЄРПН, а саме:

- факту реєстрації податкових накладних постачальниками;
- даних які надходять від державної митної служби;
- даних, отриманих під час опрацювання декларацій з ПДВ;
- факту надходження коштів на спеціальний рахунок.

Відповідно до п. 201.1 ст. 201 Податкового кодексу України на дату виникнення податкових зобов'язань платник податку зобов'язаний скласти податкову накладну в електронній формі з дотриманням умови щодо реєстрації у порядку, визначеному законодавством, електронного підпису уповноваженої платником особи, та зареєструвати її в Єдиному реєстрі податкових накладних у встановлений ПКУ термін [1].

Згідно з п. 201.10 ст. 201 ПКУ реєстрація податкових накладних та/або розрахунків коригування до податкових накладних у ЄРПН повинна здійснюватися з урахуванням граничних строків [2]:

- для податкових накладних/розрахунків коригування до податкових накладних, складених з 1 по 15 календарний день (включно) календарного місяця, — до останнього дня (включно) календарного місяця, в якому вони складені;
- для податкових накладних/розрахунків коригування до податкових накладних, складених з 16 по останній календарний день (включно) календарного місяця, – до 15 календарного дня (включно) календарного місяця, наступного за місяцем, в якому вони складені.

Підприємства вже досить довго використовують механізм електронного адміністрування ПДВ. На практиці ми бачимо ряд переваг використання електронного адміністрування ПДВ, серед яких:

1. Створення єдиної системи, яка об'єднує інформацію відносно всіх зареєстрованих податкових накладних та коригувань до них.
2. Скасування паперової форми податкової накладної та реєстру отриманих та виданих податкових накладних, що призвело до економії часу платників податків на адміністрування ПДВ.
3. Впровадження системи електронного адміністрування ПДВ збільшило дисципліну контрагентів щодо вчасного надання правильно оформлених податкових накладних.
4. Із впровадженням нової системи адміністрування ПДВ стало неможливо видати фіктивну податкову накладну, адже вона в обов'язковому порядку повинна бути зареєстрована в

Єдиному електронному реєстрі та підкріплена або сумою реєстраційного ліміту, або живими коштами, перерахованими на електронний рахунок ПДВ.

5. Для кожного платника податку на безоплатній основі відкрито електронний рахунок.

6. У будь-який момент часу платник податку може подати ряд безкоштовних запитів, серед яких: запит щодо суми, на яку він може зареєструвати податкові накладні (реєстраційний ліміт), запит щодо стану рахунку тощо.

Однак, слід зауважити, що кожна система має й притаманні їй недоліки. Система електронного адміністрування не є виключенням [3]. Її основними недоліками можна зазначити наступні:

1. Контроль за правильністю складання податкової накладної – прямий обов'язок покупця.

2. Важкими для розуміння є виписки, отриманні з електронної системи адміністрування ПДВ, а також підхід до визначення реєстраційного ліміту.

3. Складна процедура бюджетного відшкодування ПДВ.

4. Постійні зміни форм податкової звітності – податкової накладної та декларації з ПДВ.

5. Неможливість формування запиту для отримання податкової накладної за певний період, а лише на окрему дату.

Висновки та пропозиції. Отже, аналізуючи переваги, недоліки та зміни в обліку і адмініструванні ПДВ, вважаємо, що основною метою системи електронної реєстрації ПДВ є недопущення зловживань шляхом незаконного отримання відшкодування ПДВ з бюджету, зниження ризиків фіктивного податку системи кредитування, зменшення розмірів тіньової економіки в країні та державних витрат на адміністрування ПДВ.

Уряд намагається створити ідеальний механізм регулювання обліку та реєстрації операцій з ПДВ, але і на сьогоднішній день існує багато помилок при реєстрації податкових накладних. Потрібно прикласти ще багато зусиль з боку Міністерства фінансів України та платників, щоб покращити систему реєстрації, зменшити тіньовий сектор та фіктивний ПДВ, а не посилювати контрольну функцію та штрафи для платників податків за порушення податкового законодавства.

Список використаних джерел

1. Податковий кодекс України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17/paran5052#n5052>
2. Податкові накладні. URL: <https://i.factor.ua/ukr/law-24/section-123/article-16772/2016-12-21/>
3. Переваги та недоліки ПДВ. URL: <https://taxlink.ua/ua/analytics/doc-zagalna-harakteristika-podatku-na-dodany/perevagi-ta-nedoliki-pdv/>

Мокієнко Т., к.е.н., доц.,
Лимар Д., Шершова В., здобувачі вищої освіти спеціальності
Облік і оподаткування Полтавський державний аграрний університет,
м. Полтава, Україна

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ АВТОМАТИЗАЦІЇ ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНИХ ПРОЦЕСІВ ПІДПРИЄМСТВ

Для управління підприємством необхідна економічна інформація, ядром якої є бухгалтерський облік. Бухгалтерська інформація має значний вплив на рішення суб'єктів господарювання, впливаючи таким чином на економіку країни.

Упровадження інформаційних систем в обліково-аналітичну діяльність підприємства може відбуватись за допомогою розробки системи власними силами, однак, при ускладненні бізнесу, такі засоби перестають задовольняти потреби керівників, оскільки не передбачають управління даними, що мають складну структуру, або за допомогою придбання універсальної системи або пакета прикладних програм. Вибір систем такого роду обмежується, в основному, бухгалтерськими програмами [4].

Різноманітність інформаційних технологій у сучасному світі дозволяє вибрати саме ту, котра може задовольнити вимоги усіх ланок однієї системи та урахувати особливості виробничого циклу суб'єкта господарювання.

Бухгалтерські програми розроблені з урахуванням специфіки вітчизняного бізнесу. Тому вони полегшують процес автоматизації й подальшу роботу з ними. Також системи дозволяють вести свою діяльність відповідно до законодавства.

Ринок бухгалтерського програмного забезпечення представлений широким асортиментом та дозволяє здійснити вибір як між програмами, що потрібно інстальовувати на комп'ютер, так і між онлайн-програмами. До бухгалтерських програм, що застосовуються українськими підприємствами належать: «Діловод», «IT Enterprises», «Дебет Плюс», «BAS Бухгалтерія», «1С: Бухгалтерія». Порівняльну характеристику бухгалтерських програм наведено у табл. 1.

Таблиця 1

Порівняльна характеристика бухгалтерських програм, що використовуються українськими суб'єктами господарювання

Критерії	«Діловод»	«IT Enterprises»	«Дебет Плюс»	«BAS Бухгалтерія»	«1С: Бухгалтерія»
Варіант постачання: Локальна версія програми	-	+	+	+	+
Мережева версія програми	+	+	+	+	+
Резервне копіювання та відновлення даних	+	+	+	+	+
Розмежування прав доступу користувачів	+	+	+	+	+
Використання паролів	+	+	+	+	+
Відповідність Національним положенням (стандартам) бухгалтерського обліку	+	+	+	+	+
Відповідність міжнародним стандартам ведення бухгалтерського обліку	-	+	-	-	-
Можливість ведення кількох підприємств в одній базі	+	+	+	+	+
Можливість ведення управлінського обліку	+	+	+	+	+
Облік основних засобів та запасів	-	+	+	+	+
Облік банківських та касових операцій	+	+	+	+	+
Ведення складського обліку	+	+	+	+	+
Облік заробітної плати	+	+	+	+	+
Формування фінансової звітності	+	+	+	+	+

Джерело: складено автором на основі [2,3,7,8,9].

Основними факторами, що впливають на впровадження інформаційних систем, є потреби користувачів, а також наявність відповідних засобів їх формування [3].

Автоматизація облікових процесів розвивається за рахунок раціоналізації існуючої технології обробки облікової інформації та зниження її трудомісткості.

У сучасних економічних умовах керівнику підприємства доводиться приймати рішення в умовах невизначеності та ризику, що змушує його постійно контролювати різні аспекти виробничо-господарської та фінансової діяльності. Грамотно оброблена і систематизована за певними параметрами, обліково-аналітична інформація є запорукою ефективного управління виробництвом, а відсутність достовірних даних може призвести до прийняття неправильного управлінського рішення [6].

Проте не слід забувати про негативні сторони автоматизації, які підвищують вимоги до кваліфікації облікових працівників, обумовлюють значні витрати на впровадження комп'ютерної облікової системи, викликають необхідність зміни структури управління підприємством, підбору нових кадрів та навчання вже працюючого персоналу, що обумовлює нові витрати та може викликати певні проблеми в діяльності підприємства [6].

Таким чином, на сучасному етапі представлена достатня кількість вітчизняних автоматизованих інформаційних систем для забезпечення оптимізації обліково-аналітичних процедур з урахуванням цілей підприємства. Автоматизовані інформаційні системи підвищують оперативність обробки даних, достовірність, якість інформації, що надає можливість приймати об'єктивні та ефективні управлінські рішення.

Список використаних джерел

1. Голов С. Вдосконалення бухгалтерського обліку і фінансової звітності в Україні в контексті євроінтеграції. *Бухгалтерський облік і аудит*. 2014. № 1. 45 с.
2. Офіційний сайт «Дебет Плюс». URL: <https://debet.com.ua/ru>.
3. Офіційний сайт «Діловод». URL: .
4. Зарицька О. Л. Бази даних та інформаційні системи : метод. посіб. Житомир : Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2009. 132 с.
5. Маслов В. П. Інформаційні системи і технології в економіці : навч. посіб. Київ : «Слово», 2003. С. 14 - 15.
6. Шквір В. Д., Загородній А. Г., Височай О. С. Інформаційні системи і технології в обліку : навч. посіб. ; 3-те вид., перероб. і доп. Київ : Знання, 2007. 439 с.
7. Офіційний сайт «1С: Бухгалтерія». URL: <http://1c.ua/ua/>.
8. Офіційний сайт «BAS Бухгалтерія». URL: <https://www.bas-soft.eu/soft/bas-mass/bas-accounting/>.
9. Офіційний сайт «IT Enterprises». URL: <https://it-enterprise.com/>.

Мокринська З., к.е.н, доц.

Кирик Н., студентка

Національний авіаційний університет

КРЕАТИВНИЙ ОБЛІК: АКТУАЛЬНІ АСПЕКТИ

З кожним роком збільшується кількість облікових завдань, які доводиться вирішувати практикам та теоретикам бухгалтерського обліку. А поширення Міжнародних стандартів фінансової звітності, зумовило застосування у практиці бухгалтерського обліку професійне судження, щодо багатьох облікових в діяльності суб'єкта господарювання. Таким чином, вибір різних оцінок, методів при вирішенні практичних задач стало однією із причин поширення креативного обліку у практиці підприємств.

Узагальнюючи результати досліджень науковців, щодо застосування креативного обліку, слід підкреслити, що це методи і прийоми, котрі не обов'язково відповідають загальній практиці, існуючим стандартам чи прийнятій обліковій політиці підприємств, виходячи із специфіки їх розвитку, проте вони не повинні порушувати встановлене законодавство, сприяти правильному формуванню і обліку фінансових показників, об'єктивному розкриттю корисної інформації та адаптувати її до потреб користувачів.

Сьогодні феномен креативності набуває значної уваги у дослідженні різних аспектів обліку, з огляду на те, що носіями креативності вважаються творчі особистості, що володіють новітніми методами і технологіями обліку. Тому можна стверджувати, що реалізація креативності обліку на підприємстві безпосередньо пов'язана з особистістю, яка використовує його на основі ґрунтового досвіду, гнучкості та оригінальності мислення, логічності мислення, інтуїтивного погляду на явища, що відбуваються у господарській діяльності.

Погоджуємося з висновками Калінеску Т.В. щодо необхідності [1, с. 100 – 101]:

1) проводити не тільки удосконалення існуючих методик з обліку у напрямі креативності, але й мати креативне уявлення на ті проблеми, що існують сьогодні в системі освіти, підготовки та перепідготовки кадрів для роботи на підприємствах різних галузей національної економіки;

2) креативний облік має розповсюджувати креативна сучасна особистість на підприємстві, котра володіє необхідною інформацією, розуміє і знає яким чином слід застосовувати свої інноваційні, творчі підходи для досягнення ефективної діяльності підприємства та визначених стратегічних пріоритетів;

4) розвивати бухгалтерську науку не тільки в плані превалювання сутності над формою, бюрократичного, об'єктивного відображення реального стану речей на підприємстві, а й у напрямку творчого донесення облікової інформації й фінансової звітності до усіх зацікавлених сторін, виявлення виробничих резервів та застосування неординарних, унікальних, інноваційних підходів до їх розкриття в рамках кожного окремого підприємства.

5) зосередити увагу на тому, що бухгалтер – це перша особа, що разом з керівником підприємства підписує усі бухгалтерські, фінансові, прогнозні та стратегічні документи щодо розвитку підприємства. Тому отримання кваліфікації бухгалтера й аудитора, навчаючись на першому рівні (бакалаврському) чи другому (магістерському) має бути престижною і кар'єрною орієнтацією для майбутніх абітурієнтів, не зважаючи на те, що сьогодні стати бухгалтером можна закінчивши будь-які піврічні курси і освоїти користування існуючими планами рахунків, стандартами та іншими законодавчими документами. Однак ніякі курси не дадуть креативні знання майбутньому бухгалтеру – першому представнику компанії, який бачить перспективу розвитку, може досягти поставлених цілей і залучити до своєї діяльності всі зацікавлені сторони.

Креативний облік дозволяє знайти шляхи для зниження витрат за рахунок раціоналізації операцій, процесів, методів організації праці. Для суб'єкта господарювання креативний облік дає можливість знайти рішення, спрямовані на забезпечення конкурентних переваг, шляхом діагностики сильних і слабких сторін їх діяльності, поглибленого вивчення тих об'єктів, які не розглядаються у фінансовому та управлінському обліку. Креативний облік може бути доповненням до фінансового чи управлінського обліку. У підсистемі фінансового обліку можна виділити окремий об'єкт стосовно якого обов'язково виділяють синтетичний рахунок чи субрахунок у межах якого розроблять статті витрат, методика їх відображення у первинних документах та правила групування, агрегування, порядку записів у реєстри та інші процедури.

Креативний облік вимагає виконання певних умов:

- обізнаність системи управління про роль інформації як джерела, без якого неможливе вирішення відповідних бізнес-задач;
- визначення проблеми та меж з метою визначення обсягів суб'єктів бухгалтерського обліку, способів збору даних та обсягу вихідної інформації;
- визначення кола пріоритетних показників;
- вибір необхідних методів оцінки та обліку;
- визначення особливостей презентації інформації у звітності.

Таким чином, погоджуємося з твердженням Пушкар М.С., що для суспільства цей вид обліку цінний тим, що розширяє арсенал методів генерування інформаційних ресурсів про об'єкти, існування яких визнавалося, але аналіз не здійснювався ні в межах підприємства, ні галузі чи держави в цілому [2, С.36].

Список використаних джерел

1. Калінеску Т.В. Креативний облік і аудит економічної діяльності підприємств. *Часопис економічних реформ*. Науково – виробничий журнал. № 2(34), 2019. URL: <https://app.amanote.com/v3.11.10/note-taking/document/p6alAXQBKQvf0BhiGTXt>.
2. Пушкар М.С. креативний облік – благо для бізнесу і суспільства. *Стан і перспективи розвитку облікової інформаційної системи в Україні*: зб. матер. III Міжнародної науково-практичної конференції (м. Тернопіль, 10-11 жовтня 2014 р.). Тернопіль : ТНЕУ, 2014. С.36-39.

Молявін М., аспірант
КНТЕУ

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ОБЛІКУ ВИТРАТ ОПЕРАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЕЛЕКТРОЕНЕРГЕТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Запущений 1 липня 2019 року новий ринок електроенергії України [1] функціонує за європейськими стандартами відповідно до Закону України “Про ринок електричної енергії. Дані нововведення суттєво вплинули на поведінку споживачів електроенергії, що змусило

постачальників боротись на ринку збуту і тим самим впливати на зменшення початкової вартості ціни електроенергії.

Перший етап реформування енергоринку відбувся ще на початку року. З 1 січня 2019 року обленерго були поділені на дві частини: постачальника та оператора енергомереж, з 1 липня ж зміни торкнулись оптової частини ринку — змінились правила роботи електроенергетичних компаній. Держава перестала бути єдиним покупцем і продавцем електроенергії. Поступово ринок переходить до конкурентного механізму, який передбачає двосторонні договори між виробниками та споживачами, постачальниками. Запроваджено балансуєчий ринок, на якому розраховують різницю між прогнозним і фактичним обсягом споживання і його вартістю. Також з'явився ринок “на добу вперед” і внутрішньодобовий ринок, на якому закуповується електроенергія на найближчі години та ринок допоміжних послуг.

До 1 липня 2019 електростанції продавали усю вироблену електрику державній компанії “Енергоринок”. Її вартість для ринку, а також тарифи для споживачів визначала Національна комісія, що здійснює державне регулювання у сферах енергетики та комунальних послуг. “Енергоринок” продавав електрику розподільчим компаніям — обленерго, а ті — підприємствам та приватним споживачам. Кошти рухалися у зворотному напрямку такою ж складною схемою: від кінцевих споживачів, через обленерго до “Енергоринку”, і лише після за цього потрапляли до виробників електрики. Досить часто розрахунки “замикалися” ще на первинних етапах. Через це у галузі утворювалися величезні борги. [2]

Актуальність розробки науково-обґрунтованих положень з обліку витрат операційної діяльності електроенергетичного підприємства в першу обумовлена початком функціонування та розвитком нового ринку електроенергії в Україні; необхідністю достатньої деталізації достовірної економічної інформації про склад витрат операційної діяльності електроенергетичного підприємства, та їх функціонального впливу на процеси тарифоутворення.

Незважаючи на те, що дана тема досліджувалася багатьма науковцями, все ж таки однієї спільної думки вони не досягли. Проблема обліку витрат присвячено чимало праць і новаторських досліджень. Теоретичні та практичні аспекти формування витрат в ході проведення операційної діяльності висвітлені у працях провідних науковців, таких як О.О. Августова, Ф.Ф. Бутинця, В.С. Білоусько, Н.М., О.М. Гайдаєнко, Б.Є. рабовецького, С.Я. Король, Г.В. Колісник, Б.М. Литвина, О.В. Лишиленко, А.М. Герасимовича, С.Ф. Голова, В.І. Єфименко, І.В. Жиглей, М.В. Кужельного, В.Г. Линника, О.А. Мошковська, В.М. Мурашко, В.М. Пархоменко, І.І. Пилипенка, П. Я. Поповича, О.М. Прокопова, В.Я. Савченко, В.В. Сопко, а також зарубіжних вчених: Х. Ганта, Ч. Гаррісона, К. Друрі, Г. Емерсона, Ч. Хорнгрена та інші дослідники.

За даними Міністерства енергетики проведений аналіз роботи електроенергетичних комплексів, загальне виробництво електроенергії в Україні протягом 2020р. (у порівнянні до 2019р) знизилось на 3,3% - до 148,8 млрд кВт-год. Найбільший обсяг е/е протягом минулого року згенерували атомні електростанції (АЕС) – 51,2% або 76,2 млрд кВт-год (що на 8,2% менше за показник 2019р. – 83 млрд кВт-год). На другому місці за обсягами виробництва теплоелектростанції (ТЕС) та теплоелектроцентралі (ТЕЦ), які разом відпустили у мережу – 35,2% від загального обсягу е/е (з них 26,6% припадає на ТЕС, а 8,6% на ТЕЦ) або - 52,34 млрд кВт-год, що на 6,2% менше за аналогічний показник 2019р. В свою чергу, альтернативні джерела енергії (СЕС, ВЕС та інші) у 2020р. виробили 7,3% від усього об'єму, або – 10,84 млрд кВт-год. Це на 95,6% більше е/е ніж у 2019р. (5,54 млрд кВт-год). ГЕС та ГАЕС зайняли 4-е місце в обсязі генерації у 2020р., виробивши 5,1% (з них ГЕС - 4%, ГАЕС -1%), або 7,58 млрд кВт-год, що на 3,7% менше показника генерації у 2019р. (7,86 млрд кВт-год). При цьому споживання ГАЕС у насосному режимі (споживання електроенергії станціями, для балансування енергосистеми) збільшилось на 16,3% - до 2,13 млрд кВт-год. [3]

Прогнозні оцінки ринку електроенергії направлені на три вектори розвитку: фінансового оздоровлення, сталих правил та чіткого прогнозування енергетичного балансу України водночас з розвитком генеруючих, маневрових та накопичувальних потужностей відповідно до потреб споживання.

Таким чином проаналізувавши стан електроенергетичних підприємств в умовах початку функціонування нового ринку електроенергії, проведену реформу можна визнати

наймасштабнішою і найвагомішою з усіх реформ в економіці України. Не зважаючи на суттєві проблеми котрі виникали на початку функціонування ринку, ми маємо успішний подальший досвід ведення справ.

В той час електроенергетичні підприємства не повною мірою готові до нових викликів, які приніс з собою ринок електричної енергії в контексті виникнення нових додаткових витрат в ході проведення операційної діяльності, які певною мірою не мають чіткого стану. За 2020 рік борги у електричній галузі ще більше зросли, виробництво розбалансувалося до того, що довелося терміново зупинити атомні блоки, імпорту електроенергії то припинявся, то відновлювався. Дана ситуація обумовлює необхідність удосконалити теоретичні та методичні підходи до формування і відображення інформації про облік витрат операційної діяльності електроенергетичного підприємства у звітності підприємства враховуючи специфіку їх діяльності.

Зазначене, обумовлює необхідність ґрунтовного дослідження витрат операційної діяльності електроенергетичних підприємств, їх структури під впливом розвитку ринку електроенергії в Україні. Важливим, також, є вивчення державного регулювання та впливу економічних факторів на формування собівартості електроенергетичних послуг. Дані питання є пріоритетними як на рівні електроенергетичних підприємств, так і всієї енергетичної галузі України.

Список використаних джерел

1. Про ринок електричної енергії: Закон України від 13.04.2017 № 2019-VIII (Редакція станом на 01.11.2021) [Електронний ресурс]. Електр. текстові дані. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2019-19#Text> - (дата звернення 11.11.2020)
2. Про ринок електроенергії [Електронний ресурс] – Електрон. текстові дані. – Режим доступу : <http://www.centrenerg.com/post/novii-rinok-yelektroenergii-zapratsyuvav-v-ukraini-na-vuglegirs-kii-tes-zapratsyuvav-novii-viddil/> - (дата звернення 13.11.2020)
3. Інформація про роботу електроенергетичного комплексу: статистичні дані Міністерства Енергетики України [Електронний ресурс]. – Електр. текстові дані. – Режим доступу : http://mpe.kmu.gov.ua/minugol/-control/uk/publish/officialcategory?cat_id=245183225 - (дата звернення 13.11.2020).

Музичук М., аспірант кафедри обліку та оподаткування
Київського національного торговельно-
економічного університету

ЗАСТОСУВАННЯ ПРИНЦИПУ ПРЕВАЛЮВАННЯ СУТНОСТІ НАД ФОРМОЮ У ТРАНСФЕРНОМУ ЦІНОУТВОРЕННІ

Вступ. Принцип превалювання сутності над формою на сьогодні широко застосовується в податковому законодавстві ЄС з метою виявлення уникнення оподаткування з одного боку, а також прийняття рішень на користь платника податків при відсутності формальностей чи шахрайства. Змінами до податкового законодавства України, прийнятими у 2018 році, передбачено його застосування для цілей трансферного ціноутворення (далі-ТЦ).

Основна частина Науковці сходяться на думці, що принцип превалювання сутності над формою є одним із основних принципів сучасного міжнародного оподаткування та міжнародних стандартів фінансової звітності та бухгалтерського обліку [1]. Так, статтею 4 Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» № 996-XIV, (далі- Закон № 996-XIV) серед основних принципів бухгалтерського обліку та фінансової звітності зазначено принцип превалювання сутності над формою, згідно якого операції мають обліковуватися відповідно до їх сутності, а не лише згідно юридичної форми [2]. Зміст цього принципу вивчали вітчизняні науковці С.Ф. Голов [3], Т.Є. Кучеренко [4] Я.В. Соколов [5].

На практиці умови деяких договорів можуть не дотримуватися, сторони можуть діяти по-іншому, аніж було передбачено в договорі. Пункт 1.45. Настанов передбачає, що за таких обставин необхідно здійснювати аналіз фактичної поведінки сторін [6].

З 2019 в Україні Законом України від 23.11.2018 р. № 2628-VIII було імплементовано концепцію «превалювання сутності над формою» для цілей ТЦ: якщо фактичні умови здійсненої контрольованої операції (далі- КО) не відповідають умовам укладеного договору чи фактичні дії сторін і обставини КО відрізняються від умов договору, комерційні та фінансові характеристики контрольованої операції для цілей трансфертного ціноутворення визначаються згідно з фактичними діями сторін операції та фактичними умовами її проведення [7].

Уваги потребує також правило Податкового Кодексу України (далі-ПКУ), яке стосується документально неоформлених операцій, адже і документальні непідтверджені операції чи домовленості є ГО для цілей ТЦ. Тобто, коли сторонами не було укладено договір чи оформлені первинні документи, а господарська операція відбулася за критеріями вона визнається контрольованою, то така операція відображається для цілей ТЦ (звітність та документація з ТЦ, коригування податку на прибуток підприємств за необхідності). У такому випадку здійснюється аналіз фактичних поведінкою сторін операції та фактичними умовами її проведення. Однак обов'язок доведення обставин невідповідності сутності над формою законодавством покладається на контролюючі органи. Враховуючи наведене вище можемо зробити висновок, що коли договір та первинні документи не були оформлені, однак КО фактично відбулася платник податків зобов'язаний відобразити її у обліку та включити до звітності з ТЦ за відповідний звітний період.

ПКУ містить застереження, що у разі сторони КО не надають достатнього обґрунтування фактичної поведінки сторін операції та фактичних умов її проведення, функції, ризику, активи розподіляються на користь сторони КО, яка є резидентом України [8].

Висновки та пропозиції. Імплементация концепції «превалювання сутності над формою» для цілей ТЦ має важливе значення для здійснення аналізу ТЦ. На нашу думку, дане положення має безпосередній вплив на розрахунок рентабельності КО. Подальшим напрямком дослідження є розвиток методології практичного застосування цього принципу для аналізу КО.

Список використаних джерел

1. Економічна сутність та ділова мета: чому їх наявність важлива у правилах ТЦУ <http://www.visnuk.com.ua/uk/news/100019895-ekonomichna-sutnist-ta-dilova-meta-chomu-yikh-nayavnist-vazhliva-u-pravilakh-ttsu>
2. Закон України від 16.07.1999 року Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні № 996-XIV <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14#Text>
3. Голов С. Теорія багатоцільового бухгалтерського обліку / С. Голов // Бухгалтерський облік і аудит. – 2011. – № 4. – С. 3–13.
4. Кучеренко Т. Принцип превалювання змісту над формою у фінансовій звітності / Т. Кучеренко // Вісник КНТЕУ. – 2010. – № 2. – С. 103–113.
5. Соколов Я. В. О приоритете содержания над формой: проблемы учета / Я. В. Соколов, С. М. Бычкова // Бухгалтерский учет. – 2000. – № 1. – С. 72–75.
6. «Настанови ОЕСР по трансфертному ціноутворенню для мультинаціональних підприємств і податкових адміністрацій» 2017 OECD (2017), OECD Transfer Pricing Guidelines for Multinational Enterprises and Tax Administrations 2017, OECD Publishing, Paris <https://doi.org/10.1787/tpg-2017-en>
7. Закон України від 23.11.2018 р. № 2628-VIII Про внесення змін до Податкового кодексу України та деяких інших законодавчих актів України щодо покращення адміністрування та перегляду ставок окремих податків і зборів
8. Податковий кодекс України від 02.12.2010 No2755 VI. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>

ФУНКЦІОНУВАННЯ СПРОЩЕНОЇ СИСТЕМИ ОПОДАТКУВАННЯ, ОБЛІКУ ТА ЗВІТНОСТІ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ СТАНОВЛЕННЯ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

В сучасних умовах розвиток української економіки все більше залежить від діяльності малого бізнесу. Оскільки, суб'єкти малого підприємництва, передусім є каталізаторами інноваційних ідей та гнучких господарських рішень. Тому спрощені системи оподаткування обліку та звітності є основними інструментами підтримки суб'єктів господарювання. Зокрема, головними фіскальними важелями системи державного регулювання є зниження податкового навантаження, спрощення податкового управління та механізмів сплати, засоби детінізації економіки, податкові канікули, можливості господарських і податкових взаємозаліків тощо.

Слід зазначити, що спрощена система оподаткування, обліку та звітності є особливим механізмом справляння податків і зборів, який встановлює заміну окремих податків і зборів єдиним податком з одночасним веденням спрощеного обліку та звітності [1].

У свою чергу, єдиний податок – це місцевий податок, який сплачують фізичні особи – підприємці та юридичні особи, які перебувають на спрощеній системі оподаткування. Цей податок передбачає спрощений облік доходів і витрат, а також замінює сплату та обчислення певної суми обов'язкових податків і зборів, що сплачуються в Україні відповідно до Податкового кодексу України.

У контексті євроінтеграційних процесів, адаптації законодавства України до законодавства ЄС внесено низку змін до Податкового кодексу України, зокрема зміни до спрощеної системи оподаткування, бухгалтерського обліку та звітності, що зумовлено вітчизняними економічними, політичними та соціальними реаліями.

Слід звернути увагу на те, що застосування спрощеної системи оподаткування, обліку та звітності надає суб'єкту господарювання низку переваг:

- спрощення процедури та порядку реєстрації платника податків;
- можливість переходу на єдиний податок з початку будь-якого кварталу;
- спрощення розрахунків, пов'язаних з визначенням сум податку;
- можливість вибору сплати ПДВ;
- спрощення поточного обліку та форм фінансової звітності, передбачених Положенням (стандартами) бухгалтерського обліку;
- зменшення кількості форм та спрощення порядку подання податкової звітності тощо [2, с. 119].

Водночас до недоліків спрощеної системи оподаткування, бухгалтерського обліку та звітності можна віднести: невідповідність законодавчої бази; неможливість застосування спрощених процедур оподаткування для підприємств, які на незначну суму перевищують поріг за масштабами діяльності, тобто обмеженість доходів суб'єктів господарювання та авансування єдиного податку, незважаючи на те, що не враховується, чи будуть фактично отримані доходи від господарської діяльності за звітний період тощо.

В умовах сьогоднішнього виконання Указу Президента України від 17.10.2019 № 761/2019 «Про невідкладні заходи щодо забезпечення сприятливих умов для діяльності фізичних осіб – підприємців прийняли Закон України «Про внесення змін до Податкового кодексу України щодо удосконалення податкового адміністрування, усунення технічних та логічних невідповідностей у податковому законодавстві», що, зокрема, змінює граничні розміри доходів суб'єктів господарювання I, II та III груп спрощеної системи оподаткування [3]. Прийнятий законопроект має суттєві позитивні моменти, які полягають у зменшенні тінізації економіки та підвищенні ефективності функціонування спрощеної системи оподаткування, обліку та звітності для суб'єктів господарювання.

На користь підприємців спрощена система оподаткування має полегшити визначення бази оподаткування та податку, що підлягає сплаті, а також знизити процедуру реєстрації до рівня, прийняттого для звичайних фізичних осіб-підприємців. Тому є нагальна потреба у подальшому

формулюванні заходів щодо реформування чинної спрощеної системи оподаткування, яка б збалансувала національні та комерційні інтереси, тим самим це сприятиме розвитку малого бізнесу України, одночасно збільшуючи податкові надходження до місцевих бюджетів.

Підсумовуючи, можна зробити висновок, що чинна спрощена система оподаткування, обліку та звітності викликає низку суперечностей. Це пов'язано з дисбалансом інтересів держави та тих суб'єктів, які запровадили спрощену систему оподаткування. Сучасна податкова система має бути узгоджена з пріоритетами національної політики соціально-економічного розвитку країни, рекомендується створити постійно діючу робочу групу для виявлення недоліків, удосконалення системи оподаткування малого бізнесу та вдосконалити методи адміністрування єдиного податку на ефективну, відкриту та підзвітну суспільству систему. Також необхідно посилити відповідальність платника єдиного податку за порушення податкового законодавства. Вирішити вищезазначені проблеми можна лише шляхом досягнення балансу між національними та комерційними інтересами.

Список використаних джерел

1. Податковий кодекс України: Закон від 02.12.2010 № 2755-VI // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17> (дата звернення: 20.03.2020)
2. Коба О. В. Порівняльний аналіз загальної та спрощеної системи оподаткування: особливості застосування, проблеми та напрями їх вирішення / О. В. Коба, Ю. Л. Шинкар // Науковий вісник Ужгородського національного університету : серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство / голов. ред. М. М. Палінчак. Ужгород, 2019. Вип. 25, Ч. 1. С. 116-120
3. Про внесення змін до Податкового кодексу України щодо вдосконалення адміністрування податків, усунення технічних та логічних неузгодженостей у податковому законодавстві: Проект Закону від 30.08. 2019 № 1210 // База даних «Законодавство України» / ВР України

Найдьонова Н.

к.е.н., ст.викладач кафедри обліку та оподаткування

Промська В.

студентка 3 курсу факультету фінансів та обліку

Київський національний торговельно-економічний університет, м. Київ, Україна

ПРАВОВИЙ СТАТУС КРИПТОВАЛЮТИ ТА ЇЇ ОБЛІК В УКРАЇНІ

Вступ. Проблема визнання криптовалют є загальнодержавною. Наша країна на законодавчому рівні намагається врегулювати відносини, пов'язані з обігом криптовалют, але ці зміни виявляються малоефективними, тому в Україні фактично є ринок цифрових валют, але юридично він відсутній. На меті стоїть створення дієвих механізмів господарсько-правового, облікового забезпечення їх використання в Україні, тому дана проблема є актуальною.

Основна частина. Криптовалюта – це діджитал-валюта, одиницею якої є «coin». Криптовалюта набула такої популярності саме завдяки її захисту від підробки, оскільки інформація в ній зашифрована та не може бути скопійована. В Україні ще не прийнято регулювання відносин у сфері криптовалют, тому немає прямої заборони на придбання, володіння чи розпорядження криптовалютою, а також немає нормативного визначення валюти.

Існують законопроекти, які спрямовані на легітимізацію та фіксування правового регулювання криптовалют в Україні, а саме законопроект № 3637 «Про віртуальні активи», який пов'язаний з оборотом віртуальних активів в Україні, а також виокремлює обов'язки та права учасників цього обороту. Національний Банк України, який підтримує законопроект, зазначає, що все таки називативалюту «криптою» не є коректно та доцільно, бо це обумовлено її правовою природою, що є складнішою від поняття «валюта». Також важливим є законопроект № 2461 «Про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законів, що стосуються оподаткування операцій з криптоактивами», в якому є терміни «криптоактив», «віртуальний актив», «операція з криптоактивами», «розподілений реєстр», «токен» та «токен-актив», що може допомогти уникнути колізій у законодавстві щодо тлумачення цих виразів. Ще цей законопроект формулює

правила оподаткування на продаж криптоактивів, податок у розмірі 18% для організацій та 5% для фізичних осіб [1].

Залежно від існуючої бізнес-моделі підприємства можуть використовувати різні методи обліку криптовалюти: відповідно до МСБО 38 «Нематеріальні активи»[3]; відповідно до МСБО 2 «Запаси»[2].

Доведено, що найкращим підходом є облік криптовалют відповідно до МСБО 38, оскільки їх характеристики найкраще відповідають визначенню як нематеріальні активи. Згідно з МСБО 38 нематеріальними активами є немонетарні активи, які не мають фізичної субстанції та можуть бути ідентифіковані[2].

МСБО 38 «Нематеріальні активи» допускає визначення собівартості та переоцінки криптоактивів. Криптоактиви потрібно оцінювати за собівартістю під час первинного визнання, а з часом - як собівартість за вирахуванням накопиченої амортизації та збитків від зменшення корисності активів. При використанні моделі переоцінки, можливо обліковувати криптоактиви за переоціненою сумою при наявності для них активного ринку. Але це може стосуватися не всіх криптовалют. Усі криптовалюти в одній категорії повинні використовувати однакову модель оцінки. Якщо є актив, для якого не існує активного ринку, його слід оцінювати за собівартістю[4].

Розрахунок цифрової валюти здійснюється у вигляді транзакцій, записаних у блокчейн, ця технологія є основою для створення кожної валюти. Кожна транзакція, або «блок», передається і перевіряється майнерами, кількість яких необмежена та сприяє надійності системи. Після того, як всі майнери підтверджують правильність проведення операції, блок приєднується до ланцюга. Цей блок не можна усунути, оскільки він містить інформацію про попередні транзакції.

Технологія блокчейн змінить майбутнє і вплине на всі соціальні інститути, особливо на фінансовий облік. Пояснення такого величезного і зростаючого інтересу до технології блокчейн дуже просте. Як відомо, найважливішою умовою ведення бізнесу є довіра. Та як ми всі знаємо, практично будь-яка сфера бізнесу невіддільна від посередників. Умовно кажучи, технологія блокчейн може допомогти вирішити проблему довіри між партнерами та заощадити посередницькі витрати.

Застосування блокчейну у фінансовому обліку може дозволити вирішити проблеми приховування незаконних операцій, навмисного чи неправильного виправлення господарських операцій.

Висновки: Проаналізувавши нормативно-правову базу та алгоритми легалізації криптовалют, слід зазначити, що це нелогічно, оскільки законодавець вніс зміни до податкового законодавства, водночас вирішуючи податкове питання, але питання щодо тлумачення криптовалюти залишається невирішеним. Тому для врегулювання цих правовідносин необхідно спочатку внести зміни до Цивільного кодексу. У ньому має бути зазначено, що таке криптовалюта, що саме можуть робити з цими активами, які права надаються користувачам та які механізми використовуються для їх захисту.

Отже, запорукою успішної інтеграції української економіки у міжнародне інноваційне середовище стане створення відповідних господарсько-правових та облікових механізмів регулювання обігу криптовалют та діяльності криптовалютних бірж.

Список використаних джерел

1. Проект Закону про внесення змін до Податкового кодексу України та деяких інших законів України щодо оподаткування операцій з криптоактивами : від 15.11.2019 р. № 2461 Законотворчість: база даних / Верхов. Рада України. URL:

http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=67423

2. Запаси. *Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку* 2. Міжнародний документ № 929_021 від 12.03.2013. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/929_021#Text

3. Нематеріальні активи. *Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку* 38. Міжнародний документ № 929_050 від 01.01.2012. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/929_050

4. Яцик Т. Методика фінансового обліку криптовалюти як особливого виду електронних грошей. *Молодий вчений*. 2017. № 2 (42). С. 350–353.

ПОРЯДОК ФОРМУВАННЯ ФОНДУ ОПЛАТИ ПРАЦІ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Основним джерелом доходу населення переважної більшості країн, що перебувають на стадії розвитку, так і розвинутих країн є заробітна плата. Заробітна плата забезпечує мобільність робітників. В жодній країні світу питання організації оплати праці не покладається лише на суб'єктів господарювання, левову частку бере на себе державний апарат, хоча методи та масштаби втручання держави у кожній країні різні.

Для забезпечення ефективного функціонування суб'єкта господарювання необхідно здійснювати ґрунтовний аналіз трудових показників, що прямо чи опосередковано впливають на результат їх діяльності. Після проведення аналізу з використанням виявлених тенденцій, можна планувати напрямки подальшої діяльності підприємства. При цьому, слід пам'ятати, що головним завданням аналізу та планування трудових показників є забезпечення випереджаючого зростання фінансово-економічних результатів діяльності підприємства над темпами зростання витрат на утримання робочої сили.

Для проведення аналізу фонду оплати праці потрібно систематично, контролювати його формування і використання, виявляти шляхи можливої економії коштів за умови збільшення продуктивності праці та зменшення трудомісткості виробленої продукції [4, с. 391].

Вагомий внесок у дослідження окремих аспектів формування фонду оплати праці зробили ряд відомих вчених-економістів, такі як: П.Й. Атамас, Ф.Ф. Бутинець, С.Ф. Голов, М.В. Кужельний, В.В. Сопко, В.Г. Швець, Л.М. Яременко та багато інших.

У формуванні фонду оплати праці підприємства важливу роль відіграють економічні інтереси трьох сторін: найманих працівників, роботодавців, держави. Від рівня задоволення інтересів цих сторін залежить ефективність формування фонду оплати праці, тому збалансованість формування фонду оплати праці має задовольнити підприємця, найманого працівника та державу.

Механізм організації оплати праці базується на структурі заробітної плати, яка формується з взаємопов'язаних частин, а саме: основної, додаткової заробітної плати та інших компенсаційних і заохочувальних виплат. Такий поділ заробітної плати на основну, додаткову, інші компенсаційні та заохочувальні виплати є специфічним, оскільки кожен із цих елементів має свій, передбачений чинним законодавством, механізм формування. На сьогодні надзвичайно важливою є чіткість визначення складових структури заробітної плати для забезпечення надійності та стабільності всіх виплат, що в сукупності мають призвести до підвищення рівня матеріального забезпечення кожного працівника, зростання ефективності виробничої діяльності підприємства та сприяти економічному розвитку держави в цілому. Особливістю формування вітчизняної структури заробітної плати є те, що вона відображає всі реальні вигоди, які може отримати працівник під час здійснення роботи загалом, і виконання посадових обов'язків зокрема.

Нормативно-правове регулювання щодо питання структури заробітної плати реалізується на основі Конституції України [3], Кодексу законів про працю України [2], Закону України "Про оплату праці" [6], а також низки підзаконних нормативно-правових актів, серед яких Постанова КМУ "Про упорядкування структури та умов оплати праці працівників апарату органів виконавчої влади, органів прокуратури, судів та інших органів" № 268 від 09.03.2006 р. [5], наказ ДКСУ "Про затвердження Інструкції зі статистики заробітної плати" № 5 від 13.01.2004 р. [1].

Формування фонду заробітної плати є досить важливим питанням для сучасного підприємства. У першу чергу, протиріччя виникає між бажанням підприємця витратити на заробітну плату незначні кошти та відповідністю середнім умовам, які утворилися в конкретний момент на ринку праці. Адже, пропонуючи заробітну плату нижче середнього рівня, важко знайти кваліфікованих працівників. Тому, підприємства змушені пропонувати як мінімум середню зарплатню. А, з огляду на те, що досить часто виникає необхідність у залученні найкращих кадрів, пропонується заробітна плата навіть вища за середню. Тому при

формуванні фонду оплати праці підприємцю необхідно враховувати всі фактори. Також не варто забувати про чинники, які впливають на фонд оплати праці як всередині підприємства, так і за його межами. Якщо підприємство здатне впоратися з внутрішніми чинниками, то воно практично не впливає на зовнішні, що змушує підприємство бути гнучким до різних викликів. Потенційно варто навіть сформувати резервний фонд, який міг би покривати як проблеми, що виникатимуть всередині, так і реагувати на зовнішні фактори.

Останнім гучним викликом не лише для українських але й для іноземних підприємств стали карантинні заходи, пов'язані з пандемією COVID-19. Підприємства змушені були переглядати плани щодо формування фонду оплати праці, скорочуючи при цьому не тільки саму зарплату, а й персонал.

Отже, формування фонду оплати праці є досить складним процесом, що вимагає значних зусиль від менеджменту підприємства, який повинен відповідно до плану розвитку, кадрової та корпоративної політик розраховувати та формувати фонд оплати праці.

Список використаних джерел

1. Інструкція зі статистики заробітної плати: Наказ Міністерства статистики України від 13.01.2004 № 5. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення 25.10.2021)
2. Кодекс законів про працю України: Закон України від 10.12.1971 № 322-VIII. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/322-08/print> (дата звернення 27.10.2021)
3. Конституція України від 28.06.1996 р. № 254к/96-ВР : офіц. текст. Київ : КМ. 2013. 96 с.
4. Овсюк Н.В. Актуальні питання організації, бухгалтерського обліку та аналізу розрахунків за виплатами працівникам. *Фінанси, облік і аудит*. Збірник наук. праць Київського національного ун-ту ім. Вадима Гетьмана. 2013. Вип. 20/1. С. 388-392.
5. Про упорядкування структури та умов оплати праці працівників апарату органів виконавчої влади, органів прокуратури, судів та інших органів: Постанова Кабінету Міністрів України від 09.03.2006 № 268 URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/268-2006-п#Text>
6. Про оплату праці: Закон України від 24.03.1995 № 108/95-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/108/95-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення 27.10.2021)

Овчарик Р., к.е.н, доц.

Білозор Л., к.е.н, доц.

Київський кооперативний інститут бізнесу і права
м. Київ, Україна

АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ АРМ «ПРИЙМАЛЬНА КОМІСІЯ»

Вступ. Проведені дослідження дають можливість констатувати факт - кожен навчальний заклад індивідуально підходить до постановки завдань на основі яких формується процес автоматизації роботи приймальної комісії. Переваги і недоліки доцільно вивести на основі порівняння можливостей кожної автоматизованої системи. Інформація, яка потрапила в систему, буде доступна кожному підрозділу, який її потребує [1, 2]. Підрозділи будуть добре взаємодіяти між собою, що дає більш глобальний масштаб, ніж автоматизація робочих місць. Проте головне, що дасть така система, – це картину стану справ у реальному часі, що дозволяє ефективно впливати на поточну ситуацію. У неавтоматизованій або частково автоматизованій системі на виявлення реального стану речей іде багато часу і робочої сили. Якщо аналізувати структуру навчального закладу, то вона складається з відділів, які виконують певні функції системи освіти. Таким чином, спочатку потрібно визначити функції, потім знайти відповідальні за них відділи й автоматизувати їх в системі єдиного інформаційного простору.

Підвищенню якості організації роботи за рахунок автоматизованого керування, у тому числі і на основі методів і засобів штучного інтелекту присвячені праці: Глушкова В.М., Мінцера О.П., Медведева А. Є., Бояринової К.М., Бутової Р. К., Гудзинського О.Д., Завадського Й.С., Згуровського М.З., Золотарьової І. О., Козака М.І., Кропивка М.Ф., Скуріхіна В.І., Смоляр Л.Г., Худякової І.М., Чупіна А.В., Шулського М.Г. Водночас недостатньо дослідженою є проблема автоматизації процесу приймання документів відбірковими (приймальними) комісіями, формування електронного архіву особових справ, оперативного друку документів (заява

вступника, опис, екзаменаційний лист, розписка про прийняті документи тощо), затверджених Міністерством освіти і науки України для роботи приймальних комісій.

Основна частина. Прийом документів від абітурієнтів під час роботи приймальної комісії Київського кооперативного інституту бізнесу і права обмежений у часі та вимагає контролю роботи технічних секретарів, перевірки дійсності документів абітурієнтів, своєчасної і якісної підготовки супроводжувальних документів. Після апробації результатів спільної праці АРМ "Приймальна комісія" зайняло належне місце в організації роботи приймальної комісії і використана з метою оптимізації часу роботи інспектора приймальної комісії в період вступної компанії. Даний продукт дозволяє автоматизувати практично усі операції, які виконують технічні секретарі та Відповідальний секретар приймальної комісії.

Слід наголосити, АРМ «Приймальна комісія» автоматизує роботу приймальної комісії та забезпечує зберігання особових справ вступників, а також інформації про результати вступу для використання в самій приймальній комісії та її підрозділах. Система забезпечує оптимізацію трудовитрат членів приймальної комісії, при цьому гарантує стабільність роботи, актуальність і достовірність інформації з можливістю в будь-який момент часу змінити (уточнити) її, а також використовувати інформацію у внутрішній мережі навчального закладу [3]. Проведені дослідження свідчать про те, що дана система забезпечує підвищення продуктивності праці членів приймальної комісії (табл. 1).

Таблиця 1. Аналіз роботи приймальної комісії Київського кооперативного інституту бізнесу і права на основі використання АРМ "Приймальна комісія"

Показник	Приймання документів без АРМ "Приймальна комісія"	Приймання документів за допомогою АРМ "Приймальна комісія"
Кількість особових справ оформлених за робочий день одним технічним секретарем (<i>середньоденний показник за липень 2020 р.</i>), Q, одиниць	15 од.	24 од.
Чисельність технічних секретарів (інспекторів) приймальної комісії, (Т) осіб	8 ос.	5 ос.
Витрати часу на приймання документів від одного вступника, хвилин ¹	30 хв.	11 хв.
Загальні витрати часу на приймання документів від вступників за день, W, годин	7,5 год.	4,5 год.
Пропускна потужність приймальної комісії з оформлення особових справ за день, S ($Q \times T$), одиниць	120 од.	120 од.

Висновки та пропозиції. Запровадження АРМ "Приймальна комісія" в Київському кооперативному інституті бізнесу і права, для приймання документів від 120 вступників забезпечило: скоротити технічних працівників приймальної комісії на 3 ос., зменшити витрати часу на приймання документів від одного вступника на 19 хв. (63%); збільшити кількість укомплектованих особових справ на 9 од. і відповідно скоротити загальні витрати часу на приймання документів від вступників з 7,5 год до 4,5 год. (на 40%). Хочемо зробити наголос на тому, що дана комп'ютерна система показала себе із позитивної сторони. Вона легко встановлюється, має можливість оперативного втручання та внесених відповідних змін які стосуються в першу чергу макрорівня - Міністерства освіти і науки України, підлягає легкому засвоєнню і може використовуватись працівником приймальної комісії без особливих витрат часу на навчання.

Список використаних джерел

1. АСУ «ВНЗ» Автоматизована система керування ВНЗ всіх рівнів акредитації - режим доступу: <http://stservice.com.ua/index.php/29-ask-vnz/82-2016-08-09-09-39-47>
2. Автоматизована система управління навчальним процесом НТУ «ХПІ» (АСУ НП) - режим доступу: https://www.kpi.kharkov.ua/ukr/wpcontent/uploads/sites/2/2018/05/ASU_presentation_site_25-04-2018.pdf

¹ Показник визначений на основі середнього хронометражу часу за липень 2020 р.

3. Свідоцтво про реєстрацію авторського права на твір № 78334 «Комп'ютерна програма "Автоматизоване робоче місце "Приймальна комісія вищого навчального закладу" / Овчарик Р.Ю., Камінська Т.Г., Охріменко І.В.

Орехова А., д.е.н., професор
Сумський національний аграрний університет,
м. Суми, Україна

Ольховик В., здобувач вищої освіти
Сумський національний аграрний університет,
м. Суми, Україна

ПИТАННЯ ВДОСКОНАЛЕННЯ ФІНСОВОГО КОНТРОЛЮ ДІЯЛЬНОСТІ БЮДЖЕТНИХ УСТАНОВ

Ефективність діяльності бюджетної установи залежить від низки факторів, найважливішим з яких є обґрунтованість складання кошторису доходів та видатків. Тому контролю за правильністю складання кошторису доходів та видатків бюджетної установи приділяється велика увага. Цей контроль здійснюють розпорядники (розпорядники) бюджетних коштів, у віданні яких перебувають бюджетні установи.

Головні розпорядники під час розгляду проектів кошторисів, планів асигнувань загального фонду бюджету, планів надання кредитів із загального фонду бюджету, планів спеціального фонду, планів використання бюджетних коштів (крім планів використання бюджетних коштів одержувачів), помісячних планів використання бюджетних коштів зобов'язані:

а) забезпечити суворе виконання вимог законодавства, а також вказівок щодо складання та виконання кошторисів на наступний рік;

б) дотримуватися режиму економії, не допускати включення до кошторисів бюджетних асигнувань не обумовлених потребою;

в) забезпечити в проектах кошторисів, планів асигнувань загального фонду бюджету, планів надання кредитів із загального фонду бюджету, планів спеціального фонду, планів використання бюджетних коштів (крім планів використання бюджетних коштів одержувачів), помісячних планів використання бюджетних коштів дотримання доведених у лімітних довідках річних обсягів бюджетних асигнувань і їх помісячного розподілу з урахуванням термінів проведення окремих заходів і можливості здійснення відповідних видатків бюджету;

г) не допускати прийняття в кошторисах сум, не підтверджених розрахунками та економічними обґрунтуваннями [3].

Проблематикою теорії та практики фінансового контролю за діяльністю бюджетних установ України опікувалися такі вчені як: С. Бардаш, В. Бортняк, Л. Будник, Н. Владімірова, Л. Гуцаленко, Є. Дейнеко, Л. Дікань, Д. Долбнева, О. Дорошенко, Д. Калінкін, Є. Калюга, О. Кожушко, В. Піхоцький, О. Редько, М. Романів, Ю. Слободяник, І. Труш, Л. Чижевська, І. Чугунов, І. Чумакова, О. Шевчук та ін. Не зважаючи на ґрунтовність проведених досліджень залишаються певні питання, що потребують додаткового дослідження та вивчення.

У процесі контролю систематично перевіряється та досліджується діяльність усіх об'єктів управління, всіх ділянок, виробництв, виявляються причини відхилень від цілей, поставлених перед конкретним об'єктом, та в оперативному порядку вживаються заходи щодо їх усунення. У результаті видно, що бюджетні установи, як і комерційні, ведуть бухгалтерський облік шляхом подвійного запису на рахунках, відповідно до Плану рахунків бухгалтерського обліку в державному секторі. Щорічно складається необхідний кошторис на установу, куди входять усі витрати, включаючи оплату праці персоналу та комунальні послуги установи. У бюджетної установи немає права розпоряджатися наявними коштами на власний розсуд. Кошти завжди повинні бути використані за призначенням.

Реформування системи фінансового контролю за європейськими стандартами передбачає поєднання державного контролю з недержавним (громадським) контролем, що має зменшити негативні тенденції незаконного та нецільового використання бюджетних коштів.

До головних напрямів реформування фінансового контролю діяльності бюджетних установ

в умовах посилення євроінтеграційних процесів необхідно віднести:

- вдосконалення методики вжиття контрольних заходів на підставі ризик-орієнтованого підходу під час вибору об'єктів перевірки;
- гармонізацію внутрішнього контролю та аудиту з метою підвищення прозорості бюджетних відносин та запобігання корупції в державному секторі;
- вдосконалення законодавчої бази у сфері державного фінансового контролю та приведення її у відповідність до міжнародних стандартів з урахуванням світового досвіду;
- розроблення єдиних вітчизняних концептуальних засад, стандартів, форм і методів проведення фінансового контролю діяльності бюджетних установ;
- поліпшення інформаційного, матеріального та кадрового забезпечення контролюючих органів;
- посилення ефекту профілактики правопорушень у сфері діяльності бюджетних організацій; посилення взаємодії та координації усіх учасників бюджетних відносин у сфері фінансового контролю;
- оптимізацію організаційної структури та розмежування функцій контролюючих органів;
- організацію роботи внутрішнього аудиту в бюджетних установах та організаціях, а також підвищення його ефективності [1].

Як зазначає Рак Г.В. [2], вдосконалення методики контролю за використанням фінансових ресурсів у бюджетних установах України можливе за рахунок формування системи показників аудиторської оцінки надання публічних послуг бюджетними установами та використання програмно-цільових методів у підвищенні ефективності освоєння бюджетною установою обсягу виділених фінансових ресурсів для реалізації поточних бюджетних програм соціально-економічного розвитку.

Таким чином, фінансовий контроль діяльності бюджетних установ слід розглядати як важливу функцію державного управління, за допомогою якої підвищується їх ефективність, забезпечується економне, раціональне та доцільне використання бюджетних ресурсів. З метою вдосконалення системи державного фінансового контролю в Україні доцільно враховувати міжнародний досвід та наближати до міжнародних стандартів діяльність контролюючих органів.

Список використаних джерел

1. Іваськевич Х. І. Аналіз особливостей фінансового контролю діяльності бюджетних установ в Україні. *Бізнес-навігатор*. 2018. Вип. 2-2. С. 92-98.
2. Рак Г. В. Шляхи вдосконалення методичного підходу до контролю за використанням фінансових ресурсів у бюджетних установах. *Економічний аналіз: зб. наук. праць*. 2018. Том 28. № 1. С. 161-167.
3. Шелест О. Л., Завадська О. О. Посилення ролі фінансового контролю в процесі складання кошторису бюджетної установи. *Ефективна економіка*. 2019. № 11. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2019_11_41

Павелко О., д.е.н., професор
Кучер Ю.

здобувач вищої освіти другого (магістерського) рівня,
Національний університет водного господарства
та природокористування, м. Рівне, Україна

ОБЛІКОВІ НОМЕНКЛАТУРИ ТА ЇХ ЗНАЧЕННЯ В ОРГАНІЗАЦІЇ ОБЛІКУ

Висока актуальність даної тематики підтверджується тим, що організація обліку є ключовим механізмом ефективної діяльності кожного господарюючого суб'єкта. Належним чином організована робота на всіх ділянках обліку дозволить підприємству бути стійкішим порівняно з конкурентами на вже освоєному ринку та при пошуку нових каналів збуту продукції чи послуг. При цьому саме облікові номенклатури є надважливим об'єктом організації облікового процесу.

Дослідження питання визначення поняття облікових номенклатур та їх значення в

організації обліку, здійснювали такі, вчені, як Сопко В.В., Кузьмінський А.М., Свірко С.В., Бутинець Ф.Ф., Пилипенко А.А. та інші.

Отже, *облікова номенклатура* – це перелік господарських фактів про наявність та рух господарських засобів, джерел їх утворення, господарські операції, а також результати господарської діяльності, що мають знайти відображення у бухгалтерському обліку [2]. Інакше кажучи, це згрупована облікова інформація за певними ознаками на кожному з етапів облікового процесу. Підприємства формують свої облікові номенклатури залежно від низки факторів. Склад облікових номенклатур характеризується специфікою діяльності, оскільки вид економічної діяльності, структура господарюючого суб'єкта, стратегія функціонування та розвитку – це ті чинники, які безпосередньо впливають на визначення переліку та обсягів облікової інформації, яку необхідно задіяти в обліковому процесі. Для раціональної організації облікових номенклатур необхідно, передусім, визначити обсяги інформації, показники, одиниці виміру, що дозволять повною мірою відтворити ті події і факти, які підлягають обліку.

Інша справа, коли облікові номенклатури потрібно розробити для новоствореного підприємства. Цей процес є складнішим, оскільки слід визначити перелік об'єктів господарювання, які підлягають документуванню. В таких випадках потрібно брати за приклад досвід функціонуючих підприємств тієї ж галузі, що і новостворене підприємство [4]. Для визначення переліку облікових номенклатур з кожного підрозділу бухгалтерського обліку (обліку коштів, матеріалів, основних засобів тощо), складають перелік усіх об'єктів окремо для кожного технологічного етапу облікового процесу [1]. Формуючись під впливом господарської діяльності суб'єкта господарювання, облікові номенклатури характеризують об'єкти обліку [3].

Організація облікових номенклатур передбачає два етапи: вибір (формування) облікових номенклатур і власне складання їх переліку.

На етапі первинного обліку достатньо уваги слід приділити факту добору облікових номенклатур, які будуть вхідною інформацією, що в подальшому проходитиме через увесь обліковий процес, а далі через показники звітності характеризуватиме результати господарювання. Якщо не сформувати достатнього обсягу облікових номенклатур на початку, то на підсумковому етапі облікового процесу наявна облікова інформація не відобразатиме повного якісного змісту облікових номенклатур.

Наступним етапом є впорядкування переліку облікових номенклатур вже на етапі поточного обліку. При цьому слід зважати на показники, які ілюструються на рівні звітності, та враховувати інтереси зовнішніх і внутрішніх користувачів інформації з метою налагодження системи аналітичного і контрольного процесів в частині стратегічного розвитку господарюючого суб'єкта. До прикладу, основними об'єктами бухгалтерського обліку виконання кошторису суб'єктів державного сектору є: доходи загального фонду; доходи спеціального фонду; грошові кошти (безготівкові, готівкові); видатки: касові і фактичні; із загального та спеціального фондів; розрахунки з дебіторами і кредиторами: розрахунки з оплати праці; зі стипендіальних виплат; з постачальниками і підрядниками; з іншими кредиторами та дебіторами; інші зобов'язання: довгострокові; короткострокові; необоротні активи: основні засоби; інші необоротні матеріальні активи; нематеріальні активи; запаси; капітал бюджетних установ: фонд у необоротних активах; фонд у малоцінних та швидкозношуваних предметах; результат виконання кошторису [3].

Організація облікових номенклатур підсумкового (синтетичного) обліку передбачає систему показників, які висвітлюються у в різних формах звітності. Очевидно, що підґрунтям для формування облікових номенклатур є вже сформовані на етапі поточного обліку облікові номенклатури.

Отже, формування облікових номенклатур є надважливим моментом в організації бухгалтерського обліку. Їх наявність сприяє уникненню дублювання операцій в обліку; обґрунтованому вибору первинних документів та облікових реєстрів; належному формуванню документообігу; пошуку швидкого та якісного рішення інших питань бухгалтерського обліку.

Список використаних джерел

1. Облікові номенклатури різних етапів облікового процесу. URL: <https://studentbooks.com.ua/content/view/270/35/1/1/> (дата звернення 07.11.2021).

2. Облікові номенклатури як об'єкти організації облікового процесу. URL: <https://economics.studio/osnovyi-buhgalterskogo-ucheta/oblikovi-nomenklaturi-yak-obekti-organizatsiji-75835.html> (дата звернення 07.11.2021).

3. Організація облікових номенклатур. URL: <https://buklib.net/books/23281/> (дата звернення 07.11.2021).

4. Організація облікових номенклатур. URL: <https://pidru4niki.com/1044032064551/buhgalterskiy-oblik-ta-audit/organizatsiya-oblikovih-nomenklatur> (дата звернення 07.11.2021).

Подлужна Н., д.е.н., професор
Шинкаренко А., здобувач вищої освіти
ДВНЗ «Донецький національний технічний університет»

МЕТОДИЧНЕ ОБГРУНТУВАННЯ ОБЛІКУ МАЛОЦІННИХ ТА ШВИДКОЗНОШУВАЛЬНИХ ПРЕДМЕТІВ БЮДЖЕТНИХ УСТАНОВ

Важливе місце в процесі діяльності установи займають матеріальні цінності, що забезпечують ефективне функціонування та її економічний розвиток. Вони являються найбільш цінною частиною активів. Якість і істинність обліку матеріальних цінностей впливає на формування витрат державних установ та систему відображення в звітності.

Проблемам дослідження методичного забезпечення обліку запасів присвячено праці українських вчених Т. Кондрашової, І. Кондратюк, С. Свірко, А. Гринь, М. Рета та інших. Проте не існує єдиного підходу до визначення оптимального визначення теоретико-методичного обґрунтування обліку запасів бюджетних установ.

Отже, метою дослідження є визначення особливостей обліку малоцінних та швидкозношуваних предметів бюджетних установ.

У результаті дослідження встановлено, що відповідно до НП(С)БО 123, запасами виступають активи, які відповідають наступним умовам:

- утримуються для подальшого продажу, безоплатного розподілу передачі за умов звичайної господарської діяльності;
- перебувають у процесі звичайної діяльності суб'єкта державного сектору для подальшого споживання;
- перебувають у формі сировини чи допоміжних матеріалів для використання у виробництві продукції, при виконанні робіт, наданні послуг або для досягнення поставленої мети та/або задоволення потреб суб'єкта державного сектору [1].

До того ж, згідно з НП(С)БО 123 «Запаси» включають в себе «малоцінні та швидкозношувані предмети, що використовуються не більше одного року або протягом операційного циклу, якщо він більше одного року» [1], вони обліковуються згідно цього НП(С)БО та МР.

Таким чином, малоцінні та швидкозношувані предмети поділяються на дві групи:

- перша група відноситься до запасів (рахунок 1812), вони включаються до складу запасів у другому розділі активу балансу «Оборотні активи»;
- друга група відноситься до малоцінних необоротних матеріальних активів (рахунок 1113). Вона включена до першого розділу активу балансу «Необоротні активи» у складі основних засобів.

На рахунку 1812 (1822) ведеться облік малоцінних та швидкозношуваних предметів на складі, в тому числі малоцінних та швидкозношуваних предметів спеціального призначення, що мають специфічне призначення і обмежене короткотермінове застосування в окремих галузях, та термін їх експлуатації не більше одного року або операційного циклу, якщо він більше 1 року.

Досліджено, що оцінка вибуття запасів здійснюється за трьома методами, до яких належать метод середньозваженої собівартості, метод ідентифікованої собівартості відповідної одиниці запасів та метод собівартості перших за часом надходження запасів, рис. 1.

Методи оцінки вибуття запасів:

<p style="text-align: center;">Середньозваженої собівартості запасів.</p> <p>Оцінка здійснюється щодо кожної операції з вибуття запасів діленням сумарної вартості таких запасів на дату операції на сумарну кількість запасів на дату операцій</p>	<p style="text-align: center;">Ідентифікованої собівартості відповідної одиниці запасів.</p> <p>Оцінюються запаси та послуги, що виконуються для спеціальних замовлень і проектів, а також запаси, які не замінюють один одного</p>	<p style="text-align: center;">Собівартості перших за часом надходження запасів.</p> <p>Базується на припущенні, що запаси використано в тій послідовності, у якій вони надходили до суб'єкта державного сектору</p>
--	--	---

Рис 1. Методи оцінки вибуття запасів установ державного сектору

У бюджетних закладах може використовуватися лише один метод оцінки вибуття запасів, який зазначається в обліковій політиці установи [2]. У результаті дослідження було встановлено, що в умовах Відділу освіти Мар'їнської райдержадміністрації Донецької області використовується метод ідентифікованої собівартості відповідної одиниці запасів в обліку вибуття запасів установ державного сектору.

Визначено, що цей метод як і всі інші, має свої переваги та «слабкі місця», які потрібно враховувати в обліковій політиці установ, табл. 1.

Таблиця 1 - Переваги та «слабкі місця» методу ідентифікованої собівартості для оцінки вибуття запасів

Переваги	«Слабкі місця»
<p>Метод є доцільним для оцінки вибуття запасів при умові, якщо в установі використовують запаси великої вартості, або ті, що не можуть бути взаємозамінними;</p> <p>Відбувається суміщення фізичних та вартісних оборотів запасів.</p>	<p>Неможливість використання методу, якщо в установі велика кількість запасів та значна номенклатурна різноманітність;</p> <p>Метод є складним та обмеженим для відстеження придбання й використання конкретних одиниць кожного найменування запасів.</p>

Таким чином, визначено визначення особливості бухгалтерського обліку малоцінних та швидкозношуваних предметів бюджетних установ. Встановлено, що облік малоцінних та швидкозношуваних предметів бюджетних установ здійснюється за трьома основними методами, найбільш поширеніший серед яких є метод ідентифікованої собівартості відповідної одиниці запасів.

Список використаних джерел

1. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку в державному секторі 123 «Запаси», затверджене наказом Мінфіну від 12.10.2010 р. № 1202.
2. Дмитренко А. В. Економічна сутність поняття виробничі запаси. Економіка і регіон. 2016. № 2. С. 149-152.

Пристемський О., д.е.н., доц.,
 професор кафедри обліку і оподаткування
Пашинний А., здобувач,
 Херсонський державний аграрно-економічний університет, м. Херсон

ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗРАХУНКІВ З ПОКУПЦЯМИ ТА ЗАМОВНИКАМИ НА ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Вступ. Кожне торговельне підприємство у процесі своєї економічної діяльності закупає та реалізовує певний вид продукції. За реалізацію своєї продукції суб'єкти господарювання отримують доходи, після чого визначається фінансовий результат діяльності підприємства, тобто прибуток чи збиток. Бухгалтерський облік процесів реалізації товарів відображує ефективність

функціонування підприємства, а також є необхідною складовою для виконання важливих управлінських завдань.

Основна частина. Розрахунки з покупцями та замовниками – це економічні відносини, що виникають між суб'єктами господарювання, які реалізують свою продукцію, з одного боку, та суб'єктами, які купують або замовляють її, з іншого. Перед підприємством-постачальником виникає зобов'язання поставити товар, а перед покупцем чи замовником – сплатити за отриману продукцію. Такі взаєморозрахунки підкріплюються письмовою угодою, або договором встановленого зразка, де наводиться інформація про умови та деталі виконуваних операцій. Угоди такого характеру класифікують на: договори купівлі-продажу, постачання, підряду, надання послуг тощо.

Безпосередньо в момент реалізації продавцем своєї продукції покупцям виникає дебіторська заборгованість, що характеризується сумою зобов'язань, які підприємству-продавцю винні покупці. Дебіторська заборгованість утворюється внаслідок укладення договірних угод, входить до складу оборотних активів, має високу ліквідність та помітний вплив на фінансову діяльність і фінансовий стан організації. У тому випадку, коли покупець здійснює авансовий платіж за продукцію, то для підприємства-продавця виникає кредиторська заборгованість як перед покупцем, погашення якої передбачає постачання товарів, надання послуг чи виконання робіт, так і перед бюджетом, шляхом сплати ПДВ з авансового платежу. На відміну від дебіторської заборгованості організація в разі виникнення кредиторської заборгованості, використовує в своєму обороті не належні їй кошти і не оплачені суми зобов'язань [1]. Терміни погашення як дебіторської, так і кредиторської заборгованості встановлюються відповідними законами або угодами.

Нині виділяють певні чинники, які впливають на розрахунки з покупцями та замовниками: вплив договірних зобов'язань на діяльність підприємства; зміна конкуренції на ринку покупця; собівартість продукції при визначенні ціни продажу; бренд як нематеріальний актив підприємства. При відображенні розрахунків з покупцями на рахунках бухгалтерського обліку та у фінансовій звітності використовують принцип превалювання сутності над формою. Цей принцип передбачає правдиве відображення фактів господарського життя підприємства, тоді як їх юридичне оформлення не стоїть на першому плані [2].

На сучасному етапі економічного розвитку виникають питання та проблеми облікового забезпечення розрахунків з покупцями та замовниками в торгівлі, які потребують сучасних рішень та подальших досліджень. Серед них виділяють:

- відображення в реєстрах бухгалтерського обліку інформації про стан розрахунків з покупцями в торгівлі, їх подальше удосконалення відповідно до міжнародних стандартів фінансової звітності (МСФЗ);
- класифікація розрахунків з покупцями в роздрібній та оптовій торгівлі, систематизація факторів та показників систем лояльності в торгівлі;
- опрацювання єдиного підходу до розрахунку, оцінки та відображення в обліку знижок, бонусів, винагород та інших заохочень;
- визначення впливу застосування систем лояльності при розрахунках з покупцями з урахуванням знижок на базу оподаткування доходів [3].

Для здійснення контролю за розрахунками як з вітчизняними, так і з іноземними покупцями та замовниками використовують джерела інформації у вигляді первинних документів, наведених у таблиці 1.

Таблиця 1

Документування розрахунків з покупцями та замовниками

Розрахунки з вітчизняними покупцями та замовниками	Розрахунки з іноземними покупцями та замовниками
Виникнення зобов'язань	
Податкові, видаткові та товарні накладні, рахунки, акти приймання-передачі товару, наданих послуг, виконаних робіт.	Рахунки-фактури, транспортні накладні (наприклад, залізничні), комерційні угоди, документи про перерахування митних сум, розрахунки бухгалтерії по курсовим різницям.
Погашення зобов'язань	
Прибуткові касові ордери, виписки банку, векселі.	Банківські виписки та векселі.

Контроль за розрахунками з покупцями та замовниками слід починати з контролю за взаємним виконанням договірних зобов'язань обома сторонами та здійснювати його у розрізі таких видів дебіторської заборгованості: дійсної, сумнівної або безнадійної. Дійсна дебіторська може поділятися на короткострокову або поточну (термін її погашення становить менше 12 місяців або протягом звичайного операційного циклу) та довгострокову (не виникає під час звичайного операційного циклу та термін її погашення складає більше 12 місяців). Сумнівною заборгованістю вважається заборгованість за придбані товари, надані послуги чи виконані роботи, щодо якої є сумніви у її поверненні боржником. Безнадійною вважають заборгованість, строк погашення якої закінчився або є впевненість про її неповернення позичальником.

Висновки та пропозиції. Отже, раціональне обліково-аналітичне забезпечення розрахунків з покупцями та замовниками має важливе значення для торговельних підприємств. Задля підвищення ефективності таких розрахунків підприємство повинне раціонально обирати форму взаєморозрахунків з контрагентами, вдосконалювати систему документообігу, заохочувати облікових працівників та вдосконалювати їх професійну підготовку, забезпечувати контроль за виконанням зобов'язань, проводити відповідні заходи задля усунення фактів виявлення бухгалтерських помилок та зловживань службовим становищем, впроваджувати передові інноваційні розробки та сприяти автоматизації облікового процесу на всіх ланках господарської діяльності.

Список використаних джерел

1. Дідоренко Т. В. Завдання та принципи побудови обліку розрахунків з покупцями і замовниками / Т. В. Дідоренко, І. М. Белова // Сталій розвиток економіки. - 2015. - № 3. - С. 217-220. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/sre_2015_3_33 (Дата звернення: 01.11.2021).
2. Пристемський, О. С. Концептуальні засади управління доходами торгового підприємства // Теорія і практика торговельного підприємництва в Україні: [колективна монографія] / за редакцією Н. С. Танклевської. – Херсон, 2018. С. 100-107
3. Меліхова Т. О., Шарко Д. М. Удосконалення обліку і аудиту розрахунків з покупцями на підприємстві. Інвестиції: практика та досвід. 2020. № 21-22. С. 30–36.

Попко Є.,
ННЦ «Інститут аграрної економіки», Київ, Україна

ДЕРЖАВНІ ДИВІДЕНДИ ДЕРЖПІДПРИЄМСТВ: ОБЛІК ТА ЗАКОНОДАВЧІ ОСОБЛИВОСТІ

Частина чистого прибутку, яку сплачують державні підприємства до бюджету, називають ще державними дивідендами, що цілком відображає сутність цього платежу на користь держави як акціонера (власника) такого підприємства. Разом із тим у порівнянні з іншими власниками корпоративних прав розмір відрахувань на користь держави суттєво вищий: у 2019 році – 90 %, у 2020-2021 роках – 80 %. Такі відсоткові ставки особливо для підприємств, які реалізують не тільки комерційну, а й соціальну, екологічну та експериментально-наукову функції, призводить до значного вилучення коштів, які потенційно важливі для оновлення матеріально-технічних ресурсів та супроводу досліджень.

Водночас норми Порядку відрахування до державного бюджету частини чистого прибутку (доходу) державними унітарними підприємствами та їх об'єднаннями, затвердженого Постановою Кабінету Міністрів України від 23.02.2011 р. № 138 (далі – Порядок № 138) [1] містять виключення щодо необхідності сплати частина чистого прибутку державними комерційними підприємствами, які відповідно до статті 1 Закону України «Про наукову і науково-технічну діяльність» від 26.11.2015 р. № 848-VIII [2] належать до наукових установ. Враховуючи зазначене, державні підприємства часто розглядають можливість скористатися так званою «пільгою» і уникнути обов'язку наповнювати дохідну частину загального фонду Державного бюджету України своїм прибутком.

Хоча державні дивіденди не є податковим платежем, проте саме на Державну податкову

службу покладено обов'язок контролю за нарахуванням та звітуванням щодо них. Розглядаючи питання законності несплати частини чистого прибутку, податківці наводять кілька критеріїв, на які має орієнтуватися державне підприємство [3-6]. Йдеться зокрема про такі:

- наявність статусу наукової установи;
- пріоритетність наукової та/або науково-технічної діяльності серед інших видів;
- обов'язок спрямовувати 50 % і більше доходу на «проведення наукової та (або) науково-технічної діяльності та розвиток матеріально-технічної бази, необхідної для проведення наукових досліджень і науково-технічних (експериментальних) розробок» [2].

Отже, звільняється від сплати частини чистого прибутку саме наукова установа. Нею є юридична особа незалежно від організаційно-правової форми та форми власності, утворена в установленому законодавством порядку, для якої наукова та (або) науково-технічна діяльність є основною. Основна діяльність наукових установ – це проведення фундаментальних і прикладних досліджень, науково-технічних (експериментальних) розробок, надання науково-технічних послуг, проведення наукової і науково-технічної експертизи, підготовка наукових кадрів, розвиток і збереження наукової інфраструктури. Тобто код з розділу 72 «Наукові дослідження та розробки» КВЕД має бути визначений як основний, зокрема і в статуті підприємства.

Далі податківці наполягають на офіційному визнанні статусу наукової установи. Під цим вони розуміють включення державного підприємства до Державного реєстру наукових установ, яким надається підтримка держави (<http://rni.mon.gov.ua/public/index.php>). Включенню до цього реєстру передують Атестація наукової установи. Водночас норми Порядку № 138 не передбачають необхідність підтвердження такого статусу.

Щодо останнього критерію (спрямування 50+ % доходу на провадження наукової та (або) науково-технічної діяльності та розвиток матеріально-технічної бази), то тут обов'язково потрібно налагодити належний аналітичний облік, який дозволить оперативно та чітко ідентифікувати витрати на наукову діяльність і оновлення (придбання, ремонт, удосконалення) матеріально-технічних ресурсів.

В бухгалтерському обліку нараховані державні дивіденди відображаються на основі бухгалтерської довідки за дебетом субрахунку 443 «Прибуток, використаний у звітному періоді» і кредитом рахунку 67 «Розрахунки з учасниками» (табл. 1).

Таблиця 1

Відображення в бухгалтерському обліку частини чистого прибутку,
яку відраховують державні підприємства до бюджету

Господарська операція		Кореспонденція рахунків	
дата	зміст	Дт	Кт
31.12	Нараховано частину чистого прибутку, яка підлягає сплаті до державного бюджету	443	671
06.01	Перераховано частину чистого прибутку до державного бюджету	671	311

Таким чином, якщо державне підприємство займається науковою та/або науково-технічною діяльністю, має один чи декілька кодів з розділу 72 «Наукові дослідження та розробки» КВЕД, але така діяльність не є для нього основною, воно зобов'язано нараховувати та сплачувати частину чистого прибутку до державного бюджету.

Список використаних джерел

1. Про затвердження Порядку відрахування до державного бюджету частини чистого прибутку (доходу) державними унітарними підприємствами та їх об'єднаннями: Постанова Кабінету Міністрів України від 23.02.2011 р. № 138. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/138-2011-п#n14> (дата звернення: 08.11.2021).

2. Про наукову і науково-технічну діяльність: Закон України від 26.11.2015 р. № 848-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/848-19#n7> (дата звернення: 05.11.2021).

3. Лист ДФС від 14.07.2016 р. № 15279/6/99-99-15-02-02-15. URL: <http://surl.li/apriq> (дата звернення: 08.11.2021).

4. Лист ДФС від 14.12.2017 № 2996/6/99-99-15-02-02-15/ІПК. URL: <http://surl.li/aprju> (дата звернення: 08.11.2021).

5. ІПК від 18.07.2019 р. № 3330/6/99-99-15-02-02-15/ІПК/. URL: <https://cutt.ly/6Tpe4v> (дата

звернення: 05.11.2021).

6. Податкова консультація від 04.03.2020 р. № 901/6/99-00-07-01-01-06/ІПК. URL: <https://cutt.ly/QTrpC8C> (дата звернення: 08.11.2021).

Порсюрова І., к.е.н, ст. викл.
ХТЕІ УПА, м. Харків, Україна

АУДИТОРСЬКІ ПРОЦЕДУРИ ВИЯВЛЕННЯ ПОРУШЕНЬ ПРИ ПРОВЕДЕННІ ПЕРЕВІРКИ ОПЕРАЦІЙ З ЦІННИМИ ПАПЕРАМИ

В умовах дестабілізуючої економіки діяльність акціонерних товариств, яка включає здійснення операцій з цінними паперами потребує в належній організації аудиту, що дозволить своєчасно виявити і попередити порушення, підвищити оперативність та якість управлінських рішень та відповідно інвестиційну привабливість підприємства. На сьогодні у суб'єктів господарювання спостерігається тенденція до збільшення порушень щодо неповного внесення впродовж першого року засновниками часток до статутного капіталу, документального оформлення операцій з цінними паперами власної емісії, неправильного розрахунку залишків за цінними паперами, нарахування дивідендів тощо. Зважаючи на вищезазначене актуалізується питання дослідження аудиторських процедур виявлення порушень при перевірці операцій з цінними паперами в теоретичній та практичній площині.

Зазначимо, що для розробки ефективної методики аудиту операцій з цінними паперами важливо визначити об'єкти, завдання та функції, а також етапи проведення, аудиторські процедури і робочі документи перевіряючого. Так, об'єктами аудиту є доцільність здійснення операцій з акціями (облігаціями, векселями, ощадними сертифікатами та похідними цінними паперами, у тому числі фінансовими інвестиціями) та їх подальший облік; правильність записів у первинних документах, облікових реєстрах та звітності, які стосуються операцій з цінними паперами.

Проведення аудиту операцій з цінними паперами передбачає виконання низки завдань:

- 1) перевірка стану збереження цінних паперів;
- 2) перевірка відповідності умов обігу цінних паперів вимогам чинного законодавства;
- 3) перевірка стану системи внутрішнього контролю та бухгалтерського обліку операцій з цінними паперами;
- 4) перевірка наявності договорів на придбання і продаж цінних паперів, актів приймання-передачі цінних паперів, з'ясування відповідності в них даних про цінні папери;
- 5) перевірка наявності та правильності оформлення Книги обліку цінних паперів;
- 6) встановлення правильності нарахування дивідендів (відсотків);
- 7) виявлення порушень при здійсненні операцій з цінними паперами і встановлення винних осіб, розробка заходів щодо запобігання порушенням у майбутньому [1; 3].

Функції аудиту операцій з цінними паперами такі:

- контроль за відповідністю здійснення операцій з цінними паперами стратегічним та тактичним цілям підприємства;
- оцінка та підтвердження розрахунку щодо рівня інвестиційних ризиків;
- оцінка результатів здійснення операцій з цінними паперами;
- надання рекомендацій з підвищення ефективності управління операціями з цінними паперами.

Етапи проведення аудиту операцій з цінними паперами:

1. Прийняття рішення про проведення аудиту операцій з цінними паперами
2. Розробка програми аудиту операцій з цінними паперами
3. Обґрунтування методичних засад здійснення аудиту операцій з цінними паперами
4. Виконання програми аудиту операцій з цінними паперами
5. Управління аудитом операцій з цінними паперами

6. Узагальнення даних за результатом здійснення аудиту операцій з цінними паперами та складання аудиторського висновку.

Аудиторські процедури, які застосовують під час перевірки операцій з цінними паперами:

- перегляд документів, що вміщують дозвіл державного органу на створення суб'єкта підприємницької діяльності чи його реєстрацію, а також статуту;
- вивчення протоколів зборів ради директорів і власників акцій, інших документів стосовно формування зареєстрованого (пайового) капіталу;
- аналіз залишків за видами випущених акцій і тих, що перебувають в обігу;
- перевірка рахунків власників акцій;
- перевірка правильності складання звіту за дивідендами, акціями і придбаними пакетами цінних паперів;
- з'ясування, чи декларації за дивідендами не перевищують суми нерозподіленого прибутку для виплати дивідендів і чи вірно розрахована сума нерозподіленого прибутку;
- перевірка якості документального оформлення цінних паперів;
- перевірка виконання зобов'язань, що пов'язані з цінними паперами;
- перевірка правильності ведення обліку цінних паперів за їх видами, місцями зберігання і матеріально відповідальними особами [2, с.145].

Проведення аудиту операцій з цінними паперами підвищить інвестиційну привабливість та надійність підприємства, результативність бізнесу, особливо за умов існування значної кількості факторів впливу на його діяльність. Недооцінка ролі аудиту призведе до зниження кількості економічно зацікавлених суб'єктів до діяльності підприємства, так як відсутня профільна інформація контрольно-аналітичного характеру, тобто аудиторський висновок.

Аудиторський висновок включає робочі таблиці щодо перевірки інформації за здійсненими операціями з цінними паперами, що формують рекомендаційну інформаційну базу для своєчасних управлінських рішень з розвитку підприємства на довгострокову перспективу.

Список використаних джерел

1. Мельник М. В., Пантелеев А. С., Звездин А. Л. Ревизия и контроль: учебник. М. : КНОРУС, 2009. 640 с.
2. Польова Т.В., Порсюрова І.П. Сучасні організаційні засади аудиту операцій з цінними паперами підприємства. Економічний простір: Збірник наукових праць. Дніпро: ПДАБА. 2019. № 145. С. 139-148.
3. Усач Б. Ф. Аудит : навчальний посібник. Київ: Знання. Прес, 2002. 223 с.

Райковська І.

к.е.н., доцент, доцент кафедри обліку і оподаткування,
Київський кооперативний інститут бізнесу і права,

ВИКЛАДАННЯ ДИСЦИПЛІНИ “ОРГАНІЗАЦІЯ І МЕТОДИКА АУДИТУ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ” ЗА ДИСТАНЦІЙНОЇ ФОРМИ НАВЧАННЯ

З кожним роком спостерігається збільшення кількості суб'єктів аудиту, зростає чисельність сертифікованих аудиторів. Паралельно з розвитком ринку аудиторських послуг змінюється нормативна база, яка регулює аудит в Україні, відбулася інтеграція норм аудиту України з міжнародними стандартами. За таких умов існує потреба в постійній підготовці нових фахівців у галузі аудиту, а також перепідготовці вже практикуючих аудиторів відповідно до вимог чинного законодавства. Це вимагає застосування у навчальному процесі матеріалів, структура та зміст яких побудовані з врахуванням сучасних нормативних вимог.

Задля спрощення викладання навчальної дисципліни “Організація і методика аудиту господарської діяльності” під час навчання онлайн наведемо алгоритм створення її дистанційного курсу:

- 1. Формування технічного завдання**, що передбачає отримання викладачем навчального закладу від керівника освітньої програми назви курсу, аудиторії студентів, тривалості курсу, результатів навчання шляхом вибору зі стандарту вищої освіти за відповідних компетентностей.
- 2. Аналіз компетентностей**, що означає сформулювати перелік показників діяльності, які

повинен після закінчення курсу продемонструвати студенти. Зокрема, у результаті вивчення дисципліни “Організація і методика аудиту господарської діяльності” студенти повинні набути таких компетентностей (табл. 1).

Таблиця 1. Компетентності студентів в результаті вивчення дисципліни “Організація і методика аудиту господарської діяльності”, що відповідають Стандарту вищої освіти за спеціальністю 071 “Облік і оподаткування” для першого (бакалаврського) рівня освіти

Інтегральна компетентність		
Здатність розв’язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми під час професійної діяльності у сфері аудиту		
Загальні компетентності	Спеціальні компетентності	Програмні результати навчання
ЗК01. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями. ЗК02. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. ЗК03. Здатність працювати в команді. ЗК07. Здатність бути критичним та самокритичним. ЗК08. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності. ЗК11. Навички використання сучасних інформаційних систем і комунікаційних технологій. ЗК13. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні. ЗК16. Здатність до індуктивного та дедуктивного методу пізнання, абстрагування та конкретизації	СК04. Застосовувати знання права та податкового законодавства в практичній діяльності суб’єктів господарювання. СК07. Застосовувати методики проведення аудиту й послуг з надання впевненості. СК08. Ідентифікувати та оцінювати ризики недосягнення управлінських цілей суб’єкта господарювання, недотримання ним законодавства та регулювання діяльності, недостовірності звітності, збереження й використання його ресурсів	ПРН02. Розуміти місце і значення облікової, аналітичної, контрольної, податкової та статистичної систем в інформаційному забезпеченні користувачів обліково-аналітичної інформації у вирішенні проблем в сфері соціальної, економічної і екологічної відповідальності підприємств. ПРН03. Визначати сутність об’єктів обліку, аналізу, контролю, аудиту, оподаткування та розуміти їх роль і місце в господарській діяльності. ПРН05. Володіти методичним інструментарієм обліку, аналізу, контролю, аудиту та оподаткування господарської діяльності підприємств. ПРН06. Розуміти особливості практики здійснення обліку, аналізу, контролю, аудиту та оподаткування діяльності підприємств різних форм власності, організаційно-правових форм господарювання та видів економічної діяльності ПРН12. Застосовувати спеціалізовані інформаційні системи і комп’ютерні технології для обліку, аналізу, контролю, аудиту та оподаткування ПРН13. Усвідомлювати особливості функціонування підприємств у сучасних умовах господарювання та демонструвати розуміння їх ринкового позиціонування ПРН15. Володіти загальнонауковими та спеціальними методами дослідження соціально-економічних явищ і господарських процесів на підприємстві ПРН21. Розуміти вимоги до діяльності за спеціальністю, зумовлені необхідністю забезпечення сталого розвитку України, її зміцнення як демократичної, соціальної, правової держави ПРН24. Набувати навиків вирішення та умінь контролю конфліктних ситуацій у ході здійснення професійної діяльності

3. Мета та завдання дисципліни. Метою вивчення даної дисципліни є оволодіння студентами базовими теоретичними знаннями та набуття практичних навичок організації та методики проведення аудиту (об’єктивної перевірки достовірності показників фінансової звітності) та виконання інших видів аудиторських послуг, організації аудиторської фірми, праці аудиторів, а завданнями – обґрунтоване вирішення проблемних ситуацій, які виникають в процесі господарської діяльності у

суб'єктів підприємництва в динамічних умовах ринкового господарювання; формування у студентів фахових знань в організації роботи аудитора.

4. Підготовка завдань та програми дисципліни. Заплановані завдання та мета дозволяють сформувавши програму, яка відповідає логіці конкретної дисципліни та залежить від складності сформованих завдань.

5. Інформаційний матеріал. Інформаційні матеріали курсу повинні, у першу чергу, допомагати виконувати завдання, повинні переглядатися студентами у браузері, завантаження файлів на комп'ютер або пристрій недопустимо.

6. Контроль та оцінка. На завершальній стадії розробки дистанційного курсу доопрацьовується рейтингове оцінювання студентів і додається до кожного завдання перелік показників компетентностей і мінімальний рівень оцінки, що дозволяє зарахувати показник компетентності. Студентам обов'язково слід пояснити політику виставлення оцінок.

Таким чином, при викладанні навчальних дисциплін дистанційно слід звернути увагу на правильність побудови курсу та корисність й зручність використання відповідних методів доведення інформації до студентів та засвоєння ними матеріалу.

Руденко О., доцент, к.е.н.

Чередіна В., здобувач вищої освіти
Державний університет економіки і технологій
м. Кривий Ріг, Україна

ПЕРЕДУМОВИ ДЛЯ ЕФЕКТИВНОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ ОБЛІКУ ГРОШОВИХ КОШТІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Вступ. Грошові кошти важливі для будь-якого підприємства, належний облік їх надходжень та витрат є частиною повсякденної роботи бухгалтерії, а тому тема ефективної організації обліку грошових коштів завжди була актуальною.

Основна частина. Грошові кошти підприємств являють собою сукупність грошей на банківських рахунках (валютних, спеціальних та депозитних), грошей які знаходяться в касі, у виставлених акредитивах і особистих рахунках, переказів в дорозі, чекових книжках і грошових документів.

Існує безліч трактувань поняття «грошові кошти», які розглянуто у таблиці 1.

Таблиця 1

Трактування поняття «грошові кошти»

Джерело	Визначення автора
Єфименко В.І. [2]	Це готівка, що зберігається на підприємстві, гроші в банках (на рахунках); банківські векселі, грошові чеки та перекази клієнтів.
Секіріна Н.В. [8]	Кошти короткочасного функціонування, одне з найважливіших видів оборотних засобів.
Бутинець Ф.Ф. [1]	Це сума готівки в касі підприємства, вільні грошові кошти, що зберігаються на поточному, валютному та інших рахунках в банку та інші кошти підприємства.
Осовська Г.В. [6]	Доходи та надходження.
Несходовський І.С. [5]	Абстрактний вимірник економічних процесів, явищ, об'єктів, який суб'єкти згодні приймати як платіжний засіб.
НПСБО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» [4]	Готівка, грошові кошти на рахунках в банку і депозити до запитання.
МСБО 7 «Звіт про рух грошових коштів» [3]	Кошти в касі та депозити до запитання.

Рух грошових коштів на підприємстві формується в результаті господарських операцій і вимагає цільового спрямування на поставлені завдання підприємства. Більшість підприємств не займаються процесом планування грошових коштів, що негативно впливає на їх платоспроможність. Тому потрібно правильно організувати облік грошових коштів,

вдосконалювати його, а також вміти вирішувати проблеми, що можуть вплинути на платоспроможність підприємства.

В умовах нестабільності сучасного фінансового середовища, розширення міжнародних фінансових відносин, складовою успішного управління грошовими коштами є ефективна система обліку їх руху на підприємстві. Проте, інтеграційні процеси в країні та необхідність гармонізації законодавства з міжнародними стандартами обумовлюють визначення проблем та їх вирішення шляхом удосконалення організації обліку грошових коштів на підприємстві.

Серед основних проблем обліку грошових коштів можна виділити:

- неузгодженість національних положень із міжнародними стандартами;
- недостатня інформативність звітності про рух грошових коштів;
 - недосконалість системи управлінського обліку та відсутність управлінської звітності з руху грошових коштів;
 - ухилення підприємств від оподаткування шляхом використання необлікованих коштів;
 - послаблена система контролю за використанням та збереженням коштів;
 - недосконалість законодавчо-нормативних актів, що регламентують облік грошових коштів.

Для усунення зазначених проблем з метою обліку та контролю за рухом грошових коштів, пропонуємо створити на підприємстві передумови для їх ефективної організації:

1. Розробляти бюджети надходження та витрачання грошових коштів.
2. Аналізувати відхилення за кожним бюджетним періодом.
3. Обмежувати до мінімуму готівкові розрахунки, що забезпечить високу точність облікових даних.
4. Удосконалення управлінського обліку, щодо руху грошових коштів, а саме: виділення центрів надходження, витрачання та чистого руху грошових коштів.
5. Впроваджувати автоматизовані інформаційні системи обліку, що дозволить забезпечити достовірною обліковою інформацією щодо грошових коштів власників, інвесторів та інших користувачів.

Висновки та пропозиції. Облік грошових коштів є важливим та невід’ємним елементом системи обліку на підприємстві та держави у цілому. Удосконалення та розробка внутрішньої звітності руху грошових коштів дозволить отримувати більш детальну облікову інформацію про їх використання. Тож, облік грошових коштів є одним із ключових значень як для ефективної організації розрахунків, так і для грошового обігу.

Список використаних джерел

1. Бутинець Ф.Ф., Івахненко С.В., Давидюк Т.В., Шахрайчук Т.В. Інформаційні системи бухгалтерського обліку. Житомир: ПП «Рута», 2010. 544 с.
2. Єфіменко В. І. Напрямки гармонізації бухгалтерського обліку та звітності в Україні. Фінанси, облік і аудит. Випуск №18. 2011. 278-284 с.
3. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку №7 «Звіт про рух грошових коштів». URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/929_019.
4. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку № 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13>.
5. Несходовський І.С. Облік грошових коштів та контроль їх виконання в підприємствах торгівлі: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: 08.00.09 «Бухгалтерський облік, аналіз та аудит». К., 2009. 20 с.
6. Осовська Г.В., Юркевич О.О., Завадська Й.С. Економічний словник. Кондор, 2007. 358 с.
7. Парді С.Р. Шляхи вдосконалення обліку грошових коштів. Вісник ОНУ імені І.І. Мечникова. Львів, 2013. № 2/1. 82-86 с.
8. Сєкіріна Н.В. Бухгалтерський облік, аналіз та аудит. Донецький державний університет економіки і торгівлі ім. М.Туган-Барановського. Донецьк. 2002. 206 с.

РОЗВИТОК БІТКОЇНУ

Останні роки спостерігається ситуація, яка свідчить про те що криптовалюта стала невід'ємною частиною сучасних фінансів. Звичайно ми не можемо стверджувати, що вона вже склала конкуренцію звичайним грошам, проте є суттєвим доповненням до грошової системи сучасного світу. Даний вид валюти передбачає публічність та має найбільш розвинену інфраструктуру, а завдяки своїм унікальним властивостям біткоїн надає нові унікальні можливості, якими до цього не могла похизуватися жодна із платіжних систем. Проте виробництво криптовалют вимагає величезних енергетичних затрат. Саме це може стати серйозною перешкодою для розширення сфери її застосування.

Криптовалюта – це ще один етап еволюції грошей. Ми задаємось питанням, навіщо вигадувати щось нове, якщо попередні версії грошей добре працюють? По-перше, звичайні гроші мають певний орган, що випускає і вирішує, як багато їх буде в обігу. І ще контролюється законодавством певної країни чи країн, наприклад в Україні такий орган – це Національний банк України. Водночас ті хто мають гроші у цій валюті не контролюють її цінність і якщо раптом Національний банк вирішить надрукувати в обіг забагато грошей нічого не зробиш з знеціненням активів. По-друге, транзакції контролюються, схвалюються і, по суті, залежать від посередників банків. До того ж, на ці транзакції доведеться витрати час і вони мають додаткову комісію за кожну операцію. Окремо можна визначити особливості зберігання даних у традиційних банках, як правило, вони мають декілька центрів для цього, тож якщо система лагає чи її атакують усі користувачі страждають від цього. Та чи не найголовніша проблема у доступі до даних людей які здійснюють транзакції онлайн, тому що ми знаємо чим більше з'являється технологій, тим більше законів, що намагаються їх контролювати. Це зазвичай мотивується захистом держави чи навіть нашої власної безпеки, але інколи це робиться з метою цензури чи політичного тиску. У разі з біткоїном немає ніякого централізованого органу, ніхто не буде за тебе вирішувати чи потрібно, ще надрукувати і скопіювати біткоїни. Це гроші, створені та підтримуються самими користувачами, а емісія повільно поширюється серед користувачі, які допомагають мережі працювати. Він доволі стійкий до цензури та політичних тисків. Біткоїн операції з криптовалютою заумовчені, довірені та перевірені усіма учасниками індустрії. У багатьох країнах 99 % сплат мовби то в магазині чи в Інтернеті контролюються державою. У випадку з криптовалютою це дуже важко зробити.

Біткоїн створений у 2008 році, але на світ він з'явився у 2009 році. Досі ніхто не знає хто його створив, існує лише нікнейм Satoshi Nakamoto. Ідеєю було створити децентралізовану незалежну систему за рахунок якої кожна людина зможе відправити гроші своєму другу чи колезі за кордон чи в країні. У біткоїна немає емітента – юрособи, яка його випускає. Це цифрова валюта, якою керуються тисячі комп'ютерів розподілених по всьому світу. Оскільки верифікація джерела даних та транзакцій відбувається без паспорта учасників, біткоїн вкрай привабливий для тих, хто не хоче розкривати особисті дані, хоча він не забезпечує повну анонімність. У роботі екосистеми біткоїна може брати участь будь-хто, якщо встановить певне програмне забезпечення з відкритим кодом. Завдяки відкритому коду багато розробників звідусіль роблять свій внесок у проект. Випуск біткоїна обмежений і далеко не всі з них в обігу (емісійний ліміт – 21 млн монет). Ніхто не може прийняти рішення про випуск додаткових, але їх можна намайнити. Існують ризики волатильності біткоїна, ринок новий потрібно ставитись з обережністю і контролювати ризики, як фінансів, так і з точки безпеки.

На світовому ринку відбувається запекла боротьба між фінансовою системою і прихильниками криптовалют. Хамат Паліхапітія називає біткоїн -золото версія 2. 0. Він вважає, що дуже важливо мати біткоїни, тому, що це стане найкращим зберіганням на найблищі 3-5 років. Білл Гейтс, зі свого боку, запевнив, що біткоїн дивовижний. Одним з найвідоміших прихильників біткоїну і криптовалют є Джек Дорсі. «Біткоїн змінює все ... на краще», - написав він у дописі в

Twitter. А в іншому дописі він сказав, що «жодна людина або установа не зможе це змінити або зупинити» [1].

На іншому боці перебувають ті хто не вважають криптовалюти чудовим платіжним засобом. Магнат Воррен Баффет вважає біткоїн одною з найгірших бульбашок всіх часів. Вона може надуватись ще тривалий час, але згодом лусне. А керівник Банку Англії Ендрю Бейлі нещодавно попередив: «Купуйте їх, якщо ви готові втратити всі свої гроші» [1].

Ціна біткоїна, 8 лютого, вперше перевищила \$43 тис., після того як компанія Tesla інвестувала \$1,5 млрд у найпопулярнішу в світі криптовалюту [2]. 20 жовтня ціна біткоїна побила історичний максимум та сягнула \$67 053[3]. За даними з криптоекспертів, однією з причин зростання біткоїна є те, що нещодавно в Сальвадорі біткоїн став офіційним платіжним засобом. Це означає, що будь-який бізнес в країні буде зобов'язаний приймати біткоїни як оплату своїх товарів і послуг, за винятком ситуацій, коли він не матиме технологій, необхідних для виконання транзакцій. Економісти по-різному оцінюють рішення сальвадорського уряду. Одні називають його унікальним досягненням, яке стане переломним для країни. Інші висловлюють занепокоєння з приводу волатильності криптовалюти [4].

Ми виходимо на ще не до кінця вивчену територію. Я вважаю, що по більшій частині це хороший знак. Біткоїн переживає взлети і падіння як і любі інші нові технології. Він нікуди не дінеться і зіграє певну роль. До нього будуть відноситись як до звичайної валюти. У біткоїна немає компанії чи сервера, який можна відключити. Він розкиданий по всьому світу і це його унікальність.

Список використаних джерел

1. Битва за біткоїн. Хто є хто у світовому протистоянні через криптовалюти. *BBC NEWS | Україна*. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-57526593> (дата звернення: 11.11.21).
2. Ціна Bitcoin вперше перевищила \$43 тисячі. URL: <https://www.smida.gov.ua/news/allnews/cinabitcoinvperseperevisila43tisaci> (дата звернення: 11.11.21).
3. Ціна Bitcoin сягнула 67 тисяч доларів і побила історичний рекорд. *Економічна правда*. URL: <https://www.epravda.com.ua/news/2021/10/20/678879/> (дата звернення: 11.11.21).
4. Сальвадор першим у світі зробив bitcoin офіційним платіжним засобом. *Економічна правда*. URL: <https://www.epravda.com.ua/news/2021/09/7/677554/> (дата звернення: 11.11.21).

Стемковська І., старша викладачка
ВП НУБіП України «Бережанський агротехнічний
інститут», м. Бережани, Україна

ДО ПИТАННЯ УДОСКОНАЛЕННЯ ОБЛІКУ ПРАЦІ ТА ЇЇ ОПЛАТИ У СІЛЬСЬКОГОСПОДАРЬСЬКОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

Питання обліку оплати праці займають одне з важливих місць у всій системі бухгалтерського обліку на будь якому підприємстві, адже від організації обліку оплати праці залежать рівень витрат підприємства, якість, правдивість, справедливість, повнота і своєчасність розрахунків із персоналом. Належна організація бухгалтерського обліку праці та її оплати сприяє ефективному управлінню й посиленню контролю за своєчасним здійсненням розрахунків та ефективністю використання трудових ресурсів.

Ураховуючи численні дослідження науковців, проблема вдосконалення праці та її оплати на сільськогосподарських підприємствах і надалі залишається актуальною, до кінця не розкритою та потребує подальших досліджень. На особливу увагу заслуговує організація первинного обліку оплати праці у сільськогосподарському підприємстві.

Одним із основних напрямів удосконалення системи ведення бухгалтерського обліку є зменшення кількості документації завдяки впровадженню багатоденних і накопичувальних документів, використання типових міжвідомчих форм, пристосованих до використання сучасних

інформаційних технологій [2, с. 137].

Для відображення інформації з оплати праці за виконання громадських і державних обов'язків, позапланових нарахувань, натуральної видачі та інших виплат, а також утримання із заробітної плати, виплати за виконавчими листами пропонуємо ведення форм таких документів, як «Відомість інших доплат та утримань» та «Наряд на відрядну роботу». З метою контролю за кількістю виданих нарядів пропонуємо вести «Журнал реєстрації виданих нарядів». Його призначення полягає в реєстрації нарядів, контролю за виконанням завдань, контролю за виробітком і фондом заробітної плати бригади (робітника) і в цілому по ділянці. Це дозволить попередити випадки безконтрольного виписування нарядів та необґрунтованого нарахування заробітної плати. Для забезпечення високого рівня контролю за якістю виконаних робіт пропонуємо дані на особливо важливих ділянках робіт відображати в спеціальному первинному документі «Обліковий лист якості робіт». За результатами показників якості продукції можна коригувати рівень заробітної плати працівників, підвищувати рівень трудової дисципліни в підрозділах, застосовувати матеріальне заохочення.

Зауважимо, що одним із дієвих напрямів удосконалення системи та механізму оплати праці є підвищення матеріальної та нематеріальної зацікавленості, тобто застосування інструментів матеріального заохочення [1].

Працівники підприємств часто бажають одержати часткову виплату заробітної плати продукцією, яку використовують в особистому господарстві. Хоча видача заробітної плати працівникам натурою все ще залишається актуальною для багатьох сільськогосподарських підприємств через їхню збитковість і незабезпеченість оборотними коштами, але вона потребує удосконалення. Тому пропонуємо додати субрахунки: 664 «Розрахунки за виплатами заробітної плати в формі натуроплати» та 665 «Розрахунки з депонентами при натуральній формі оплати праці». Це забезпечить розмежований аналітичний облік за розрахунками грошима і натурою, а також облік депонованої заробітної плати у формі натуральної оплати праці.

Іншим важливим питанням удосконалення обліку оплати праці є вдосконалення чинної моделі аналітичного обліку, оскільки дані аналітичного обліку грають важливу роль, характеризуючи розміщення та склад персоналу за місцями його використання, відпрацьований і невідпрацьований час, обсяг виробленої продукції кожним працівником, фонд заробітної плати і його структуру. З метою удосконалення діючої моделі аналітичного обліку оплати пропонуємо ввести відповідні аналітичні рахунки до субрахунку 661 «Розрахунки за заробітною платою»:

- 6611 «Розрахунки за нарахованими виплатами»;
- 6611.1 «Поточні виплати працівникам»;
- 6611.2. «Заробітна плата за окладами і тарифами»;
- 6611.3. «Інші нарахування з оплати праці»;
- 6611.4. «Виплати за невідпрацьований час»;
- 6611.5. «Премії та інші заохочувальні виплати»;
- 6612 «Виплати при звільненні»;
- 6613 «Виплати після закінчення трудової діяльності»;
- 6614 «Розрахунки за виплатою відпускних».

Важливими завданнями вдосконалення обліку оплати праці є: прискорення науково-технічного прогресу, зменшення використання «живої» праці, механізація трудомістких робіт, оптимізація використання трудових ресурсів, зменшення втрат робочого часу.

Таким чином, пропонуємо такі напрями вдосконалення обліку праці та її оплати:

- вдосконалення первинних документів і системи організації документообігу шляхом її автоматизації;
- зміна системи оплати праці та її форм відповідно до міжнародних стандартів;
- оновлення діючої моделі аналітичного обліку;
- активізація використання інформаційних технологій в обліку праці.

Отже, для вдосконалення розрахунків з оплати праці на підприємстві облік має бути організований так, щоб сприяти підвищенню продуктивності праці та повному використанню робочого часу. Удосконалюючи організацію обліку оплати праці, підприємство повинно підходити до цього обґрунтовано, враховуючи доцільність, використовуючи результати наукових досліджень та передового досвіду. Вважаємо, що застосування наших пропозицій у

практичній діяльності сільськогосподарських підприємств забезпечить достовірне, вчасне відображення облікових даних про витрати на оплату праці та сприятиме зниженню трудомісткості облікових робіт.

Список використаних джерел

1. Бурковська А. В., Степанова В. П. Особливості організації розрахунків з оплати праці у сільськогосподарських підприємствах України. *Економічні науки. Серія : Облік і фінанси*. 2015. Вип. 12(1). С. 40-45.
2. Варламова І. С. Проблеми обліку заробітної плати на підприємстві та напрями його вдосконалення. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія : Економічні науки*. 2019. Вип. 34. С. 135-139.

Тимчук С., доцент, к.е.н.,

Уманський національний університет садівництва

Нещадим Л., доцент, к.е.н.,

Уманський державний педагогічний університет ім. П.Тичини

АНАЛІТИЧНИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТІВ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ

Незадовільні результати розвитку туризму в Україні проти зростаючого рівня конкуренції на ринку потребують ряду заходів для забезпечення економічного зростання та оптимізації заходів із забезпечення розвитку туристичної сфери. Залежність безпеки туристичних підприємств від використання в процесі управління обліково-аналітичної інформації обумовлює необхідність вивчення її ролі в забезпеченні безпеки організаційної системи. Обліково-аналітична інформація діяльності туристичного підприємства є істотним фактором забезпечення економічного зростання галузі туризму в Україні.

Дослідженням питань економічної ефективності туристичної сфери та інструментарію обліково-аналітичного забезпечення діяльності туристичних підприємств присвячені наукові доробки ряду науковців. Узагальненням результатів аналізу факторів ефективності туристичного бізнесу, які дозволили обґрунтувати принципи ефективної діяльності підприємств займалися Шаповал В.М. та Герасименко Т.В. [2, с. 84]. Сучасні підходи до визначення терміну «обліково-аналітичне забезпечення» описані у публікаціях Васильєва Л.М. [3, с. 84].

Функціонування туристичних підприємств є запорукою задоволення попиту туристів реальними туристичними послугами при одночасному забезпеченні фінансової стійкості та відповідного рівня динаміки й позитивних фінансових результатів. Функціонування на ринку підприємницьких структур забезпечує необхідний рівень конкуренції, якість продукту та обслуговування клієнтів. Проте використання оптимального аналітичного інструментарію в дослідженні туристичної галузі потребує ґрунтовного дослідження.

Бухгалтерський облік у вигляді певних експертних дій створює інформаційні умови для здійснення контролю доцільності та законності використання ресурсів, сприяє запобіганню реалізації загроз, які можуть знизити економічну стійкість підприємств туристичної галузі. Тим самим підкреслюється значимість обліково-аналітичного інструментарію будь-якого роду перевірок, в тому числі і судових експертиз.

Правовий (нормативний) рівень терміна «обліково-аналітична інформація» визначено, зокрема, законами «Про інформацію» та «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні». Відповідно до Закону «Про інформацію» інформація це «документовані або публічно оголошені відомості про події та явища, що відбуваються у суспільстві, державі та навколишньому природному середовищі». З визначення поняття «бухгалтерський облік» (відповідно до ст. 1 Закону № 996-XIV від 16.07.99), випливає, що бухгалтерська інформація в грошовому вираженні про майно, зобов'язання організацій і їхньому русі, що отримується шляхом суцільного, безперервного і документального обліку всіх господарських операцій [3].

Аналітична інформація про функціонування суб'єктів туристичного ринку може бути отримана з різноманітних джерел. Рівень в'їзного та виїзного туризму відстежується за даними прикордонної служби України, але рівень внутрішнього туризму обліковується виключно за

звітами туроператорів, готелів, підприємств санаторно-курортного комплексу. Проте не всі з них працюють легально і подають точні звітні дані.

Саме у зв'язку зі значною тінізацією внутрішнього туристичного ринку, оцінити його обсяг складно. Однією з можливостей є використання опосередкованих даних. Наприклад, відстежуючи переміщення абонентів мобільного зв'язку. В Україні за I половину 2017 р. близько 10 млн абонентів виїжджали за межі своєї області і знаходилися в інших областях більше одного дня (враховуючи ночівлю, харчування та інше). Зростання кількості переміщень показують не тільки мобільні оператори, а й Укрзалізниця, Укравтодор, який заміряє щільність руху трасами, і МАУ – один з найбільших внутрішніх перевізників [1].

Значна роль в збільшенні потоку туристів належить суб'єктам туристичної діяльності, які працюють на ринку. Туристичне підприємство вирішує, які товари і послуги повинні бути продані, в яких місцях мають бути розташовані туристичні фірми, та інші більші й менші проблеми. Туристичний бізнес задовольняє потреби і бажання туристів у комплексі. Туристичні підприємства є виробничими підприємствами різних форм власності (державні, приватні, товариства з обмеженою відповідальністю, акціонерні товариства тощо), які виробляють туристичні товари і послуги для громадян.

Сучасні підходи до оцінки обліково-аналітичного інструментарію забезпечення ефективності туристичної сфери виражається в у формі бухгалтерського обліку самих суб'єктів туристичної діяльності, звітності прикордонної служби України, операторів мобільного зв'язку та підприємств, що здійснюють перевезення туристів. Результати діяльності туристичних підприємств тісно взаємопов'язані з фінансовими, матеріально-технічними, трудовими та іншими ресурсами. Ефективна діяльність підприємств сфери туризму базується як на їх самостійному успішному функціонуванні так і на розвитку сегменту в цілому за допомогою залучення на регіональні туристичні ринки.

Список використаних джерел

1. Кошляк А. Туризм і децентралізація: як українці відкривають для себе країну. URL: https://lb.ua/economics/2018/11/03/411461_turizm_i_detsentralizatsiya_yak.html
2. Шаповал В.М., Герасименко Т.В. Фактори та принципи підвищення ефективності діяльності підприємств туристичного комплексу. *Економічний вісник*. 2016. №3. 79-86 с.
3. Васільєва Л.М. Обліково-аналітичний інструментарій експертиз та аналітичних процедур діяльності підприємства з метою забезпечення його економічної безпеки. *Молодий вчений*. № 9 (61). вересень, 2018 р. С. 461-464.

Тютюнник Ю., к.е.н., доц.,
Тютюнник С., к.е.н., доц.
 Полтавський державний аграрний
 університет, м. Полтава, Україна

ЕТАПИ АНАЛІЗУ ДЕБІТОРСЬКОЇ ЗАБОРГОВАНОСТІ ЗА НЕТОВАРНИМИ ОПЕРАЦІЯМИ

Аналіз дебіторської заборгованості за нетоварними операціями є невід'ємною складовою системи управління розрахунковими операціями підприємства та складовою внутрішньогосподарського контролю платіжної дисципліни його дебіторів. У формі № 1 «Баланс (Звіт про фінансовий стан)» наводиться інформація про такі види дебіторської заборгованості за нетоварними операціями – дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами (рядок 1130); з бюджетом (рядок 1135), у тому числі з податку на прибуток (рядок 1136); з нарахованих доходів (рядок 1140); із внутрішніх розрахунків (рядок 1145); інша поточна дебіторська заборгованість (рядок 1155) [1].

Послідовність аналізу дебіторської заборгованості за нетоварними операціями включає такі етапи:

1. Оцінювання величини, структури та динаміки дебіторської заборгованості за нетоварними операціями за видами з використанням прийомів горизонтального і вертикального

аналізу. Важливість такого оцінювання пов'язана з тим, що недотримання договірної та розрахункової дисципліни, несвоєчасне пред'явлення претензій по боргах, що виникають, призводить до значного зростання невиправданої дебіторської заборгованості, а отже, й зумовлює нестабільність фінансового стану підприємства.

2 Порівняльний аналіз поточної дебіторської та поточної кредиторської заборгованостей за нетоварними операціями. Для проведення такого аналізу складається розрахунковий баланс, в якому порівнюються за видами та в цілому суми дебіторської та кредиторської заборгованостей із метою визначення одного з видів сальдо: дебетового (свідчить про те, що частина оборотних активів вилучена з господарської діяльності підприємства та знаходиться в обороті дебіторів) або кредиторського (характеризує залучення підприємством у господарську діяльність коштів юридичних і фізичних осіб) [2, с. 338].

3. Комплексне оцінювання дебіторської заборгованості за нетоварними операціями за системою відносних показників (табл. 1).

Узагальнюючим критерієм ліквідності дебіторської заборгованості є її оборотність, яку можна виміряти кількістю оборотів і швидкістю обороту в днях. Коефіцієнт обертання дебіторської заборгованості за нетоварними операціями показує кількість її оборотів за календарний рік, а тривалість одного обороту характеризує середню кількість днів, які необхідні для повернення такої дебіторської заборгованості підприємству. Показники частки дебіторської заборгованості за нетоварними операціями в майні та в оборотних активах свідчать про те, наскільки відповідно майно та оборотні активи сформовані за рахунок боргів дебіторів підприємству. Про поліпшення стану розрахунково-платіжних відносин свідчить наближення до 1 рівня коефіцієнта співвідношення дебіторської та кредиторської заборгованостей за нетоварними операціями.

Таблиця 1

Показники комплексного оцінювання дебіторської заборгованості за нетоварними операціями

Показник	Порядок розрахунку за даними форм № 1, 2 (рядки)
Коефіцієнт обертання дебіторської заборгованості за нетоварними операціями	$\frac{\text{Ф. № 2: 2000}}{\text{Ф. № 1: (сума із 1130 по 1155, гр.3+ + сума із 1130 по 1155, гр.4)} \div 2}$
Тривалість одного обороту дебіторської заборгованості за нетоварними операціями, днів	$360 \div \text{коефіцієнт обертання дебіторської заборгованості}$
Частка дебіторської заборгованості за нетоварними операціями в майні, %	$\frac{\text{Ф. № 1: (сума із 1130 по 1155)} \times 100}{\text{Ф. № 1: 1300}}$
Частка дебіторської заборгованості за нетоварними операціями в оборотних активах, %	$\frac{\text{Ф. № 1: (сума із 1130 по 1155)} \times 100}{\text{Ф. № 1: 1195}}$
Коефіцієнт співвідношення дебіторської та кредиторської заборгованостей за нетоварними операціями	$\frac{\text{Ф. № 1: сума із 1130 по 1155}}{\text{Ф. № 1: сума із 1610 по 1650}}$

3. Детермінований факторний аналіз результативних показників. Наприклад, факторний аналіз тривалості одного обороту дебіторської заборгованості за нетоварними операціями (Т) у днях пропонується проводити за кратною моделлю:

$$T = 365 \times ДЗ \div ЧД, \quad (1)$$

ДЗ – середньорічна величина дебіторської заборгованості за нетоварними операціями;

ЧД – чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг).

Спосіб ланцюгових підстановок передбачає розрахунок умовного значення результативного показника, днів ($T_{ум}$):

$$T_{ум} = 365 \times ДЗ_1 \div ЧД_0, \quad (2)$$

де $ДЗ_1$ – середньорічна величина дебіторської заборгованості за нетоварними операціями у звітному році;

$ЧД_0$ – чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) у базовому році.

Тоді, загальна зміна (+, -) тривалості одного обороту дебіторської заборгованості за нетоварними операціями у звітному році (T_1) порівняно з базовим роком (T_0), днів:

$$\Delta T = T_1 - T_0, \quad (3)$$

у тому числі за рахунок факторів:

1) середньорічної величини дебіторської заборгованості за нетоварними операціями:

$$\Delta T_{ДЗ} = T_{УМ} - T_0 ; \quad (4)$$

2) чистого доходу від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг):

$$\Delta T_{чд} = T_1 - T_{УМ} . \quad (5)$$

Результати комплексного оцінювання дебіторської заборгованості за нетоварними операціями є основою для обґрунтування управлінських рішень у сфері поліпшення розрахункових відносин.

Список використаних джерел

1. Методичні рекомендації щодо заповнення форм фінансової звітності: Наказ Міністерства фінансів України № 433 від 28.03.2013 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0433201-13#Text> (дата звернення 03.11.2021).

2. Тютюнник Ю. М., Дорогань-Писаренко Л. О., Тютюнник С. В. Фінансовий аналіз : навч. посіб. Полтава: Видавництво ПП «Астрая», 2020. 434 с.

Фесенко А., аспірантка
КНТЕУ, м. Київ, Україна

ВПРОВАДЖЕННЯ ІНТЕГРОВАНОГО ЗВІТУВАННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Під час Кліматичної конференції ООН COP26, яка відбулась у Шотландії у листопаді 2021 року, Фонд Міжнародних стандартів фінансової звітності оголосив про створення Ради з міжнародних стандартів сталого розвитку, основним завданням якої є підготовка глобальних стандартів та вимог до розкриття інформації щодо сталого розвитку [1]. Необхідність розробки глобальних стандартів пов'язана зі значним попитом на фінансових ринках на високоякісну інформацію, яка надала б можливість оцінити ризики та можливості, що виникають через екологічні, соціальні та управлінські проблеми, з якими стикаються підприємства та які впливають на їх вартість у короткостроковій, середньостроковій та довгостроковій перспективі.

В процесі підготовки глобальних стандартів та вимог Рада з міжнародних стандартів сталого розвитку спиратиметься на існуючі стандарти розкриття інформації, пов'язаної з кліматом, інтегровану систему звітності та стандарти бухгалтерського обліку у сфері сталого розвитку. Під час розробки нових глобальних стандартів будуть використані фундаментальні концепції та керівні принципи інтегрованої звітності. Для цього до червня 2022 року Фонд Міжнародних стандартів фінансової звітності планує завершити об'єднання Ради зі стандартів розкриття інформації про клімат та Фонду звітування про вартість, який був створений нещодавно шляхом злиття Міжнародної ради з інтегрованої звітності та Ради зі стандартів бухгалтерського обліку у сфері сталого розвитку [1].

Враховуючи євроінтеграційний напрям розвитку України, екологічні зобов'язання, які взяла на себе Україна на Кліматичній конференції ООН COP26, для компаній, що зацікавлені у виході на зовнішні ринки, залученні іноземного фінансового капіталу, надзвичайно актуальним питанням стає впровадження інтегрованого звітування, розкриття інформації про сталий розвиток та вплив на клімат.

У вересні 2021 року Фонд звітування про вартість опублікував Посібник з рекомендаціями щодо переходу до інтегрованого звітування [2]. Вказаний посібник написаний в контексті комерційних компаній, але також може використовуватися державними та неприбутковими організаціями. Підприємствам, які планують впровадити інтегроване звітування, рекомендують здійснити наступні кроки [2]:

1. Підготовчий (організаційний) етап, під час якого необхідно сформувати робочу групу з представників компанії, визначити межі відповідальності та ключові ресурси, необхідні для впровадження інтегрованого звітування.

2. На наступному етапі доцільно скласти план переходу до інтегрованого звітування, проаналізувати наявну звітність, встановити основні прогалини.

3. На третьому етапі підприємство має визначити інформаційні потреби користувачів звітності, розглянути їх з урахуванням принципу суттєвості.

4. На четвертому етапі необхідно оцінити та продумати систему інформаційного забезпечення та внутрішнього контролю компанії, діяльність з аудиту та надання впевненості.

5. На п'ятому етапі доцільно розробити змістовне наповнення інтегрованого звіту, що в подальшому, у разі необхідності, може переглядатися та вдосконалюватися.

6. На шостому етапі підприємству слід продумати механізми зворотного зв'язку для своєчасного реагування на можливі проблеми.

Використання інтегрованого звітування сприятиме забезпеченню більш ефективного та продуктивного розподілу ресурсів компанії, управлінню основними ризиками в процесі діяльності, заохоченню інноваційного мислення на підприємстві.

Інтегрована звітність допоможе досягти внутрішньої ефективності організації, а також є основним інструментом демонстрації того, що компанія бере до уваги інформаційні потреби користувачів звітності та активно спілкується з ними. За допомогою інтегрованої звітності підприємства зможуть надавати інвесторам та іншим ключовим зацікавленим сторонам більш повну та якісну інформацію про діяльність організації, керування ризиками, пов'язаними зі зміною клімату та глобальною пандемією.

Перехід до інтегрованого звітування потребуватиме вдосконалення системи обліково-аналітичного забезпечення формування фінансових та нефінансових показників діяльності компанії з метою забезпечення взаємозв'язку між даними фінансового, управлінського обліку та усіма видами капіталів підприємства (фінансовим, виробничим, інтелектуальним, людським, соціально-репутаційним, природним).

Для надійності та достовірності інтегрованої звітності необхідно забезпечити існування середовища внутрішнього контролю з чітко визначеною підзвітністю, детальними документально підтвердженими процедурами та гарантіями належного функціонування.

Перспективами подальших досліджень є вдосконалення теоретико-методичних засад обліково-аналітичного забезпечення інтегрованого звітування та розробка практичних рекомендацій по впровадженню інтегрованої звітності.

Список використаних джерел

1. IFRS Foundation announces International Sustainability Standards Board, consolidation with CDSB and VRF, and publication of prototype disclosure requirements. URL: <https://www.ifrs.org/news-and-events/news/2021/11/ifrs-foundation-announces-issb-consolidation-with-cdsb-vrf-publication-of-prototypes/>.

2. Transition to integrated reporting: A guide to getting started. URL: https://www.integratedreporting.org/wp-content/uploads/2021/09/Transition-to-integrated-reporting_A-Getting-Started-Guide.pdf.

Цвек О.

Луцький кооперативний фаховий коледж
Львівського торговельно-економічного університету

РОЛЬ ВНУТРІШНЬОГО КОНТРОЛЮ В ІНФОРМАЦІЙНОМУ ЗАБЕЗПЕЧЕННІ УПРАВЛІННЯ ТОВАРНИМИ ЗАПАСАМИ

В сучасних умовах на усіх торговельних підприємствах особливо гостро постає питання забезпеченості запасами. Торговельні підприємства споживчої кооперації Волині покривають основні потреби у товарних запасах, переважно, сільського населення. Це зумовлює потребу гнучких систем оцінки й аналізу діяльності як своїх підрозділів, так і підприємства в цілому, а також пошук прогресивних та ефективних методів управління.

Питання удосконалення контролю товарних запасів підприємств вивчали такі вітчизняні науковці як Білуха М. Т., Бутинець Т. А., Верига Ю. А., Воронко Р. М., Давидов Г. М., Завгородній В. П., Петрик О. А., Мариніч І. О. та ін.

Разом з тим, у їхніх наукових працях недостатньо досліджено вплив організації внутрішнього контролю товарних запасів на розвиток роздрібних торговельних підприємств

споживчої кооперації.

Функціонування системи управління товарними запасами базується на зборі та систематизації внутрішньої інформації про фактичний стан товарних запасів, швидкість їх реалізації, забезпеченість попиту, зовнішньої інформації про кон'юнктуру відповідної частки споживчого ринку та моніторингу товарної пропозиції, а також враховує планові показники щодо обсягу реалізації товарів та використання матеріальних і фінансових ресурсів.

Основними негативними аспектами діяльності торговельних підприємств споживчої кооперації в сфері обліку та контролю товарних запасів є: низький рівень оперативності інформаційного забезпечення управління товарними запасами підприємства; неналежний рівень контролю та оперативного коригування процесів утворення запасів; відсутність єдиної системи аналітичного обліку. Зауважимо, що одним із головних критеріїв правильності ухвалення управлінських рішень є якість наданої та використаної інформації для їх прийняття. А тому застосування недостовірного та несвоєчасного обліково-аналітичного забезпечення є головним фактором ризику.

Саме завдяки належній організації внутрішнього контролю можна здійснити попередження незаконних і недоцільних операцій, визначення відхилень та встановлення їх причини, провести аналіз ефективності використання товарних запасів та розробити заходи для усунення недоліків, виявити резерви розвитку підприємств споживчої кооперації та провести оцінку виконання управлінських рішень.

На думку Т. А. Бутинець, завдання суб'єкта контролю полягає не в тому, щоб повністю уникнути тієї або іншої невизначеності й усунути ризик, а в тому, щоб знизити гостроту ситуацій, передбачити можливі негативні та позитивні наслідки ризикованої діяльності [1, с. 440].

Заниження ролі внутрішнього контролю товарних запасів, неправильний підхід до його організації та практичної реалізації – є причиною недоотримання доходів підприємством та системою в цілому.

Р. М. Воронко зазначає: «Сучасна практика засвідчила, що більш ефективним видом контролю всередині підприємства є внутрішній аудит, який дозволяє здійснювати перевірку окремих підрозділів, виявляти резерви зростання обсягів діяльності та найбільш перспективні напрями розвитку, а також надавати рекомендації щодо покращення результатів роботи підприємства. В процесі внутрішнього аудиту, крім інших питань, досліджуються також проблеми функціонування системи внутрішнього контролю, з метою надання власникам і керівництву необхідної інформації для оцінки її надійності та ефективності».

Враховуючи вищенаведене, можна відмітити, що на роздрібних торговельних підприємствах споживчої кооперації має бути створена така система внутрішнього контролю товарних запасів, яка б забезпечила управлінський персонал якісною інформацією про стан господарських процесів, що відбуваються на підприємстві; збереження активів, їх ефективний та цільовий характер використання; достовірність облікової інформації та бухгалтерської звітності підприємства; дотримання законності в діяльності підрозділів підприємства та виконання ними наказів і розпоряджень, виданих адміністрацією підприємства.

Отже, підприємствам роздрібної торгівлі споживчої кооперації необхідно шукати способи ефективного управління товарними запасами, зокрема, вдосконалення інформаційної системи бухгалтерського обліку та організації ефективної і дієвої системи внутрішньогосподарського контролю.

Використання нових інформаційних технологій в процесі внутрішнього контролю дозволяє значно підвищити продуктивність, пришвидшити взаємодію між всіма учасниками контрольного процесу, унеможливити отримання недостовірної інформації в процесі її обробки, оперативно контролювати виробничі та облікові процеси, відображені із застосуванням сучасних програмних продуктів. Адже лише комплексне використання даних допоможе реалізувати ефективний внутрішній контроль за товарними запасами та, як наслідок, управлінськими рішеннями на його основі.

Список використаних джерел

1. Бутинець Т. А. Розвиток науки господарського контролю: проблеми теорії, методології, практики: монографія. Житомир : ЖДТУ, 2011. 772 с.

2. Верига Ю. А. Соболев Г. О. Словник нормативних термінів з фінансового контролю. Київ: «Центр учбової літератури», 2014. 168 с.

3. Воронко Р. М. Місце внутрішнього контролю та внутрішнього аудиту в системі управління підприємством / Р. М. Воронко, Н. Л. Вовчик, В. С. Гончарук // Підприємництво і торгівля: збірник наукових праць. Львів: Вид-во Львівського торговельно-економічного університету, 2019. – Вип. 25. с. 64-69.

Черненко К., к.е.н.

Полтавський державний аграрний університет

СУЧАСНІ ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ

Головною особливістю інформаційної технології підтримки прийняття рішень є якісно новий метод організації взаємодії людини і комп'ютера. Вироблення рішення, що є основною метою цієї технології, відбувається в результаті ітераційного процесу, в якому беруть участь: – система підтримки прийняття рішень в ролі обчислювальної ланки і об'єкта управління; – людина як ланка, що задає вхідні дані і оцінює отриманий результат обчислень на комп'ютері.

Інформаційна технологія підтримки прийняття рішень може використовуватися на будь-якому рівні управління. Крім того, рішення, що приймаються на різних рівнях управління, часто повинні координуватися. Тому важливою функцією і систем, і технологій є координація осіб, які приймають рішення, як на різних рівнях управління, так і на одному рівні [1, с. 20].

Розглянемо основні компоненти структури системи підтримки прийняття рішень, а також функції складових її блоків, які визначають основні технологічні операції: база даних, база моделей і програмна підсистема, яка складається з системи керування базою даних (СКБД), системи керування базою моделей (СКБМ) і системи керування інтерфейсом між користувачем і комп'ютером. База даних відіграє в інформаційній технології підтримки прийняття рішень (СППР) важливу роль. Дані можуть використовуватися безпосередньо користувачем для розрахунків за допомогою математичних моделей. Система керування даними (СКБД) повинна мати такі можливості: складання комбінацій даних, одержуваних з різних джерел за допомогою використання процедур агрегування і фільтрації; швидке збільшення або виключення того чи іншого джерела даних; побудова логічної структури даних в термінах користувача; використання і маніпулювання неофіційними даними для експериментальної перевірки робочих альтернатив користувача; забезпечення повної логічної незалежності цієї бази даних від інших операційних баз даних, що функціонують в рамках фірми.

Ефективність і гнучкість інформаційної технології багато в чому залежать від характеристик інтерфейсу системи підтримки прийняття рішень. Інтерфейс визначає: мову користувача; мову повідомлень комп'ютера, що організує діалог на екрані дисплея; знання користувача. Система підтримки прийняття рішень робить необхідний аналіз і видає результати у вигляді вихідного документа встановленої форми. Значно зросла за останній час популярність візуального інтерфейсу. Управління комп'ютером за допомогою людського голосу - найпростіша і тому найбажаніша форма мови користувача. Вона ще недостатньо розроблена і тому мало популярна. Існуючі розробки вимагають від користувача серйозних обмежень: певного набору слів і виразів; спеціальної надбудови, яка враховує особливості голосу користувача; управління у вигляді дискретних команд, а не у вигляді звичайної гладкої мови. Технологія цього підходу інтенсивно вдосконалюється, і в найближчому майбутньому можна очікувати появи систем підтримки прийняття рішень, що використовують мовне введення інформації [2].

Мова повідомлень – це те, що користувач бачить на екрані дисплея (символи, графіка, колір), дані, отримані на принтері, звукові вихідні сигнали і т.п. Важливим показником ефективності інтерфейсу є обрана форма діалогу між користувачем і системою [3]. Нині найбільш поширеними є такі форми діалогу: запитання-відповідь режим, командний режим, режим меню, режим заповнення пропусків у виразах, запропонованих комп'ютером. Кожна форма залежно від типу завдання, особливостей користувача і прийнятого рішення може мати свої переваги і недоліки. Довгий час єдиною реалізацією мови повідомлень був видрукований чи

виведений на екран дисплея звіт або повідомлення. Тепер з'явилася нова можливість уявлення вихідних даних – машинна графіка. Вона дає можливість створювати на екрані і папері кольорові графічні зображення в тривимірному вигляді. Використання машинної графіки значно підвищує наочність і інтерпретацію вихідних даних і стає все більш популярним в інформаційній технології підтримки прийняття рішень.

За останні кілька років намітився новий напрям, що розвиває машинну графіку, – мультиплікація. Мультиплікація виявляється особливо ефективною для інтерпретації вихідних даних систем підтримки прийняття рішень, пов'язаних з моделюванням фізичних систем і об'єктів. Наприклад, система підтримки прийняття рішень, призначена для обслуговування клієнтів у банку, за допомогою мультиплікаційних моделей може реально переглянути різні варіанти організації обслуговування в залежності від потоку відвідувачів, допустимої довжини черги, кількості пунктів обслуговування і т.п.

Розробка і поширення нових технологій відкриває нові перспективи розвитку бухгалтерського обліку, які передбачають використання систем штучного інтелекту. Це дозволяє побудувати комплексну інформаційну систему для управління діяльністю будь – якого підприємства на основі інноваційних рішень, які використовують комплексний підхід до управління бізнесом, кращі міжнародні методики та багаторічну вітчизняну практику, що гарантує гнучкість налаштувань, зручність використання і істотний економічний ефект. Лінійка рішень даних автоматизованих систем охоплює всі основні галузі, має великий набір функцій і програмних інструментів, підходить для використання на підприємствах будь – якої чисельності.

Список використаних джерел

1. Талалаєв А. Структура і основні типи інформаційних систем у менеджменті: методичні рекомендації до вивчення дисципліни. 2012. 220 с.
2. Остроухов М.С., Постова С.А. Аналіз сучасних інформаційних технологій автоматизації обліку підприємств. *Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. Серія: технічні науки*. Том 31 (70). Ч. 1. № 1. 2020. С. 66 – 71.
3. Черненко К.В. Розвиток бухгалтерського обліку в контексті технологічних змін. *Сучасні технології менеджменту, інформаційне, фінансове та облікове забезпечення розвитку економіки в умовах євроінтеграції* : збірник тез доповідей учасників Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції, м. Черкаси, 16–17 квітня 2020 року. Черкаси : Східноєвропейський університет економіки і менеджменту, 2020. URL: <http://dspace.pdaa.edu.ua:8080/handle/123456789/7793> (дата звернення 03.11.2021).

Шушакова І., к.е.н, ст. викладач
Дерев'янко Ю., студентка 1 курсу ОС «Магістр»
КНТЕУ, м. Київ, Україна

ТЕХНОЛОГІЇ «ХМАРНОГО» ОБЛІКУ ТА ЇХ ВИКОРИСТАННЯ У БУХГАЛТЕРСЬКОМУ АУТСОРСИНГУ

На сьогодні «хмарні» технології упевнено увійшли майже в усі сфери бізнесу: аудит, бухгалтерія, консалтинг тощо. Вислів «Дані зберігаються у «хмарі» уже не дивує, навпроти - безліч компаній уже тривалий час використовують такі технології для полегшення процесів комунікації, адаптації до ринкових змін та підвищення гнучкості і стійкості бізнесу.

Пандемія COVID-19 змінила реальність - робота в офісах на деякий час стала неможливою, за таких умов багато співробітників почали працювати віддалено. Такий формат праці виявився не менш продуктивним, аніж звичний та більш зручним, завдяки тому, що за допомогою «хмарних» сервісів робочим місцем є фактично будь-який гаджет, що має доступ до Інтернету. Таким чином, співробітники з будь-якої точки світу повсякчас мають доступ до корпоративних даних, а враховуючи, що до «хмари» можуть бути занесені також внутрішні програмні продукти для автоматизації бізнес-процесів, можна зробити висновок, що у майбутньому cloud-сервіси тільки набиратимуть обертів та неодмінно будуть основою технологічних проривів у суспільстві.

«Хмарні» технології ефективно допомагають звільнити бухгалтера від рутинного ведення обліку, оптимізувати його роботу таким чином, аби ведення документообігу, проведення розрахунків податків і внесків на обов'язкове страхування та подача звітності не викликала складнощів, адже це і є їх основною метою у цій сфері. Такі сервіси націлені на забезпечення можливості роботи з файлами на кількох пристроях: їх редагування без перенесення з одного пристрою на інший, без необхідності піклуватися про сумісність програмного забезпечення; забезпечення можливості групової роботи з файлами; вирішення проблеми обмеженого об'єму жорсткого диска комп'ютера або флешкарти та технічних обмежень пристроїв для здійснення відповідних обчислень [1, ст.43]. Бухгалтери працюють в єдиній базі даних, в той же час, керівництво має можливість цілодобово тримати бухгалтерію під контролем.

Компанії, що починають вести облік у «хмарі» перш за все мають перевірити інформацію щодо надійності провайдера: місце розташування сервера, коло осіб, що мають доступ до обладнання, шифрування, можливість самостійного завантаження бази та паролів, можливість розміщення нетипової конфігурації та вивантаження бази. Необхідно відповідально до цього поставитися, оскільки документи бухгалтерського обліку та інвентаризації, бухгалтерські книги, а також фінансова звітність підприємств повинні зберігатися у цифровому форматі на сервері постачальника послуг хмарних обчислень належним чином, захищатися від заборонених змін, поширення, пошкодження чи знищення.

Особливо корисними «хмарні» сервіси виявляються для підприємців та підприємств, що користуються послугами аутсорсингових компаній. Працює все досить просто: під час роботи в хмарному сервісі, клієнт у будь-який зручний спосіб надає документи компанії, що надає бухгалтерські послуги, яка, у свою чергу, працює з даними, консолідує всю інформацію та перевіряючи точність ведення бухгалтерського обліку. Усі дії бухгалтера ведуться у «хмарі», де клієнт може відстежити, яку саме роботу провів бухгалтер, як він її зробив, і який в нього вийшов результат. Після виконання необхідної роботи бухгалтер формує звітність за наданими даними, а також за кількістю бухгалтерських послуг і надає це клієнту на підпис так само, за допомогою «хмарного» сервісу [2].

Проте поряд із безперечними перевагами, такими як доступність, мобільність, економічність, гнучкість, надійність та простота у використанні, існують і деякі ризики «хмарних» продуктів [3, ст. 118]: неможливість роботи у разі відсутності Інтернету; певна небезпека того, що всі обчислення й дані будуть агреговані в руках однієї «хмарної» надмонополії; велика концентрація інформації підвищить значущість ризиків її розкриття, псування або повного знищення.

Наразі, основними моделями «хмарних» технологій є SaaS - програмне забезпечення як послуга, PaaS - платформа як послуга та IaaS - інфраструктура як послуга. Загалом, це моделі, що дозволяють перенести бухгалтерський облік з власних розрахункових потужностей підприємства на «хмарні». Для прикладу згадаємо уже відомі платформи, побудовані на таких моделях: «Хмарна бухгалтерія 1С онлайн», зовнішній вигляд якої, до речі, нічим не відрізняється від локальної програми, проте дає можливість працювати швидше, оскільки «не гальмує» (адже не має власної ваги) та не доводиться здійснювати платежі за оновлення та ліцензії, iFin та iForma - українські сервіси, що допомагають у поданні електронної звітності, «Парус» - простий, але повнофункціональний програмний продукт, який дозволяє автоматизувати бухгалтерський і податковий облік в організаціях малого та середнього бізнесу тощо. А такий сервіс як Бітрікс24 дозволяє кожному співробітнику вести облік робочого часу, відмічати перерви, відправляти звіти за результатами робочого дня. Одним із важливих інструментів цього сервісу є CRM - система управління комунікаціями з клієнтами. Таким інструментом успішно користуються компанії, що надають віддалені бухгалтерські послуги: документооборот керується автоматизованою системою призначення та контролю завдань, що організовує бізнес-процеси, контролює обробку документації клієнтів та повідомляє їх про виконання робіт. Сервіс зручно використовувати для розрахунку вартості послуг, до того ж, рахунки та акти є можливість створювати безпосередньо у CRM, після чого вони не потребують сканування, а одразу готові до відправки. Більшість компаній сьогодні орієнтовані на командну роботу і обмін інформацією, отож даний сервіс є гарним помічником.

З упевненістю можна сказати, що вести бухгалтерський облік з кожним роком стає все

легше. Технології вдосконалюються, нові сервіси стають доступними кожному. Більш того, зростає як якість, так і рівень захисту облікової інформації. Зазвичай, компанії, що починають вести облік у «хмарі» не повертаються до традиційних методів, оскільки змогли оцінити переваги саме такого методу. Зважаючи на тенденцію переходу як державних, так і приватних послуг в digital-простір, не важко спрогнозувати, що, не зважаючи на все ще високий рівень недовіри до «хмарних» технологій в Україні, за ними - майбутнє.

Список використаних джерел

1. Кузуб М.В. Розвиток «хмарних» технологій у бухгалтерському обліку. *Розвиток бухгалтерського обліку, оподаткування і контролю в умовах інтеграційних процесів*. Всеукраїнська науково-практична інтернет-конференція. 22-23 жовтня 2020 рік – Херсон: ДВНЗ «ХДАУ», 2020. 371 с.

2. Хмарний сервіс «1С»: Як оптимізувати бізнес та правильно вести бухгалтерський облік. *The-steppe: веб-сайт*. URL: <https://the-steppe.com/business/oblachnyy-servis-1s-kak-optimizirovat-biznes-i-pravilno-vesti-buhgalterskiy-uchet> (дата звернення: 09.11.2021).

3. Кіпоренко С.С. Використання хмарних технологій у бізнесі. *Стратегічні напрями соціально-економічного розвитку держави в умовах глобалізації* : збірник тез IV Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції (м. Хмельницький, 20 вересня 2019 року) ; за заг. ред. д. е. н., проф. Синчака В. П. Хмельницький : Хмельницький університет управління та права імені Леоніда Юзькова, 2019. 314 с.

СЕКЦІЯ V

Сучасні реалії та тенденції розвитку корпорацій в умовах поведінкової економіки

Акмен В., к.т.н, доц.,
Сорокіна С., к.т.н, доц.,
Більчук О., студентка
ДБТУ, Харків, Україна

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВ І КОРПОРАЦІЙ У ГАЛУЗІ З ВИРОБНИЦТВА КОСМЕТИЧНИХ ТОВАРІВ

Вступ. Із розвитком органічного синтезу вибір та доступність сировини, для виробництва косметичних товарів, у тому числі засобів по догляду за волоссям, розширилися, і не дивлячись на досить швидке насичування ринку пропозиціями, ще довгий час буде збережена перспектива для подальшого розвитку [1]. Це сприяло активізації роботи вчених по розробці нових рецептур та технологій шампунів, лосьйонів, тонувальних та фарбувальних засобів для волосся.

У ХХІ столітті чисельність відомих корпорацій у галузі, що спеціалізується на товарах по догляду за волоссям, поступово зростає. Підприємства галузі швидко розвиваються, оскільки продукція перетворилася на предмет масового споживання, стала більш доступною для споживачів у різних цінових сегментах [2]. Висока конкурентоспроможність досягаються за рахунок впровадження наукових досліджень і експериментальних розробок. Тому, на сьогоднішній день, роботи спрямовані на вивчення тенденцій розвитку галузі та розширення асортименту товарів, що відповідають вимогам споживачів, залишаються актуальними.

Метою роботи було показати тенденції розвитку галузі засобів догляду за волоссям у рамках жорсткої конкуренції з відомими корпораціями.

Основна частина. Проведені дослідження, показали, що на сьогоднішній день, для великих корпорацій галузі виробництва засобів догляду за волоссям, характерні такі основні тенденції: зростання частки синтетичної сировини у виробництві (при цьому всі виробники рекламують використання інгредієнтів природного походження; наближеність виробництва до гігієнічно-чистих (асептика на виробництві); зв'язок косметичної галузі з медициною (випробування препаратів на ефективність і фізіологічну нешкідливість, обов'язкова сертифікація органами охорони здоров'я); врахування, при формуванні властивостей засобів догляду за волоссям, кліматичних факторів; виробництво спеціальної «професійної» косметики, що захищає шкіру та волосся від дії хімікатів та інших шкідливих речовин, призначених для видалення важкорозчинних забруднень.

В Україні споживчий ринок фарб для волосся формується під впливом продукції закордонних фірм, які випускають лінійки фарби широкої кольорової палітри – до 70 відтінків і більше. Залежно від номера вони можуть виконувати роль фарби або освітлюючого засобу. За останні роки спостерігається насичення внутрішнього ринку країни широким асортиментом товарів вітчизняного виробництва, що знизило напругу споживацького попиту. При цьому, значний інтерес, серед споживачів, набули показники якості, нешкідливості та безпеки продукції і навколишнього середовища, порядок нанесення фарби, наявність в упакуванні певних захисних засобів, доступної пояснювальної інструкції тощо. При цьому низка засобів по догляду за волоссям, на жаль, часто характеризуються низькою якістю і небезпечністю для організму людини (різкий запах, токсичний вплив на шкіру рук, що може викликати алергічні реакції тощо), а іноді просто фальсифіковані. Транснаціональні корпорації активно і успішно працюють у напрямку вирішення зазначених питань, а також запроваджують розширену рекламу товарів, оскільки проникнення на ринок нових фірм триває.

Аналіз показує, що косметичну продукцію по догляду за волоссям, за кордоном,

виробляють понад 500 фірм і підприємств, але більше половини обсягу виробництва сконцентровано в руках 10 найбільших компаній: "L'Oreal" (Франція), "Procter & Gamble" (США), Revlon (США), Florena, Londa, Wella, Schwarzkopf (Німеччина). У переліку асортименту компаній мається повний спектр різних видів косметичних товарів і безліч популярних марок фарб для волосся. Так L'oreal виробляє такі популярні бренди: L'OrealParis, Garnier, MaybellineNewYork, Cacharel, Giorgio Armani Parfums and Cosmetics, GuyLaroche, Lancome, PalomaPicasso, Vichy, La-Roche-Posay і ін.).

Компанія, що випускає продукцію під ТМ Schwarzkopf прагне зберегти конкурентні особливості, відповідні іміджу своєї торгової марки. Незважаючи на сповільнення темпів зростання ємності ринку, і відповідно попиту, обсяги продажів таких брендів як Brillance, Color Expert, Palette, Igora, Nectra Color, Color Mask стабільно ростуть, але невисокими темпами, що характеризує знаходження на характерному етапі зрілості. На даний момент компанії Schwarzkopf належать торгові марки Syoss і Palette. Такі ж тенденції є характерними для компанії L'oreal. Конкуренція цих компаній досягає максимуму, а стратегія корпоративного маркетингу націлена на масового споживача із середніми доходами [2].

Дослідження показали, що всіх споживачів фарб для волосся ТМ Schwarzkopf та L'oreal, де переважну частину складають жінки, за соціально-демографічними та поведінковими характеристиками можна поділити на наступні групи: жінки 25-60 років, які прагнуть отримати від фарби гарні функціональні властивості, догляд за волоссям та за шкірою, якісне укладання, за умови невисокої доступної ціни; молоді люди (від 18 до 30 років), що слідкують за сучасними тенденціями і прагнуть бути у тренді моди; покупці дорогої серії – premium продуктів, які прагнуть отримати професійне фарбування (зафарбовування сивини) і не женуться за дешевим товаром, їх мета – високоякісний догляд за шкірою голови і волоссям; покупці продукції value-for-money (прагнуть оптимального співвідношення якості і ціни).

Висновки та пропозиції. Таким чином, на сьогоднішній день, великі корпорації, що випускають засоби по догляду за волоссям та інші косметичні товари, застосовують тенденції маркетингових стратегій, що націлені на формування асортименту та виробництво товарів високої якості, що характеризуються відповідними функціональними властивостями і високоякісним доглядом за шкірою голови і волоссям, з врахуванням демографічної особливості споживачів.

Список використаних джерел

1. Доминюк А. Український ринок засобів по догляду за волоссям. URL: <https://koloro.ua/ua/blog/issledovaniya/ukrainski-runok-sredstv-po-uhodu-za-volosami.html> (дата звернення: 22.10.2021)

2. Ковальчук А.В., Войтенко С.А., Танасійчук А.М. Дослідження ринку засобів по догляду за волоссям. *Товарознавчі та маркетингові дослідження товарних ринків* : зб. наук. праць VII всеукр. студ. наук.-практ. Інтернет-конф., 26 лютого 2020 р. Вінниця: ВТЕІ КНТЕУ, 2020. С. 130-132.

Андрієвська Є., к.е.н.

кафедра ЕПУБ, Одеський національний економічний університет
м. Одеса, Україна

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ БІЗНЕСУ.

У доцифрову епоху бізнесу документи та зображення поширювалися на паперових носіях та створювалися вручну. В результаті обсяг корпоративних даних, що генеруються, був мінімальним. Але з появою електронної пошти та програм для обробки текстів – а також запуску інтернету – обсяги даних стали різко зростати. Компанії почали активно переходити на використанні цифрових носіїв.

Сьогодні інтелектуальні бізнес-технології еволюціонували до такого стану, коли вони не лише дозволяють автоматизувати всі процеси та пристрої в масштабі компанії, а й надають потужну аналітику в реальному часі, забезпечуючи можливість безперервної оптимізації та

вдосконалення цих процесів.

В рамках доповіді «Як розуміти цифрову трансформацію», підготовленої Інститутом лабораторних досліджень, бізнес-школи SKOLKOVO чотири (IEMS), використовуються технологічні основи цифрового розвитку в сучасному суспільстві: соціальність (розвиток соціальних мереж), мобільність (оперативний доступ до пристроїв, що виконують обробку та / або зберігання інформації), хмарність (можливість аналізувати незрівнянно великі обсяги даних за відносно низьких витрат), великі дані [1].

Цифровізація бізнесу відкриває дорогу до інноваційних способів розвитку підприємств:

- Хмарні технології дозволяють працювати над одним проектом кільком командам одночасно та ефективно використовувати ресурси компанії.
- Використовуючи стратегію mobile first, компанія одержує та монетизує мобільний трафік, який за своїми показниками вже наздогнав трафік зі стаціонарних пристроїв.
- Готові рішення дозволяють заощаджувати час на вирішення завдань. Різні додатки, розширення та конектори оптимізують роботу компанії та вимагають мінімальних часових витрат на їх впровадження та адаптацію.

Згідно з останнім прогнозом Gartner, Inc., у 2022 році світові витрати на ІТ становитимуть 4,5 трильйона доларів, що на 5,5% більше, ніж у 2021 році.

Підприємства будуть все частіше створювати нові технології та програмне забезпечення, а не купляти та впроваджувати їх, що призведе до зниження рівня витрат у 2022 році порівняно з 2021 роком.

Ініціативи в галузі цифрових технологій залишаються головним стратегічним бізнес-пріоритетом для компаній, оскільки вони продовжують осмислювати майбутнє своєї роботи, зосереджуючись на тому, щоб пристосувати все більш складну гібридну роботу для співробітників до 2022 року.

Очікується, що корпоративне програмне забезпечення матиме найвище зростання у 2022 році на рівні 11,5% (таблиця 1), що обумовлено тим, що витрати на інфраструктурне програмне забезпечення продовжують перевищувати витрати на програмне забезпечення для прикладних програм. Глобальне зростання витрат на пристрої досягло піку в 2021 році (15,1%), оскільки віддалена робота, дистанційне здоров'я та дистанційне навчання утвердилися, але очікується, що 2022 рік все ще демонструватиме зростання кількості підприємств, які оновлюють пристрої та/або інвестують у кілька пристроїв.

	2020 Витрати	2020 Зростання (%)	2021 Витрати	2021 Зростання (%)	2022 Витрати	2022 Зростання (%)
Системи центрів обробки даних	17,836	2.5	196,142	9.7	207,440	5.8
Програмне забезпечення підприємства	529,028	9.1	600,895	13.6	669,819	11.5
Пристрої	696,990	-1.5	801,970	15.1	820,756	2.3
ІТ-послуги	1,071,281	1.7	1,191,347	11.2	1,293,857	8.6
Послуги зв'язку	1,396,334	-1.5	1,451,284	3.9	1,482,324	2.1
Загалом ІТ	3,872,470	0.9	4,241,638	9.5	4,474,197	5.5

Таблиця 1. Світовий прогноз витрат на ІТ (мільйони доларів США) [2].

У 2020 та 2021 роках змінилася не сама технологія, а готовність і прагнення людей прийняти її та використовувати по-різному. У 2022 році ІТ-директори повинні переналаштувати спосіб виконання роботи, охопивши бізнес-композицію та технології, які враховують асинхронні робочі процеси.

Список використаних джерел

1. Інститут досліджень розвиваючихся ринків бізнес-школы SKOLKOVO (IEMS). (2017). Как понимать цифровую трансформацию? [Електроний ресурс]. Доступно за посиланням: <https://iems.skolkovo.ru/en/iems/publications/research-reports/1198-2017-05-18>
2. Аналітики обговорюють перспективи глобального ринку ІТ під час Gartner IT Symposium/Xpo 2021 Americas, 18-21 жовтня. [Електроний ресурс]. Доступно за посиланням: <https://www.gartner.com/en/newsroom/press-releases/2021-10-20-gartner-forecasts-worldwide-it-spending-to-exceed-4-trillion-in-2022>

Андросова Т., к.е.н., професор,
Кулініч О., к.е.н., доцент,
Державний біотехнологічний університет,
м. Харків, Україна

УКРАЇНА В ПРОЦЕСАХ ТРАНСНАЦІОНАЛІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ

Головною метою ТНК є отримання максимального прибутку за рахунок дешевших ресурсів виробництва, доступу до ринків збуту та диверсифікації ризиків за рахунок послаблення залежності від кон'юнктури в певній окремій країні [1].

У світі налічується понад 82 тис. ТНК і більше ніж 810 тис. філій. Зі 100 найбільших економік світу, де 52 – це транснаціональні корпорації, і ці компанії, маючи у своїх активах значні фінансові та технічні ресурси, творять колосальні зміни. Проте панівну роль у світовій економіці відіграють лише 500 потужних ТНК, які реалізують 80% світової виробничої продукції електроніки і хімії, 95% фармацевтики, 76% продукції машинобудування. Найпотужніші 85 компаній контролюють 70% усіх іноземних інвестицій. Це означає, що сьогодні економічний потенціал деяких ТНК перевищує економічний потенціал не лише окремих країн, а й регіонів світу. Транснаціональний капітал володіє третиною всіх виробничих фондів і виробляє майже половину загальнопланетарного продукту. Завдяки своїм рішенням у сфері капіталовкладень і вибору місць розміщення виробництва ТНК відіграють чималу роль у розподілі світового виробничого потенціалу [2].

Головними перешкодами у розвитку ТНК є розходження інтересів компаній та урядів приймаючих країн, економічні, політичні, валютно-фінансові та законодавчі ризики.

Попри відсутність українських компаній в міжнародних базах даних, Україна не може залишатися осторонь процесів глобалізації та транснаціоналізації економіки. Навпаки, вона сьогодні виступає як країна, що приймає ТНК та, певною мірою, випробовує на собі переваги й недоліки їх діяльності [3].

Для іноземних інвесторів українська економіка має привабливий характер через природно-сировинний потенціал, відносно дешеву робочу силу та високий технічний рівень підготовки спеціалістів. Безперечно, ТНК можуть модернізувати капіталоємні виробництва, що дасть змогу покращити їх загальний технологічний рівень, збільшити конкурентні переваги на світових товарних ринках.

Проведений аналіз діяльності ТНК в Україні за галузями економіки показує, що значна частина цих підприємств спеціалізується на торгівлі та ремонті, переробній промисловості, операціях із нерухомістю, будівництві. Тобто іноземні компанії не прагнуть вкладати кошти у високотехнологічні галузі, а більшість інвестицій спрямовують на торгівлю – сектор, який дає змогу швидко отримувати високі прибутки. Сьогодні в Україні найбільша кількість ТНК представлена у переробній промисловості і більшість є прибутковими. Це понад 30 світових ТНК, найбільшими з яких є: CocaCola, Carlsberg, Danone, McDonalds Corporation, Metro Casg&Carry, Nestlé, Nokia, PepsiCo, Procter&Gamble, Raiffeisen Bank, Samsung, Toyota, Unilever, Volkswagen тощо. Найкращі фінансові результати отримали ТНК, що спеціалізуються на тютюновій та харчовій галузях промисловості, а саме: JT International, PepsiCo та Philip Morris [4].

Важливим є з'ясування наслідків розширення діяльності ТНК на національному ринку та виділення основних напрямів розвитку власних ТНК.

Для приймаючої країни передбачаються такі негативні наслідки діяльності ТНК:

- нав'язування компаніям приймаючої країни неперспективних напрямів у системі розподілу праці;
- маніпулювання цінами (з боку ТНК) з метою уникнення податків;
 - розташування екологічно небезпечних виробництв та підприємств із застарілою технікою на території приймаючої країни;
 - нестійкість інвестиційного процесу;
 - зовнішній контроль з боку ТНК;
 - тиск на органи влади з метою лобіювання своїх інтересів;
 - під час кризи капітали ТНК концентруються в країні базування, щоби стабілізувати внутрішню ситуацію;
 - виснаження природних ресурсів приймаючих країн [5].

Для зменшення негативного впливу зарубіжних ТНК на економіку України, на нашу думку, необхідно створення вітчизняних ТНК.

Сьогодні національний капітал, який формується за допомогою крупних фінансово-промислових груп, може конкурувати з транснаціональними корпораціями. Україна вже зробила перші кроки до транснаціоналізації. Так, сукупний дохід 200-х найбільших компаній України становить 3,4 трлн грн., серед яких найбільша українська компанія – НАК "Нафтогаз" отримала 178 млрд. грн. доходу, АТБ-Маркет – 104,9 млрд грн., "Укрзалізниця" отримала 90 млрд. грн., меткомбінат ММК ім. Іліча – 80 млрд. грн. доходу, "Сільпо-Фуд" отримало 62 млрд. грн. доходу [6].

Таким чином, в Україні слід підтримувати конкурентне середовище в секторах економіки, створювати сприятливі умови для вітчизняних виробників, удосконалювати контроль використання природних ресурсів та відновлення використаних земель.

Список використаних джерел

1. Рябець Н.М. Роль ТНК країн, що розвиваються, в умовах посилення диспропорцій економічного розвитку країн. Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. 2010. № 2. С. 39–45.
2. Прохорова М.Е. Особливості та тенденції розвитку процесів транснаціоналізації в XXI столітті. Стратегія розвитку України (економіка, соціологія, право). 2015. № 2. С. 88–98.
3. Венгер В.В. ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ ТРАНСНАЦІОНАЛЬНИХ КОРПОРАЦІЙ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ. European scientific journal of Economic and Financial innovation. 2019. №2 (4). С. 30-44
4. Загарій В.К. Транснаціоналізація та її вплив на економіку України. Світова економіка та міжнародні відносини. Інтелект ХХІ. 2017. № 3. С. 16-22
5. Яцук Г.С., Дугієнко Н.О., ТНК в Україні: діяльність та вплив на економіку. Світове господарство і міжнародні економічні відносини. Випуск 48. 2020. С. 15-19
6. ТОП-200 українських компаній за обсягом доходів URL: <https://finbalance.com.ua/news/reytinh-top-200-kompaniy-za-obsyahom-dokhodiv> (дата звернення 8.11.2021р.)

Бабченко Ю., Князєва О., д.е.н., проф.
ДУІТЗ

УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ В УМОВАХ ОБМЕЖЕНЬ

Спалах пандемії COVID-19 занурив багато галузей промисловості до серйозної проблеми у наданні послуг та підтримці стандартів їх якості. У сучасних умовах висока якість продукції є одним із головних факторів успіху компанії. Кожне підприємство повинно мати детальний план підвищення якості продукції чи послуг, ясну й обґрунтовану програму управління нею. В умовах високої конкуренції на ринку виробник прагне домогтися стабільної якості своєї продукції, використовуючи всі інструменти, вироблені світовою практикою. Одним із них є система управління якістю. Система менеджменту якості є частиною загальної функції управління підприємством, пов'язана з формуванням і реалізацією політики в області якості.

Якість готельного обслуговування – це відчуття задоволення гостя від отриманої послуги,

яка відповідає його потребам. Рівень якості залежить від кореляції побажань гостя та реального надання послуг, які впливають на емоційну сферу споживача, викликаючи позитивні емоції – високий ступінь задоволеності – гарне обслуговування або дуже негативні – високий ступінь незадоволеності – поганий сервіс [1]. Підприємство гостинності повинно ретельно планувати свою роботу, слідкуючи за світовими тенденціями у сфері туризму, покращувати якість послуг, формувати стратегію розвитку закладу з огляду на карантинні обмеження.

Сьогодні готельєри повинні створити такі умови у своєму закладі, які б не лише задовільнили потреби й побажання гостей, а й зробили відпочинок туриста безпечним. Для цього важливо визначити, які змінні впливають на здатність споживачів адаптуватися до ризикованих ситуацій і зрозуміти, що спонукає туристів до прийняття остаточних рішень. У першу чергу гості звертають увагу на безпечні послуги, які може надати їм готель за допомогою змінених стандартів та якості обслуговування в період пандемії. Саме дотримання необхідних карантинних норм у повному обсязі допоможе втриматися на плаву. Відтак, від того, наскільки ефективними будуть карантинні заходи, залежить існування готелів та ресторанів.

Готельні підприємства терміново повинні застосувати антикризові дії: впроваджувати нові послуги, застосовувати інноваційні технології або виходити на нові ринки, задля того, щоб лишитись конкурентоздатним гравцем. Необхідно ввести нові правила безпеки як для співробітників, так і для гостей із застосуванням новітніх технологій. Для цього розроблено низку заходів, які дозволять створити безпечне середовище на підприємстві [2]:

- встановлення електронних кіосків-рецепцій, які дозволять гостю заселитися самостійно, уникаючи людних черг, а також електронних замків із використанням коду, який гість отримуватиме на свій телефон після бронювання номеру й сплати рахунку – усе це сприятиме створенню безконтактного спілкування відвідувачів із персоналом;
- інтеграція готельних програм із зовнішніми CRM-системами;
- використання Інтернет-маркетингу: реклама готелю в Google Ads, Google Travel, у соцмережах (Instagram, Facebook та Twitter);
- встановлення інтерактивних сервісів на екранах телевізорів і спеціальних мобільних додатків, що допоможуть гостю безконтактно замовити їжу в номер, послуги хімчистки, квитки, таксі тощо;
- застосування більш суворих гігієнічних вимог дозволить мінімізувати розповсюдження вірусів, ретельне прибирання готелю із дезінфікуючими засобами, особливо місць спільного користування, сприятиме знезараженню приміщення;
- забезпечення гарної вентиляції та зволоження повітря – необхідна умова для дотримання санітарно-епідеміологічних норм;
- створення просторих локацій для відпочиваючих на подвір'ї, що стимулюватиме проводити час на свіжому повітрі;
- стовідсоткове щеплення персоналу з метою збереження здоров'я працівників та відпочиваючих.

Це неповний перелік заходів, які необхідно терміново застосувати у роботі готельного підприємства, аби заклад залишався конкурентоспроможним і продовжував надавати у повному обсязі якісні та безпечні послуги. Лише за умови сумлінного дотримання комплексу заходів щодо попередження інфекційних захворювань та оперативного реагування в разі виявлення симптомів хвороби, готель зможе відкрити свої двері для відвідувачів.

Незважаючи на те, що пандемія принесла багато збитків туристичній галузі, у цьому є й певні позитивні моменти: готелі змушені були переглянути свою роботу і посилити контроль за управлінням якістю, навчитися швидко реагувати на виклики, що постали перед ними у зв'язку з обмеженнями, розширити технічні можливості підприємств. Деякі заклади гостинності переформатувалися під роботу з медичним персоналом, заснували карантинні готелі, в яких зупинялися люди на період ізоляції.

Таким чином, управління якістю у період пандемії має бути спрямоване на покращення репутації закладу, підвищення лояльності та професійності персоналу, розширення каналів просування готельного продукту, використання безконтактних послуг із застосуванням цифрових технологій, чітке дотримання санітарних правил і норм, імунізацію працівників підприємства. Ефективне управління якістю – це запорука процвітання готельного підприємства!

Список використаних джерел

1. Кюрчева Л. М., Верхоланцева В. О. *Якість готельно-ресторанних послуг*. Міжнародна науково-практична інтернет-конференція, 24 листопада 2020 р. Мелітополь: ТДАТУ, 2020. С. 242-243.
2. Босовська М. В., Бовш Л. А., Охріменко А. Г. Оцінювання якості готельних послуг. *Інвестиції: практика та досвід*. 2019. Вип. 4. С. 25–31.

Бегун С., к.е.н., доцент
кафедри економіки та природокористування
Лопачук Я., студентка
Волинський національний університет
імені Лесі Українки

ВПЛИВ ПАНДЕМІЇ COVID-19 НА СТАН ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ

Однією із найбільш динамічних та прибуткових галузей економіки є туристична діяльність. В кожній країні важливою складовою виступає туризм, оскільки елементи туристичного бізнесу ведуть партнерство з іншими галузями, надаючи залучення інвестиційних ресурсів, покращуючи платіжний баланс країни та підвищуючи дохід бюджету, також сприяє стійкому економічному підвищенню та зміцненню добробуту населення. Однак, напад епідемії COVID-19 та впровадження карантинних обмежень викликали критичні зниження пропозиції та попиту, та призвели до масштабних збитків. Актуальність даної теми підтверджується безпрецедентністю даної ситуації, яка склалась, з погляду на це, виникає безліч питань в спілників туристичної галузі, як поступити в тій чи іншій ситуації. Тому, вирішення цієї наукової проблеми є дуже актуальною та полягає в неодмінності опрацювати нові стратегії щодо високоякісної зміни та модернізувати бізнес-процеси у туристичному секторі для посилення зусиль у відродженні сектору туризму.

Одна з найбільш залежних від зовнішніх чинників є туристична галузь. Мають суттєвий вплив на розвиток і стан туристично-рекреаційного комплексу та його інвестиції такі чинники: епідемії, політичні та військові конфлікти, природні катаклізми, валютна криза та зміна законодавства. Розповсюдження COVID-19 у 2020 році стало одним із основних чинників впливу на економіку.

Глобальна пандемія, викликана коронавірусом, матиме негативні наслідки на всю загальносвітову індустрію туризму і на туристичну галузь України зокрема. Останні дослідження Всесвітньої туристичної організації свідчать про те, що у 100% дестинацій у всьому світі досі існують обмеження на поїздки, а 72% повністю закрили свої кордони для міжнародному туризму. Відповідно до даних, зібраних за станом на 27 квітня 2020 р., з усіх 217 дестинацій по всьому світу 156 (72%) припинили міжнародний туризм. У 25% пунктів призначення обмеження існують вже три місяці, тоді як у 40% дестинацій обмеження було введено принаймні два місяці тому. Окрім цього, дослідження також показало, що поки у жодному місці призначення не скасовано та не послаблено обмеження на поїздки [1].

Серйозні проблеми чекають на світ і Україну також, стартуючи з нефіксованої тривалості періоду COVID-19 та закінчуючи заборонами на пересування. Країни по всьому світі вводять низку заходів для найменших наслідків коронавірусу й відновлення туризму.

Будь-яка криза завдає чималої шкоди, але також надає і багато нових можливості для розвитку та досконалості туризму. Відновлення має охоплювати піднесення нових напрямів туристичної галузі, трансформування сектора, наприклад спеціалізованого, внутрішнього (освітнього, зеленого, медичного, сільського, ділового), переробка інфраструктури та туристичної екосистеми з зважуванням зміни потреб клієнтів, привнесення інновацій та інвестування, обмеження та санітарно-епідеміологічні норми в сталий туризм. Он-лайн-присутність й цифрові перетворення будуть без сумніву важливими факторами, не тільки через потрібність маркетингу і надання інформації споживачу, а й з погляду туристичного сектора. Загальне підняття ділової активності, відновлення суміжних галузей економіки, покращення платоспроможності покупців, робоча державна підтримка сприятимуть індустрії туризму

розвиватися та відновитися.

Оздоровчі об'єкти (пансіонати, турбази, санаторії, оздоровчі комплекси), туристичні курортно-рекреційні об'єкти, стали одними із найбільш постраждалих, через карантинні обмеження, та майже повністю припинили свою діяльність.

Слід зауважити, що несприятливий вплив епідемії COVID-19 на туризм буде мати немалий мультиплікативний ефект, через те що буде чинитися в туристичній галузі, та не тільки, також пов'язаних галузях, які виготовляють товари туристичного характеру ,забезпечують транспортне сполучення та надають супутні послуги. Недоотримані виторги працівниками та власниками туристичного бізнесу не тільки спричинять скорочення попиту на послуги та товари, також скоротять податкові припливи до бюджету, але це зумовить зниження об'єму їх виробництва у всіх економічних секторах. Тому, занепад у туристичної галузі призведе до відповідного занепаду в інших сферах діяльності.

Зміна настроїв у сучасному світі вимагає змін у потоці активів, інформації та капіталу, нового балансу мобільності, практики роботи та кар'єрних перспектив, а також зміни парадигми розвитку всього міжнародного співтовариства. Якість життя в цифровому контенті та індустрії туризму розглядаються як об'єктивна реальність у суспільній свідомості, яка змінюється так само швидко, як світ навколо нас. Пандемія COVID-19 серйозно спотворила масштаби, щільність та інтенсивність існуючих туристичних потоків настільки, що виникає питання про те, які ресурси вони будуть використані для відновлення та чи може туризм відігравати економічну роль у майбутньому. Зараз настав час відбудовувати територію, адже з абсолютним припиненням руху людей адміністративні методи звели існуючий туристичний потік майже до нуля.

Одним із пріоритетів має бути збереження засобів існування галузі, а відновлення туризму відкриває перспективу змін, з акцентом на регулювання впливу пандемії на туристичні напрямки та формування населення та працівників. потенціал для протидії за допомогою цифровізації та інновацій, партнерства та сталого розвитку.

Країни світу, які орієнтуються на туристів, такі як Греція, Туреччина, Іспанія, Італія та інші, сильно постраждали від коронавірусу не лише через втрачений прибуток від туристичної діяльності, а й через велику кількість інфікованих людей з різних регіонів та країн, що на початку епідемії сприяли поширенню вірусу, тому це зумовило велику захворюваність жителів.

Значним занепокоєнням для туризму є те, що навіть після закінчення карантину умови подорожей погіршаться через нові туристичні формальності та підвищені безпеки до транспортних засобів, харчування та підприємств розміщення, що відобразиться на вартості. Однак підняття ціни на туристичні послуги на тлі падіння платоспроможного попиту навряд чи збільшить приплив відпочиваючих, навіть при сильному бажанні подорожувати після довготривалої самоізоляції.

Вплив COVID-19 на туризм виявився сильним для галузі в цілому і завдав шкоди багатьом учасникам туристичного ринку. Наслідки пандемії залежатимуть насамперед від частки туристичного сектору ВВП. Зменшення кількості туристичних компаній зменшить конкуренцію .У деяких сферах туристичного ринку працівників звільняють під час пандемії .Збільшення вільної кваліфікованої робочої сили та посилення конкуренції на ринку праці, що дозволить знизити витрати на оплату праці. Насправді , зараз дана ситуація досить непроста, але туристичні сфери налаштовані позитивно та ніхто не збирається опускати руки. Відомо, що поняття криза є новим поштовхом до нових можливостей, розвитку, відкриття та пошуку нових ідей. Саме зараз туристичний бізнес переживає новий етап та знаходить себе у нових реаліях.

Список використаних джерел

1. World tourism remains at as 100% of countries impose restrictions on travel: Document of World Tourism Organization (UNWTO) [Electronic resource]. - Retrieved from: https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2020-05/200511%20-%20Travel%20Restrictions%20EN_0.pdf

РОЗВИТОК ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ – ДЖЕРЕЛО СТРАТЕГІЧНИХ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ СУЧАСНИХ КОРПОРАЦІЙ

Вступ. Одним з основних джерел конкурентоспроможності корпорацій у сучасній економіці виступають нематеріальні активи. Особливу роль в їх структурі відіграє людський капітал – знання, навички, творчі здібності, мотивація співробітників.

Підвищення національної конкурентоспроможності полягає у реалізації ринкових переваг країни та формуванні економіки знань. Особливої актуальності набувають фактори конкурентоспроможності вітчизняних компаній, що здійснюють свою діяльність на міжнародних ринках. В сучасних умовах, важливим фактором успіху в конкурентній боротьбі як для країни в цілому, так і для окремої компанії є людський капітал.

Основна частина. Забезпеченість зовнішніми та внутрішніми ресурсами – запорука конкурентоспроможності корпорації, проте найчастіше цього недостатньо, і не менш важливою виявляється здатність менеджменту ефективно розпорядитися наявними можливостями. Традиційні технології управління не можуть повною мірою реалізувати людський капітал. У більшості компаній він використовується не більше ніж на чверть, а лівова частка накопичених персоналом знань та навичок залишаються незатребуваними через низьку якість управління.

Ресурсна концепція в управлінні корпорацією виникла на протигагу теорії галузевої організації, яка підкреслювала вплив зовнішніх факторів на стратегічне планування в умовах внутрішньогалузевої конкуренції. В основі цього підходу лежить уявлення про компанію як комплекс унікальних ресурсів та потенціалу, які знаходять відображення у стратегії та служать первинним джерелом прибутковості бізнесу.

Представники ресурсної концепції приділяють особливу увагу людському капіталу та іншим ресурсам. Людський капітал охоплює освіту, професійний досвід, погляди, інтелект, відносини, розуміння менеджерами та співробітниками операційних процесів. На їх думку, для створення конкурентної переваги людські ресурси повинні володіти наступними властивостями [3]:

- цінністю, що виникає при співвіднесенні індивідуальних компетенцій кандидатури з корпоративними вимогами, оскільки внесок кожного співробітника в успіх фірми є унікальним;
- рідкістю, пов'язаною з когнітивними здібностями працівників та нестачею талановитих працівників;
- неповторністю, обумовленою нездатністю конкурентів ідентифікувати конкретне джерело конкурентної переваги у масі людських ресурсів, відтворити унікальні умови його придбання, а також норми та цінності, що впливають на діяльність колективу;
- незамінністю людських ресурсів технологіями у довгостроковій перспективі, оскільки перші можуть використовуватися при виробництві різних товарів та послуг.

Основоположники ресурсної концепції [2; 3] відзначають, що перевагу в конкуренції мають ті корпорації, що накопичують і реалізують людський капітал, який забезпечує більш швидке у порівнянні з конкурентами навчання та ефективне застосування відповідних потреб бізнесу знань і навичок співробітників. Подібного результату дозволяють досягти зусилля обох сторін – високомотивованого персоналу, що навчається, і роботодавця, що формує сприятливе середовище для навчання та обміну знаннями й досвідом.

Як самостійний напрямок економічного аналізу, теорія людського капіталу виникла в США у середині ХХ ст. [1; 3]. Вона залишається однією із найвпливовіших доктрин щодо вивчення механізмів поведінки та прийняття рішень працівниками та роботодавцями в рамках сучасних трудових відносин. Теорія людського капіталу розглядає процес якісного вдосконалення людських ресурсів – знань, навичок і здібностей, якими володіє кожен індивід у виробничих або в споживчих цілях. Формування якісного людського капіталу та інвестиції в його розвиток розглядаються як джерело стратегічних конкурентних переваг як на макро- (соціум), так і на мікрорівні (компанії). В останньому випадку основним інструментом ефективного використання людського капіталу служить система управління, що включає набір певних стратегій та практик.

Висновки та пропозиції. Результати дослідження дозволяють сформулювати низку

рекомендацій для корпорацій, які прагнуть міжнародної конкурентоспроможності:

- Застосування теорії людського капіталу до управління людськими ресурсами.
- Формування політики управління людськими ресурсами на найвищому адміністративному рівні та її інтеграція у загальну стратегію розвитку компанії.
- Залучення співробітників до стратегічного управління та прийняття корпоративних рішень.
- Пред'явлення високих вимог до професійних та психологічних якостей персоналу, застосування сучасних методів їхньої оцінки.
- Використання максимально об'єктивного механізму комплексної оцінки впливу навчання та розвитку персоналу на бізнес-показники.

Список використаних джерел

1. Богашко О. Л. Людський капітал та його роль у забезпеченні інноваційного розвитку національної економіки. *Вісник Одеського національного університету*. Науковий журнал. Серія «Економіка». Том 19. Випуск 2/2. Одеса : Видавничий дім «Гельветика», 2014. С. 32–35.
2. Богашко О. Л. Методологічні підходи до оцінки інтелектуального та людського капіталів. *Науковий економічний журнал «Інтелект XXI»*. Випуск 1. Київ : Видавничий дім «Гельветика», 2017. С. 134–140.
3. Zavyalova E., Kucherov D., Tsybova V. Human Resource Management at Russian Companies – Leaders of the Global Economy. *Foresight and STI Governance*, vol. 11, no 4, pp. 52–61.

Бортнік С., к. е. н., доцент

Волинський національний університет імені Лесі Українки

РОЛЬ БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ ТА КОНТРОЛІНГУ В ЗАБЕЗПЕЧЕННІ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Як відомо, планування є основою розвитку будь-якого підприємства. Однак у сучасних умовах господарювання порівняння фактичних даних результатів виробничої діяльності з даними минулого періоду є ознакою пасивного, заснованого на реагуванні, підходу до забезпечення розвитку господарської діяльності. Навіть існування ідеальної системи звітності не допоможе за неадекватної методики проведення планування й контролю, за якою можна було б визначити, позитивними чи негативними є результати діяльності й, власне, майбутній розвиток подій. Саме тому адекватне бізнес-планування, спрямоване на випереджаючий розвиток, побудова планових показників, з якими порівнюються фактичні дані у звітні періоди є найкращим варіантом планування і контролінгу на підприємстві. Завдяки формуванню, використанню й постійному вдосконаленню системи бізнес-планування підприємство зможе не тільки досягнути поставлених цілей та покращення усіх показників виробничо-господарської діяльності, а й збільшити прибутки порівняно з попередніми роками, забезпечити стабільність, безпеку і розвиток у стратегічній перспективі.

Дослідженням бізнес-планування як процесу і виду економічної діяльності на різних рівнях та у різноманітних соціально-економічних умовах займалися відомі зарубіжні та вітчизняні вчені: Л. Агафонова, М. Алексєєв, К. Барроу, Д. Бористайн, В. Гетало, В. Козловський, В. Маркова, Г. Пітерс, С. Покропивний, А. Полякова, Ю. Скірко, С. Соболев, та ін. Однак на сьогодні досі залишається не вирішеною проблема здійснення найбільш економічно виправданого, вдалого та ефективного бізнес-планування на підприємстві. Однак, незважаючи на значну кількість робіт, на сьогодні серед вчених-економістів відсутній єдиний підхід до визначення ключових принципів та послідовності етапів здійснення бізнес-планування, що підтверджує актуальність досліджень у цьому напрямі. Нині, в динамічних ринкових умовах, коли конкурентоспроможність підприємств, їх сильна позиція на ринку головним чином залежать від правильного вибору сфери діяльності й уміння забезпечити фінансову стабільність, інтерес економістів до організації бізнес-планування та методів контролю виконання планів розвитку постійно зростає, що обумовлює актуальність досліджень у даному напрямі.

В узагальненому вигляді бізнес-планування є прогнозом майбутнього, формою побудови

активної моделі, бажаного майбутнього стану підприємства з одночасною побудовою шляхів, встановлення засобів та строків досягнення цього стану, а також кінцевих меж запланованих дій [1]. Бізнес-плани майже завжди орієнтовані на чітко визначені цілі, включають в себе проміжні результати і відображають види та обсяги витрачених фінансових ресурсів для досягнення планових цілей. Бізнес-планування визначається як складова (елемент) загального процесу планування, а також як основа і найбільш відповідальна складова функціональної системи управління [2]. Воно виконує в управлінні ключову роль, оскільки за показниками бізнес-плану можна не лише виявити виконання показників даного року, порівняно з попереднім, а й проблеми, наявні у діяльності підприємства.

Бізнес-планування трактується переважно з двох позицій – як процес і як вид діяльності. При цьому бізнес-планування як процес розглядається більшістю авторів, як українських так і зарубіжних. Це пояснюється тим, що планування являє собою невід'ємну частину управління та дає змогу зв'язати всі структурні ланки підприємства в цілісну виробничо-господарську систему, і забезпечити її розвиток в напрямі досягнення поставлених цілей [3]. На наш погляд, звідси витікає і вибір цілей та визначення найкращих способів їх реалізації, що значною мірою збігається з процесом управління ресурсними потоками, тобто логістичною діяльністю підприємства.

Оскільки бізнес-планування є засобом реалізації основних функцій підприємств – виробничої, організаційної, маркетингової, розподільчої, логістичної, регулювальної, контрольної, можна зробити висновок, що воно є не лише необхідним елементом менеджменту, але й засобом його реалізації. З цієї точки зору бізнес-планування є системоутворюючим елементом усього механізму діяльності підприємства, що також підтверджує його важливість і необхідність якісного здійснення основі обґрунтованої і адаптованої до конкретної специфіки діяльності підприємства методики.

Об'єктивна необхідність та важливість бізнес-планування визначається його провідною роллю в забезпеченні ефективного розвитку підприємства, яка проявляється у наступному. Бізнес-планування виступає інструментом регулювання системи економічних відносин щодо формування, розподілу і використання обмежених ресурсів підприємства. Тому бізнес-планування забезпечує виявлення резервів покращення використання усіх видів ресурсів та їх зростання на підприємстві. Бізнес-планування координує цілі розвитку різного порядку (стратегічні і поточні), дозволяє узгодити рішення конфліктного характеру (прибутковість – рівень фінансового ризику – ліквідність). Така координація різнорівневих цілей дозволяє, з одного боку, спрямувати діяльність підприємства на реалізацію головної стратегічної мети функціонування, а з іншого – забезпечити необхідні пропорції формування активів, капіталу, грошових потоків в процесі його розвитку і «прямування» до стратегічної мети [5]. Така координація є одним із головних завдань бізнес-планування на підприємстві, без якого усі цілі на підприємстві були б різноспрямовані, невзаємопов'язані, що в результаті не приносило б ніякого економічного ефекту діяльності підприємства.

Оскільки процес бізнес-планування здійснюється з врахуванням чинника ризику, планування виступає інструментом мінімізації фінансових ризиків підприємства. Це досягається завдяки багатоваріантності планових розрахунків, котра передбачає формування алгоритмів реагування і коригування поведінки підприємства в різних ситуаціях, що генеруються різноманітними чинниками зовнішнього і внутрішнього середовища.

Економічна ситуація в Україні нині надзвичайно нестабільна. Існує низка проблем щодо невідповідного рівня витрат і доходів підприємств, віддачі на вкладений капітал, забезпечення альтернативності джерел ресурсів. В таких умовах різко зростають вимоги до якості бізнес-планування, його організації та швидкості реагування на зміни. Таким чином, очевидно, що кожний етап потребує економічно обґрунтованих розрахунків, результати яких повинні піддаватися контролю, аналізу та оперативному регулюванню.

Отже, бізнес-планування є важливою складовою внутрішньофірмового планування, реалізація якого є необхідною умовою досягнення підприємством стратегічних цілей діяльності. Воно узгоджує окремі цілі розвитку, координує їх з іншими цілями, забезпечує ефективний механізм управління господарською системою. Окрім того, важливою проблемою планування є забезпечення обґрунтованості бізнес-плану, його реальності. Тому важливим питанням є якість

інформаційного забезпечення бізнес-планування на підприємстві. У подальшому для ефективного здійснення бізнес-планування на підприємстві менеджерам потрібно приділити значну увагу інформаційному забезпеченню та формуванню відповідного світогляду керуючої ланки щодо розуміння значення та вагомої ролі бізнес-планування, його ефективного проведення.

Отже, для забезпечення обґрунтованого бізнес-планування та його виконання необхідною умовою є підготовка до його складання, дотримання чіткої процедури (послідовності етапів), використання виваженої методики бізнес-планування, врахування специфіки діяльності підприємства, належним чином опрацьованої та достовірної вихідної інформації та зовнішніх чинників впливу на діяльність.

Враховуючи чинники впливу зовнішнього середовища та обираючи відповідні конкретним умовам принципи здійснення бізнес-планування, можна досягти зміцнення фінансової стабільності підприємства за умови виконання прогнозованих обсягів операційної та інвестиційної діяльності на засадах фінансової стійкості, створення передумов для отримання чистого прибутку, достатнього для самокупності та самофінансування підприємства, а також його стійкого розвитку у стратегічній перспективі.

Список використаних джерел

1. Bortnik S., Begun S. Strategik planning of enterprise's activity on a basis of application of the balanced scorecard. *Rocznik economiczne Kujawsko-Pomorskiej Szkoły Wyższej*. № 9 (2016). 559 p. С. 234-247. URL: <http://kpsw.edu.pl/pobierz/wydawnictwo/RE%209/bortnik.pdf>
2. Бортнік С. М. Принципи та роль фінансового планування в забезпеченні розвитку підприємства. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*, серія «Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку». 2015. № 819. С. 15-24. URL: <https://vlp.com.ua/taxonomy/term/3400>.
3. Блонська В. І. Вдосконалення планування у стратегічному управлінні розвитком підприємства. *Науковий вісник НЛТУ України* : Збірник науково-технічних праць. Львів: НЛТУ України. 2008. Вип.18.1. С.114-119.
4. Киркач С. М. Конкретизація сутності поняття фінансового планування з позиції специфіки планування підприємства. *Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України*. Київ, 2012. № 34. С. 51-59.
5. Янковий О., Гура Л. Вдосконалення планування на підприємстві за допомогою математико-статистичних методів прогнозування. *Актуальні проблеми економіки*. 2019. №1(91). С.229-238.

Волинець І., к.е.н., д.о.ц.
кафедри менеджменту та адміністрування
Гергель К., студентка
Волинський національний університет
імені Лесі Українки

ОСОБЛИВОСТІ ВЕДЕННЯ МАЛОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ КАРАНТИНУ

Важливе значення для економіки України має малий бізнес. Через пандемію багато учасників малого бізнесу зазнали значних збитків. Карантин обмежив роботу різних фірм, через що багато малих підприємств опинилися на межі закриття. Фінансовий бюджет малого бізнесу не настільки потужний, щоб працювати собі у збиток, тому вони потребують дотацій від держави. Малий бізнес був змушений пристосуватися до нових умов ведення бізнесу. Багато магазинів різної продукції перейшли в режим онлайн. Заклади харчування запустили послугу з доставки їжі, тобто для деякого бізнесу карантин відкрив нові можливості.

Через пандемію у безлічі малих та середніх підприємств з'явилася велика кількість проблем. Найбільше постраждали туристичні компанії та сфера авіаперевезень. «Однак саме малий та середній бізнес є основою здорової та розвинутої економіки в країні. Багато аналітиків кажуть, що світ точно не повернеться до нормального стану, доки малий та середній бізнес не відновляться», — повідомила старший віцепрезидент та директор регіонального розвитку

підрозділу Visa у країнах СНД та Південно-Східної Європи Віра Платонова. » [0]

Малий бізнес є досить важливою складовою для економіки будь-якої країни. Під час карантину він зазнав досить великих втрат. «Так, за результатами опитування Європейської Бізнес Асоціації, кожен п'ятий малий бізнес в Україні опинився під загрозою закриття. » [2]

Через карантин постраждали різні сфери бізнесу. Вагомих втрат зазнали креативні галузі: зупинилося кіновиробництво, скасували різні концерти та виставки, знизився попит на маркетингові послуги. Жертвами пандемії стали кінотеатри. ««Ніяких доходів від продажу квитків на сеанси немає. Щомісяця, через карантин, наша компанія отримує по 10 мільйонів гривень збитків», — повідомив засновник мережі кінотеатрів «Планета Кіно» Дмитро Деркач.» [0]

Також через введення локдауну постраждали і маркетингові компанії. ««Витрати на маркетинг — це чи не найперше, що урізають компанії під час будь-якої кризи», — повідомив Єгор Петров, співзасновник та власник Vanda Agency. » [0] Щоб не розоритися, компанія була вимушена передивитися та зменшити свої інвестиції у навчання персоналу, а також зменшити заробітну плату своїм підлеглим.

Під час пандемії свою діяльність зупинила значна кількість ресторанів. Також частка закладів харчування, які працюють та можуть обслуговувати людей, знизилась. «Загалом продажі закладів громадського харчування в Україні за час карантину скоротилися втричі. Обіг коштів впав на 73% порівняно з початком березня. » [3]

Для того, щоб в кризових умовах покращити економічну ситуацію як в окремих регіонах, так і в країні в цілому, необхідно щоб держава надавала допомогу малим підприємствам. Україна, на відміну від розвинених країн, немає економічної змоги підтримувати обширні програми допомоги для малого бізнесу. Українським Урядом було прийнято чимало рішень, які полегшують ведення бізнесу під час карантинних обмежень. Малому підприємству зменшили максимально податки перед державою, зменшили плату за оренду, скасували штрафні санкції за будь-які порушення домовленостей з партнерами та банками.

Проте карантин підштовхнув підприємців шукати нові можливості та ідеї для розвитку власної справи. Багато підприємців змогли не лише врятувати свій бізнес, але й покращити його фінансовий стан.

Наприклад, мережа ресторанів First Line Group , ще до початку пандемії помітила насування кризи. Наприкінці зими у кожному своєму закладі дана фірма зробила реорганізацію. Таким чином готельно-ресторанна група з початком карантинних обмежень, коли всі заклади харчування припинили свою роботу, запустила послугу доставки їжі. Також дана мережа ресторанів створила власний бренд, який займався виготовленням домашньої їжі та напівфабрикатів.

Drommel — це компанія, яка спеціалізується на виготовленні та реалізації меблів, для неї перехід в онлайн став рятівним, так як ще до введення карантину дана компанія планувала зробити цей перехід. Карантинні обмеження сприяли не лише пришвидшенню переходу в онлайн, але й створенню нової філософії: максимальна ефективність виробництва. «Наразі Drommel закриті всі свої фізичні магазини та 94% продажів здійснює онлайн. » [0]

Також з початком карантину розвинулися безготівкові розрахунки та загалом вся «кешлес-індустрія». Більша половина людей, яка звикла здійснювати покупки офлайн, почала купувати різну продукцію через інтернет. Люди почали користуватись доставкою їжі, купувати одяг, меблі і навіть медикаменти онлайн. Кількість безконтактних оплат почала зростати швидкими темпами.

Введення обмежень змусило деякі бізнеси не просто працювати для заробітку грошей, але й переосмислити власну філософію. Підприємства почали вести боротьбу за споживача, пропонуючи їм певну ідею, а не просто продаючи товар. Наприклад, такою ідеєю є піклування про довкілля.

Малий бізнес в Україні має шанси побороти кризову ситуацію, але для цього необхідна фінансова підтримка та оптимістичний настрій, проте в будь-якому випадку значних збитків не уникнути. Потрібно розуміти, що проблеми, які мають малі підприємства не є тимчасовими, і після завершення кризи вони не зникнуть.

Треба не забувати про те, що для того, щоб малий бізнес повністю відновився потрібно і

після завершення карантину не зупиняти дії пільгових умов. «Необхідно також поступово переосмислювати наявну модель економіки, та почати впроваджувати необхідні структурні зміни, як наприклад перехід на цифрові технології чи створення антикризового фонду, бо підтримку малого бізнесу слід здійснювати комплексно та на постійній основі.» [2]

Отримані результати дають можливість зробити висновки про те, що вести бізнес в період карантинних обмежень досить складно. Велика кількість підприємств стали жертвами пандемії та опинилися на межі закриття. Малий бізнес потребує підтримки від держави, але разом з тим він і сам повинен знаходити методи, щоб пристосуватись до карантину. Деякі підприємці почали шукати нові можливості та ідеї для розвитку власної справи, змінивши власну філософію, вони не лише не збанкрутіли, але й покращили фінансовий стан підприємства. У будь-якому випадку збитків від пандемії не уникнути. Для повного відновлення малого бізнесу потрібні як і час, так і фінанси. Україна має чималі перспективи для відновлення економіки.

Список використаних джерел

1. Ярослав Вінокуров Як карантин та коронавірус змінили малий та середній бізнес. 2020. URL: <https://hromadske.ua/posts/yak-karantin-ta-koronavirus-zminili-malij-ta-serednij-biznes>.
2. Олена Еро Як врятувати малий бізнес в умовах карантину? 2020. URL: <https://delo.ua/opinions/jak-vrjativati-malij-biznes-v-umovah-karantinu-367890/>.
3. Катерина Чурилова Аналітики прорахували втрати малого та середнього бізнесу через карантин. 2020. URL: https://zaxid.net/analitiki_porahovali_vtrati_malogo_ta_serednogo_biznesu_cherez_karantin_n1501604.
4. Олена Еро Згадати все: яким видався 2020 рік для малого бізнесу в Україні. 2020. URL: <https://delo.ua/opinions/zgadati-vse-jakim-vidavsja-2020-rik-dlja-malogo-376870/>.
5. Олена Мироненко-Шульган Малий бізнес в умовах пандемії COVID-19: правове регулювання фінансової підтримки державою. 2020. URL: <https://unba.org.ua/publications/print/5792-malij-biznes-v-umovah-pandemii-covid-19-pravove-regulyuvannya-finansovoi-pidtrimki-derzhavoyu.html>.

Данилюк Т., к.е.н., д.оцент
кафедри підприємництва та маркетингу
Кордик О., студентка
Волинський національний університет
імені Лесі Українки

ПРИКЛАДНІ АСПЕКТИ КОНЦЕПЦІЙ МАРКЕТИНГУ

Маркетинг є надзвичайно важливим елементом в умовах сучасних тенденцій. Ця наука впливає на думки і вибір споживачів більше, ніж будь-яка інша. Коли підприємство випускає інноваційні товари, а потенційний ринок є нестабільним, або коли підприємство працює в умовах, що вимагають миттєвої реакції на зміни все більше актуальними стають фахівці, які правильно та швидко аналізують ситуацію і пропонують найкращі рішення. Сучасна практика господарювання показує, що класична теорія маркетингу підходить не всім підприємствам, тому потрібно постійно розробляти нові тактики та плани. Саме вище викладене спонукає науковців та практиків з маркетингу адаптації до умов господарювання протягом усіх років еволюції ринкової діяльності.

Використання різних концепцій маркетингу у підприємстві обумовлене тенденціями на ринку. Концепції змінювались разом з розвитком ринкового господарства та з'являлись нові, проте кожна наступна не заперечувала попередню, а використовувала певні правила та гіпотези з старішої. Тому виділяють 5 основних груп маркетингових концепцій, які використовуються для вирішення проблем суб'єктів у сфері підприємництва.

- виробнича або вдосконалювальна, орієнтована на товари, які є поширені та продаються за низькими цінами.

- Збутова або інтенсифікації комерційних зусиль - спрямована на просування продукту, агресивних продаж та навіть тиск на споживача.
- Традиційна або маркетингова концепція досліджувала потреби споживачів та ринку.
- Соціально-етична - ураховувала в першу чергу думку споживача і суспільства.
- І концепція маркетингових відносин або маркетингової взаємодії, вона використовується до тепер і включає в себе певні правила у виробництві.

З вище повідомленого можна зробити висновок, що споживач не завжди фігурував у маркетингових дослідженнях, науковці прийшли до цього пізніше. Тому проаналізувати концепції детальніше та пояснити як їх застосовували я хочу саме з точки зору еволюції.

Поштовхом до розвитку маркетингової діяльності стала міжнародна конкуренція. Почнемо розглядати маркетинг, з більш ранніх напрямів. Наприклад маркетинг — мікс. Це сукупна система заходів, ціллю якої є пропорційний розподіл зусиль, комбінація та інтеграція елементів маркетингу в єдину програму. Маркетинг - мікс використовують для того щоб дослідити як оформити товар, яким має бути асортимент, якість та навіть упакування і основне, це забезпечити комунікацію виробника з суб'єктом у економічній системі.

У 1970-х роках ознаки дала криза, але і в цей час вчені шукали вихід та з'являлись нові концепції. Наприклад стратегія позиціонування. Саме цю стратегію використовують великі підприємства такі як Apple, Microsoft, Amazon, Facebook (зараз Meta). Позиціонування — це, власне, лице підприємства, те як воно демонструє себе споживачам, для яких сегментів воно виробляє, також в першу чергу це комплекс заходів, що впливає на ставлення споживача до товару, що надає підприємство.

Після кризи економіка була відносно слабкою. З концепцій, які виникли в цей час, мене зацікавила одна - партизанський маркетинг. Знову ж таки актуальна на даний час, її використовують успішні компанії, наприклад: IBM, Microsoft, Volvo, Mercedes, Adobe. До клієнтів за цим принципом ставляться не як до групи, а до кожного індивідуально, створюють теплі взаємини. Персоналу дають зрозуміти, що робота кожного важлива для підприємства. З конкурентами ж, не ведуть так звані війни, а навпаки укладають мирні угоди та навіть спільні стратегічні плани.

Та нарешті маркетинг відносин, що є базою для розвитку маркетингу у сучасних умовах. Метою маркетингових відносин є задоволення потреб споживача протягом тривалого часу, адже чим довше продукт буде задовольняти покупця, тим швидше він стане прихильником компанії. Маркетингові відносини забезпечують для підприємства такі переваги:

1. «Знижуються маркетингові видатки, пов'язані із залученням нових споживачів.
2. З'являється додатковий прибуток у зв'язку з ростом числа й суми покупок постійних споживачів.
3. Формується бар'єр для входу нових конкурентів на ринок за рахунок утримання компанією стабільної клієнтської бази» [3].

Отже, за час довгих років еволюції маркетингу як науки виникла маса теорій, задумок, рішень тих чи інших проблем. Всі вони зіграли значну роль у формуванні сучасних концепцій, які зараз є провідними. Саме це вчення допомагає як підприємцям, так і споживачам. Першим вдало просувати свої послуги, вивчати ринок та правильні умови господарювання на ньому, і найголовніше вміти правильно аналізувати покупця. А споживачі за допомогою маркетингу правильно розподіляють і розуміють свої потреби. Тому маркетинг - це важлива, незамінна складова ринкової діяльності впродовж усіх років, яка і зараз активно розвивається та використовується чи не в усіх сферах діяльності.

Список використаних джерел

1. Артимонова І.В. Концепція маркетинг-міксу як основа програмно-цільового підходу до організації маркетингової діяльності об'єкта. Актуальні проблеми економіки. 2010. №4(106). С. 94-101.
2. Бобрицька Н.Д. Партизанський маркетинг на сучасному ринку. Економіка та управління. 2011. С. 119-128.

3. Болотна О.В. Маркетинг відносин як сучасна концепція маркетингу. *Траекторія науки*. 2015. №2-3. С. 41-56. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/trna_2015_1_2-3_6 (дата звернення 17.11.2021)
4. Примак Т.О. Стратегії позиціонування у теорії маркетингу. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2012. №1. С. 13-20.
5. Фірсова С., Мельник І. Еволюція маркетингової теорії: український вимір. *Вісник ОНУ імені І.І.Мечникова*. 2013. Вип. 4/2. С. 163-167.

Дибчук Л., к.і.н., доцент
Вінницький кооперативний інститут,
Головчук Ю., к.е.н., доцент
Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ,
м. Вінниця, Україна

СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО МАРКЕТИНГОВОЇ ЦІНОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА

Цінова політика підприємства як стиль захоплення споживача виконує велику роль як на високорозвинених європейських ринках так і на вітчизняному ринку. Цінова політика має орієнтуватися на витрати, якість продукту, попит, конкурентів, а це означає, що ціна повинна застосовуватися як засіб пристосування продукту до умов ринку.

Для вдалої цінової політики потрібно брати до уваги тип ринку в залежності від ступеня свободи конкуренції та формування цін. Розрізняють наступні типи ринків: вільна конкуренція, монополістична конкуренція, олігополія і чиста монополія. При цьому будь-якому типу ринків притаманні власні своєрідні особливості та труднощі в сфері цінової політики.

Ціна вважається одним з основних факторів, що впливають на кількісні та якісні характеристики роботи компанії: переваги, прибутковість, конкурентоспроможність, частка ринку і т. д. Встановлюючи певний рівень цінності, компанія має можливість досягати різних цілей. Залежно від історії ринку компанія виживає і максимізує темпи зростання, збільшення продажів, стабільність або зростання ринкової частки. Для забезпечення продуктивності процесу формування, необхідно створити ціну. Стратегія компанії, формує характер і каталог цінових заяв [3, с.8].

Нині в компаніях дотримуються правила особистих цін на основі особистих витрат і ставок конкурентів, але цього явно недостатньо, тому що при визначенні витрат в принципі вивчають всі аспекти роботи компанії: зовнішні і внутрішні.

У наш час вже неможливо застосувати старі норми до визначення ціни, тому що сформовані нові умови для використання та застосування ринкових методів ціноутворення. Якраз в наслідок цього ми зустрічаємося з проблемою пристосування ринкових методів визначення тарифів до економіки нашої держави [4, с.175].

Ефективність роботи компанії, його конкурентоспроможність залежить від економічно обґрунтованих цінових висновків. Розробка цінової стратегії вважається важливою складовою рекламного управління підприємством, як на стратегічному так і тактичному рівнях, внаслідок чого вимагає обліку всіх ціноутворюючих моментів. Довгостроковий характер впливу цінових висновків на роботу компанії визначає потреби складання та послідовної реалізації цінової стратегії обліку основних цінностей цінової політики [1, с.39].

Принцип ринкового ціноутворення діє не відокремлено, а в загальній співдії з різними елементами внутрішнього механізму. В наслідок цього було б помилкою у відображенні соціальних зацікавленостей і спонукального впливу на соціальне утворення довіряти лише тільки ціновому механізму. Основним критерієм механізму тарифів, як виявилось, є узгодженість з усіма елементами внутрішнього механізму тільки на даний час [5, с. 84].

Щоб сформувати цінову політику, ми повинні спочатку вибрати метод ціноутворення, тому що, з одного боку, він діє як інструмент для аналізу і розрахунку при виконанні функціонального планування витрат, а також використовується для визначення вартості конкретного продукту. З

іншого боку, в порівнянні зі стимулюванням продажів, це визначає подальше використання різних можливостей рекламних кампаній: бонусів, акцій та інших пропозицій покупцям.

В умовах ринку обґрунтування тарифів спирається на впровадження всіх способів ціноутворення в сукупності.

Ефективним засобом дослідження підсумків роботи компаній вважається тест працездатності. Відповідно до відомостей виконаних робіт, цінова політика фірми зводиться до того, щоб пов'язати витрати із гарним заробітком.

В сучасних ринкових умовах переважною більшістю вчених розглядається і використовується величезна кількість підходів до понять мети цінової політики підприємства, власне це обумовлено особливостями його рекламної кампанії в процесі реалізації продукції. Тест даних показав, що найбільш сукупним та відповідним умовам формування ринкової економіки в Україні, вважається підхід Дж. Еванса і Б. Бермана. З необхідним ступенем умовності вони підкреслили три головні групи цілей, заснованих на: 1) отриманні прибутку; 2) попиті; 3) становищі на ринку. При цьому в залежності від встановлених цілей цінова політика залишається індивідуальною [2, с. 190].

Більшість компаній першочерговим завданням ціноутворення бачать максимізацію поточної вигоди. Вони визначають значення попиту та витрат виробництва і обирають ту вартість, яка гарантує їм найбільшу поточну вигоду, надходження готівки. Однак, це вважається проявом короткозорості, коли фірма задоволена граничним прибутком і не переймається довготривалими вигодами в майбутньому.

Список використаних джерел

1. Головчук Ю., Дибчук Л. Маркетингова стратегія в управлінні розвитком підприємства. Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки. 2020. С. 38-40. URL: <https://evnuir.vnu.edu.ua/bitstream/123456789/17338/1/Golovchuk%2038-40.pdf>
2. Жосан Г. В. Розроблення комплексної системи оцінки ефективності цінової політики підприємства роздрібною торгівлі [Електронний ресурс] / Г. В. Жосан, Н. В. Кириченко // Інфраструктура ринку. - 2020. - Вип. 40. - С. 187-192.
3. Kovalchuk S., Kobets D., Dybchuk L. Formation of a system approach to the optimization of marketing management at an enterprise. Eastern – European Journal of Enterprise Technologies. – 2016. 3/4 (81). – P. 4–12. URL: <https://doi.org/10.15587/1729-4061.2016.70540>
4. Pchelianska G., Dybchuk L., Holovchuk Y. Logistics infrastructure of the food market. Organizational-economic Mechanisms of Management Innovative Development of Economic Entities: collective monograph / edited by M. Bezpartochnyi, in 3Vol./ Higher School of Social and Economik. - Przeworsk: WSSG, 2019. – Vol.3. - P. 170–178
5. Stadnyk V., Pchelianska G., Holovchuk Y., Dybchuk L. The concept of marketing of balanced development and features of its implementation in the food market. Ukraine. Agricultural and Resource Economics: International Scientific E-Journal. 2020. Vol. 6. No. 3. P. 80-95. URL: <https://arejournal.com/index.php/are/article/view/338>

Живко З., д.е.н., професор

Львівський державний університет внутрішніх справ

Стадник М., к.е.н., доцент

Львівський інститут менеджменту

Скупейко О., студент

Львівський національний університет ім. І. Франка

СТАНОВЛЕННЯ ІНДУСТРІЇ 4.0 В УМОВАХ ПОВЕДІНКОВОЇ ЕКОНОМІКИ

Вступ. У світі, що швидко змінюється на перший план вийшла нова промислова революція – Індустрія 4.0. Вона стирає межі, максимально зближуючи біологічну, фізичну та цифрову сфери, і вносить корективи у соціальну, економічну та політичну системи. Вона змінює життя людей, витісняючи їх з виробничих процесів, і пропонує їм інші ролі в суспільстві. Вона чинить значний вплив на довкілля, змінює і психологію людини, її уподобання та пріоритети.

Свого роду інновацією, виступає й нова економічна теорія – поведінкова економіка, яка стала результатом проникнення психології в економічні дослідження. Безпосереднім підґрунтям цього послужило виникнення кібернетики та розвиток моделювання. Поведінкова економіка допомагає оцінити ірраціональну поведінку економічних агентів, яка часто формується під впливом тих змін, які приносить в наше життя Індустрія 4.0.

Основна частина. Про концепцію Індустрії 4.0 вперше заговорили після виставки-ярмарку в Ганновері у 2011 році. Її принциповими відмінностями стали формування кіберсистем, злиття біологічної, фізичної та технічної сфер. Як зазначають Л.В. Цубов, Л.Г. Квасній та О.Я. Щербан: «Вже тоді передбачалося, що такі системи об'єднуюватимуться в одну мережу, зв'язуватимуться одна з одною в режимі реального часу, будуть, самоналаштовуватися і вчитися нових моделей поведінки відповідно до поведінки та вимог споживачів товарів і послуг у контексті поведінкової економіки» [1, с. 16].

Оскільки Н.Г. Ушакова та І.І. Помінова вважають, що «Поведінкова парадигма розглядає господарюючого суб'єкта як індивіда з власними інтересами й особливостями індивідуального сприйняття мінливого зовнішнього та внутрішнього середовища господарювання, тому результат економічного вибору безпосередньо залежить від когнітивно-психологічних модусів суб'єкта, який приймає господарські рішення» [2, с. 10], то в умовах становлення Індустрії 4.0 особливо важливо вивчати вплив поведінки людини на виробничі процеси і розвиток економіки, світової спільноти, а також слід так модернізувати методи управління, щоб найретельнішим чином управляти цими процесами.

Зважаючи на результати аналізу наявних дефініцій поняття «Індустрія 4.0», найбільш оптимальним доцільно вважати визначення О. Крамара: «це поняття, яке означає розвиток і злиття автоматизованого виробництва, обміну даних і виробничих технологій в єдину саморегульовану систему, з як найменшим або взагалі відсутнім втручанням людини у виробничий процес» [3].

Четверта промислова революція змінює наше життя на краще, сприяючи економічному зростанню, підвищенню продуктивності праці та ефективності виробничої, транспортної, комерційної та аграрної логістики, здешевленню транспорту та телекомунікацій, появі нових ринків, розвитку нових комунікативних зв'язків, розвитку е-торгівлі тощо.

Разом з тим, запровадження Індустрії 4.0 несе з собою і ряд ризиків для економіки країни: отримання значних збитків підприємствами на початку її становлення; втрата підприємствами налагоджених зв'язків та завойованих позицій на ринку; зростання кіберзлочинності; зникнення ряду традиційних галузей; підвищення залежності усіх виробничих процесів від електропостачання; зростання травматизму на виробництві; скорочення кількості робочих місць, зміна їх структури і зростання безробіття; зниження добробуту громадян; можлива втрата людиною контролю за розвитком виробничих процесів та суспільства; загострення ряду соціальних проблем у суспільстві; зростання загроз економічній та національній безпеці держави тощо.

Індустрія 4.0 змінює роль людини у виробничих процесах і суспільстві. Зростає попит на висококваліфікованих спеціалістів, здатних розробляти та впроваджувати інновації, і здійснюватимуть основні управлінські функції. Необхідними стануть спеціалісти, здатні до мейкерства, які зможуть виготовляти та реалізовувати неповторні одиничні товари власними руками. Громадяни отримають більший вплив на прийняття необхідних державних управлінських рішень, натомість держава зможе здійснювати, практично, тотальний контроль за людьми. Стиратимуться межі між миром і війною, злочином і правовою поведінкою. Віртуальний світ окрім користі принесе з собою загострення ряду проблем зі здоров'ям через сидячий спосіб життя, здатність впливати на психіку людини аж до її фізичного знищення, приклади чого ми вже спостерігали не раз. Пандемія прискорила появу цифрових робочих місць, які представляють собою цифровий еквівалент фізичного робочого місця, і дозволяють персоналу фірм продуктивно працювати віддалено.

О.В. Жулин відмічає, що «Четверта хвиля змінить не тільки простір у якому живе людина, але і її саму: світогляд, цінності, поведінку, звички, стиль життя, спілкування, споживання, час на роботу і відпочинок, підходи в освіті, критерії успіху і навіть тіло» [4, с. 100]. Від рішень людини, часто ірраціональних, буде залежати успіх підприємств та економічний розвиток країн.

На перше місце виступають такі здатності персоналу як творчі здібності та креативне, критичне мислення, емоційний інтелект, проактивність мислення, вміння розв'язувати складні комплексні проблеми та комунікативні здібності, вміння управляти людьми, знаходити спільну мову з учасниками виробничого процесу, координаційна взаємодія та когнітивна гнучкість.

Висновки та пропозиції. Індустрія 4.0 змінює усі сфери життя суспільства і саму людину, від поведінки якої, її уподобань, настрою залежить результативність і безпека економіки країни. Тому зростає роль поведінкової економіки, яка допомагає ірраціональність людини зробити більш передбачуваною і керованою.

Список використаних джерел

1. Цубов Л. В., Квасній Л. Г. та Щербан О. Я. Драйвери глобальних промислових змін у контексті поведінкової економіки. *Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України*. 2019. Вип. 1. С. 15-17.

2. Ушакова Н. Г., Помінова І. І. Поведінкова економіка в парадигмальній структурі сучасної економічної теорії. *Бізнесінформ*. 2019. № 9. С. 8-13.

3. Крамар О. Погляд із периферії. URL: <http://tyzhden.ua/Economics/162508>

4. Жулин О. В. Перспективи і загрози соціально-економічного розвитку України в умовах четвертої промислової революції. *Економіка та управління на транспорті*. 2017. В. 4. С. 97-108.

Зарецька Л., старший викладач,
Ільченко М., асистент,
Державний біотехнологічний університет,
м. Харків, Україна

ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ

Пандемія спричинена COVID-19 привела до розбалансування та серйозних порушень зовнішньоекономічної діяльності підприємств (ЗЕДП), а також різко знизила темпи економічного зростання в більшості країн світу. За відсутності надійних механізмів виходу з кризи набули поширення ризики згортання глобальних економічних відносин. Діджиталізація в деякій мірі дозволяє знизити напругу в економіці та перебудувати її згідно до сучасних вимог.

Слід відзначити, що карантинні обмеження та економічна криза в Україні привели до масштабного скорочення прибутковості в приватному секторі ЗЕДП, у зв'язку з фізичною неможливістю надання товарів чи послуг. За таких умов альтернативою офісів стала дистанційна робота через мережу Інтернет у сфері онлайн продажів. [1, 4].

На наш погляд, діджиталізація сектору ЗЕДП є найбільш актуальною, і ті країни, що побудують найбільш ефективну зовнішню економіку та її інфраструктуру на основі цифрової трансформації, перші вийдуть з кризового стану. Завдяки цифровізації зовнішньоекономічної діяльності, бізнес-структури даного сектору матимуть можливість залучити інвестиції та нові розробки у свій бізнес, що сприятиме розвитку електронної комерції та збільшенню прибутковості за рахунок росту продажів.

Але розробка інтернет-платформ – це лише початок трансформації діяльності підприємства, так як для успіху у даній сфері потрібна, в першу чергу, чітка маркетингова стратегія, розуміння пошукової оптимізації, трафіку, запуску реклами, підтримки клієнтів тощо.

Тому підготовка ЗЕДП до переходу в онлайн режим включає наступні кроки: аналіз та оптимізація витрат підприємства (пошук нових партнерів, постачальників, бізнес-партнерів, оптимізація неактуальних витрат відповідно до нових умов); проведення змін у команді (перехід на віддалену форму роботи, розроблення нової системи винагород та бонусів працівників, розрахунок нових ключових показників ефективності (КРІ), перерозподіл відповідальності, розширення повноважень керівників відділів); орієнтування на нові товари чи послуги згідно з потребами споживачів (зміна асортименту з орієнтацією на товари, які більш необхідні в умовах карантинних обмежень, розроблення ключових переваг над конкурентами та зростання впізнаваності бренду, шляхом введення безкоштовної доставки, нових акцій та онлайн підтримки клієнтів) [2].

На нашу думку, окремою складовою запровадження діджиталізації в ЗЕДП варто виділити процес маркетингової діяльності, так як під час закриття офісів та філій, усе навантаження переходить на маркетинг, важко швидко зорієнтуватись та знайти нові канали зв'язку з клієнтами без втрати доходів. Таким чином, для організації успішної маркетингової кампанії в умовах пандемії необхідно: виділити основні товари з найбільшим попитом серед усього асортименту; знайти оптимальні канали збуту та зосередити на них основні потужності підприємства; звернутись до email-розсилок, соціальних мереж та месенджерів [1].

Слід зазначити, що в умовах кризи важливим кроком є концентрація на сильних сторонах бізнесу. А саме, якщо інтернет-продажі мали місце і до карантину, то варто розширити способи оплати замовлень, покращити доставку, запропонувати кредитування чи відтермінування платежів, вийти на нові онлайн-платформи збуту. Далі – створити власну сторінку в соціальних мережах, провести опитування, якщо присутня зацікавленість, лише тоді варто розробляти власний сайт і запускати рекламу.

Таким чином, підсумовуючи вище викладене відзначимо, що цифровізація зовнішньоекономічної діяльності підприємств є не лише антикризовим інструментом, а й загальним способом збільшення доходів підприємства. На нашу думку, успішними будуть ті підприємці, які під час кризи доклали максимальних зусиль, щоб завоювати свою аудиторію за допомогою якісних послуг, товарів та відповідних цін. Світова тенденція ведення бізнесу свідчить, що за останні 5 років щорічний приріст онлайн-ритейлу становив приблизно 20%, а офлайн приріст – біля 3,5%. Отже, за відносно короткий проміжок часу можна стверджувати, що саме онлайн торгівля буде основним каналом збуту товарів, а офлайн відійде на другий план. Саме тому в даний момент, в таких нових умовах, на нашу думку, підприємства повинні не тільки навчитися цифровізувати свій бізнес, але й вміти управляти своєю діяльністю та бізнес-процесами за допомогою різних сучасних дієвих антикризових інструментів.

Відзначимо, що вітчизняні підприємства посилюють розробки в сфері інновацій, намагаються реалізувати більше товарів з високою доданою вартістю і оригінальними споживчими властивостями, що дозволить залучати інвестиції в інфраструктуру, ноу-хау, обладнання, людський капітал, трансформуючи підприємницький сектор в більш конкурентоспроможний на основі інвестиційно-інноваційної моделі розвитку [2;3].

Список використаних джерел

1. Юхименко С. COVID-19, бізнес та діджиталізація: кілька думок / Інститут економічних досліджень та політичних консультацій / [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://www.ier.com.ua/ua/publications/comments?pid=6380>
2. Дзуліт З.П., Завербний А.С., Романюк А.О. Діджиталізація – дієвий інструмент антикризового розвитку бізнесу в умовах пандемії / Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка» / [Електронний ресурс] / Режим доступу: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/1_2021/7.pdf
3. Редзюк Є.В. Відновлення у другу хвилю / газета «Дзеркало тижня» / Рубрика: Макрорівень // 14.11.2020 р. [Електронний ресурс] / Режим доступу: <https://zn.ua/ukr/macrolevel/vidnovlennja-u-druhu-khvilju.html>
4. Офіційне видання державної фіскальної служби України, Вплив COVID-19 в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.visnuk.com.ua/uk/news/100020261-vpliv-covid-19-v-ukrayini-87-biznesu-zaklikaye-uryad-ukrayini-prodovzhiti-potuzhnu-programu-reform>

Zat'ko J., JUDr., PhD., Dr.h.c. mult.,
Honor. Prof. mult., LL.M, MBA,
President of European institute of further education (EIDV),
Head of Pyrotechnics Association of Slovak Republic, Head of ICOCRIM;
Plavcan P., Prof. Ing. Chairman of Academic
Council of Danubius University, (Slovak Republic)
Mex H., студентка
Волинський національний університет
імені Лесі Українки

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ МАЛОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Малий бізнес відіграє важливу роль в економіці України, бо є динамічним. Він швидко реагує та адаптується до нових змін, адже для нього характерна обмежена кількість людей і відносно невеликі за розміром. Також малий бізнес пристосовується до змін потреб споживача. Виробництво пошиття сумок може швидше почати виробляти маски, адже вони є необхіднішими для людей в даний момент. Завдяки їх створенню збільшиться кількість робочих місць, тому зменшиться безробіття.

Проблема стійкого розвитку малого підприємництва є досить актуальною і популярною на сьогодні. Серед пріоритетів державної політики багатьох країн світу – розвиток малого підприємництва посідає перші місця. Малий бізнес сприяє зайнятості і добробуту громадян і саме розвиток малого бізнесу є основою формування середнього класу[1]. Проте, розвиток малих підприємств дуже повільний і не відповідає потребам ринку.

До малих підприємств в Україні належать 99,98% зареєстрованих юридичних та фізичних осіб (суб'єктів господарювання). Понад 6,9 мільйона людей, або близько 82% усіх працівників, працюють у секторі МСП. На цей сектор припадає 65% продажів товарів, робіт та послуг та 64% валової доданої вартості. Малі підприємства мають велику частку у таких сферах, як будівництво, адміністративні та допоміжні послуги, професійна, наукова та технічна діяльність, кожна з яких становить понад 90% зайнятих[2]. На МСП припадає більше ніж 60% зайнятих у різних сферах та господарствах.

Згідно чинного законодавства, малими визнаються ті суб'єкти господарювання, в яких середньооблікова чисельність працюючих за звітний фінансовий рік не перевищує п'ятдесяти осіб, а обсяг валового доходу від реалізації продукції за цей період становить не більше суми, еквівалентної п'ятистам тисячам євро за середньорічним курсом Національного банку України щодо гривні. У безлічі розвинених країн, наприклад, в Японії, США, Німеччині малі підприємства становлять велику частку від числа всіх підприємств, і на них виробляється більш ніж половина всієї продукції, що випускається в країні[3]. Для підтримання позитивної реалізації малих бізнесів в Україні держава надає їм пільги у податках[3].

Важливим інструментом розвитку малого підприємництва є сприяння розвитку інноваційного підприємництва. Розвиток інноваційного підприємництва є одним з важливих конкурентних переваг країн ЄС. Як свідчить європейська практика, використання цієї переваги вимагає спеціальних заходів державної політики. Адаптація вітчизняної системи підтримки до європейської моделі дозволить розраховувати на партнерську участь в реалізації європейських програм науково-технологічного та інноваційного розвитку. Реальна причина проблем розвитку вбачається в тому, що в Україні висока вартість ведення зовнішньоекономічної діяльності (ЗЕД) - 74-те місце у світі, що зменшує активність МСП в експортних операціях. Ця проблема може бути частково вирішена шляхом вдосконалення та оптимізації державного регулювання експорту. МСП не мають можливості експортувати свою продукцію через відсутність партнерів та незнання ринків, в чому держава могла б надавати допомогу. Ще одна проблема, яку підприємці усвідомлюють - це брак фінансових ресурсів, незалежним суб'єктам важче отримати банківський кредит[4].

До 2020 року розробили стратегію щодо вирішення проблем розвитку малих підприємств та способів їх розв'язання. Очікувальними результатами виконання даної Стратегії є :

- підвищення конкурентоспроможності малого і середнього підприємництва; - покращення бізнес-клімату та створення позитивного іміджу держави на міжнародному ринку;
- збільшити внесок в національну економіку;
- збільшення на 10% чисельності зайнятих на підприємствах;
- довести до 65 відсотків питому вагу малих і середніх підприємств в обсягах реалізованої продукції (робіт, послуг);
- активізувати формування інфраструктури підтримки малого і середнього підприємництва у регіонах. Таким чином, Стратегія розвитку проблем малого і середнього підприємництва в Україні на період до 2020 року не тільки виявляє проблеми в сфері малого бізнесу а й пропонує шляхи щодо їх вирішення[5].

На нашу думку, ми вважаємо, що отримані результати дають можливість зробити висновки про проблеми розвитку малих бізнесів. Вони потребують більше уваги та їх потрібно вдосконалити якнайшвидше. Малі підприємства дуже впливають на економіку України, а також збільшиться кількість нових робочих місць. Держава почала вводити корективи та допомагає їхньому розвитку, а саме :зробила пільги у податковій сфері... Та все ж таки потрібно дослухатись до стратегій вирішення цих проблем.

Список використаних джерел

1. Корнілова О.В., Семененко Д.О. Проблеми розвитку малого бізнесу в Україні. - Режим доступу : <http://rp.dsum.edu.ua:8080/bitstream/123456789/1726/1/Kornilova%20Semenenko%20Problemi%20rozvitku%20malogo%20biznesu%20v%20ukrayini.pdf>
2. Саприка Р.Р., Бойко Л.О. Стратегічні пріоритети розвитку економічної системи України. - Режим доступу : <http://dSPACE.ksau.kherson.ua/bitstream/handle/123456789/4761/%d0%a1%d0%b0%d0%bf%d1%80%d0%b8%d0%ba%d0%b0%20%d0%a0.%d0%a0.%2c%20%d0%91%d0%be%d0%b9%d0%ba%d0%be%20%d0%9b.%d0%9e..pdf?sequence=1&isAllowed=y>
3. Стравінська К. С. Сучасний стан та розвиток малого підприємства в Україні. – Режим доступу : https://dSPACE.udpu.edu.ua/bitstream/6789/8584/3/Econ_din.pdf
4. Саприка Р.Р., Бойко Л.О. Стратегічні пріоритети розвитку економічної системи України. - Режим доступу : <http://dSPACE.ksau.kherson.ua/bitstream/handle/123456789/4761/%d0%a1%d0%b0%d0%bf%d1%80%d0%b8%d0%ba%d0%b0%20%d0%a0.%d0%a0.%2c%20%d0%91%d0%be%d0%b9%d0%ba%d0%be%20%d0%9b.%d0%9e..pdf?sequence=1&isAllowed=y>
5. Корнілова О.В., Семененко Д.О. Проблеми розвитку малого бізнесу в Україні. - Режим доступу : <http://rp.dsum.edu.ua:8080/bitstream/123456789/1726/1/Kornilova%20Semenenko%20Problemi%20rozvitku%20malogo%20biznesu%20v%20ukrayini.pdf>

Ізмайлова К., к.е.н., проф.
Бєлєнкова О., д.е.н., доц.
Срібний В., магістр
КНУБА

ФІНАНСОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ БУДІВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

За даними Державної служби статистики в Україні в за видом діяльності «будівництво» функціонує близько 30 тисяч підприємств, що складає 8,3% від загальної їх кількості. Протягом десяти років поспіль ці підприємства працювали збитково і тільки у 2018 році вперше отримали сумарний чистий прибуток у розмірі 4414,1 млн. грн.

Негативний узагальнюючий показник роботи будівельного сектору, а саме багаторічна збитковість, спричинює актуальність поглибленого аналізу показників розвитку підприємств та пошуку причин.

Проаналізувавши дані розвитку будівельних підприємств за період 2013-2020 рр. за даними

Державної служби статистики [1] можна побачити, що збитковість активів будівельних підприємств обумовлена збитковістю реалізованої продукції. Найбільш складними для галузі виявились 2014-2015 рр. - роки політичної і структурної трансформації країни. Проте, починаючи із 2016 року, будівельний сектор адаптувався до усіх негативних змін, про що свідчить зменшення збитковості. Достатньо високий рівень прибутковості (13,59%), отриманий будівельними підприємствами у 2019р. у подальшому утримати не вдалось, принаймні, враховуючи офіційні дані їх звітів про фінансові результати (табл.1).

Таблиця 1

Вплив коефіцієнта трансформації і рентабельності продукції на рентабельність активів будівельних підприємств у 2013-2020 рр.

Показник	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Рентабельність активів, %	-1.18%	-29.13%	-26.36%	-9.87%	-4.32%	3.29%	9.30%	-2.66%
Чистий прибуток, млрд. грн.	-1.25	-27.95	-25.86	-10.55	-5.01	4.41	13.59	-4.45
Активи, млрд. грн.	106.12	95.95	98.11	106.88	115.88	133.98	146.17	167.57
Рентабельність продукції	-24.07	-156.07	-145.94	-52.95	-19.93	0.01	0.03	-0.01
Чистий прибуток, млрд. грн.	-1.25	-27.95	-25.86	-10.55	-5.01	4.41	13.59	-4.45
Виручка, млрд. грн.	51.93	179.09	177.20	199.26	251.36	337.70	415.09	446.11
Коефіцієнт трансформації	0.00	0.02	0.02	0.02	0.02	2.52	2.84	2.66
Виручка, млрд. грн.	51.93	179.09	177.20	199.26	251.36	337.70	415.09	446.11
Активи, млрд. грн.	106.12	95.95	98.11	106.88	115.88	133.98	146.17	167.57

Значного поширення для аналізу рентабельності активів або рентабельності власного капіталу отримав метод, який широко використовувався у 1920-х рр. у корпорації Дюпон, і який отримав у подальшому її назву. Рентабельність будівництва за даним методом аналізують у працях [2-6]. Так, з наведеної у [4, с. 6] трьохфакторної моделі рентабельності власного капіталу випливає, що на її значення істотно впливає збільшення частки позикових коштів, тобто так званий фінансовий ліверидж (важіль), який супроводжується підвищенням ризику втрати суб'єктом господарювання фінансової незалежності.

Можна побачити, що, якщо у 2000-х роках обсяг загальних джерел фінансування (сума пасивів) у 3,65 разів перевищували суму власного капіталу будівництва, в 2009 р. – у 5,2 рази, то у 2019 р. – у 15,5 раз. Тому слід зважати також на зворотний напрямок дії фінансового важеля. При незначному зменшенні фінансового результату рентабельність власного капіталу істотно знизиться у підприємства з високим фінансовим важелем і несуттєво — з низьким.

Наступним фактором, який вплинув на ефективність роботи підприємств будівництва є зменшення оборотності активів. Оборотність активів, характеризує ефективність використання всіх наявних у будівельних підприємств ресурсів, незалежно від джерел їхнього залучення. Зниження обертання ресурсів свідчить про зменшення фінансового благополуччя підприємства. Оборотність активів будівельної галузі, починаючи із 2004 року, поступово скорочувалась, виключенням став 2018 рік. З трьох факторної моделі «Дюпона» випливає, що на значення рентабельності (збитковості) власного капіталу підприємств галузі також істотно впливає коефіцієнт фінансової залежності (фінансовий левєридж). Він показує співвідношення позикового та власного капіталів та сигналізує про підвищення ризику втрати будівельними підприємствами фінансової незалежності.

За рівнем фінансового важеля можна визначити, на скільки відсотків зміниться рентабельність власного капіталу при зміні фінансового результату (до сплати відсотків за кредит та податку на прибуток) на 1 % за умов різних часток позикового капіталу в пасивах.

Оскільки будівельні підприємства протягом 10-ти років поспіль працювали збитково, то непокріті збитки вже у 2014 році сягнули критичного значення, а починаючи із 2015 р. перевищили розмір власного капіталу будівельних підприємств.

Збільшення питомої ваги використання позикового капіталу в багатьох випадках має свої переваги, оскільки заборгованість вигідна в період розвитку економіки, розширення обсягів діяльності підприємств, під час підвищення темпів інфляції. Разом з тим, це призводить до збільшення рівня фінансового ризику [7]. Отже значна доля позикових коштів у структурі балансу будівельних підприємств, які були одним з основних джерел зростання будівельної галузі в період розвитку, значно зменшує стійкість підприємств галузі у кризовий період.

Отриманий дисбаланс розвитку економіки вдалося повністю подолати лише у 2018 році. У 2019 році також спостерігались тенденції до зростання, проте отримане зростання, не досить стійке, було порушено світовою пандемією.

Проведений аналіз показав вплив чинників фінансової стійкості на рентабельність будівництва та довів, що значне зменшення фінансового потенціалу підприємств даного сектору спостерігається завдяки тривалій збитковості протягом майже десятиріччя та негативно позначилась на можливості переходу до сталого розвитку будівельного сектору.

Список використаних джерел

1. Економічна статистика. Економічна діяльність. Діяльність підприємств. Державна служба статистики [Електронний ресурс] –Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
2. Izmailova, K., Zapiechna, Y. Study of unprofitability of Ukraine's large enterprises by the Dupont method. *Three Seas Economic Journal*, 1(4), 2020, 84-89.
3. Беленкова О.Ю., Сердюченко Н.Б., Антропов Ю.В. Оцінка фінансової стійкості малих будівельних підприємств України в 2000–2008 роках. *Економіка та держава*. 2011. № 1. С. 56–60.
4. Bielienskova, O. Profitability analysis of the construction industry using deterministic models. *Construction production*, 2005, 46, 120-122.
5. Беленкова О.Ю. Аналіз збитковості будівельних підприємств за методом фірми «Дюпон». *Галицький економічний вісник*. 2010. № 4. С. 184–188.
6. Bielienskova O. Factor analysis of losses construction enterprises in 1999–2019. *Economics, Finance And Management Review*. 2020. No 1. P. 4–16.
7. Ізмайлова К.В., Боліла Н.В. Моделі прогнозування втрати фінансової стійкості як складова системи економічної безпеки підрядних будівельних підприємств. *Шляхи підвищення ефективності будівництва в умовах формування ринкових відносин*. 2018. № 38. С. 225 –233.

Каламан О., д.е.н., доцент, доцент кафедри менеджменту і логістики
Мандрикін Д., асистент кафедри менеджменту і логістики
 Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса, Україна

СТРАТЕГІЯ УПРАВЛІННЯ БРЕНДОМ: ПОЗИЦІОНУВАННЯ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

У сучасних умовах управління брендом підприємства є важливим, але складним завданням, для вирішення якого необхідні підходи, що являють собою сукупність методів практичної її реалізації. Доцільним є уточнення сутності марочного позиціонування під управлінням брендом. Важливо підкреслити, що товарні марки та бренди – не синонімічні поняття. Товарна марка не обов'язково є брендом, проте вона може ним стати за певних умов, найважливішим з яких є – створення та закріплення стійкого її образу в очах споживача, на чому й мають зосередитись у своїй роботі маркетологи компанії. Будемо приймати, що бренд висловлює думку споживача про його носія, а отже належить споживачеві, а не як прийнято вважати – виробнику товарів/послуг або його власнику.

У цьому для цілей здійснення марочного позиціонування потрібні дані про структуру цільового ринку, як зробити вибір цільового сегмента, а в ньому – цільової аудиторії. І слід враховувати, що позиція стає такою лише тоді, коли вона сприйнята споживачем. Тому компанії-власнику бренду та/або марочного портфеля необхідно знати свого споживача, для чого проводяться дослідження з використанням різних методів (статистичних, аналітичних, специфічних методів маркетингу, наприклад, групування, середніх величин, анкетування, фокус-груп та ін.) та формується, так званий, «портрет середньостатистичного споживача». Робиться це для того, щоб особливості продукції та торгових марок або всієї компанії підкреслити переваги для цільових споживачів. Адже дійсно бренд не можна позиціонувати для всіх, що незмінно призведе до розвіювання його образу.

Сутність позиціонування проявляється в розробці пропозиції та образу бренду в цілому або марки, що просувається, та/або їх сукупності, спрямованих на закріплення та створення певної

конкурентної позиції в рамках якогось чітко обраного компанією ринку. Найважливішою метою позиціонування в управлінні брендом є формування та визначення місця бренду на ринку для найбільш повного задоволення потреб споживачів та отримання прибутку на основі диференціації від своїх конкурентів та здійснення дій, спрямованих на зміцнення власної обраної позиції. До завдань, які мають бути вирішені при управлінні брендом повинні належати такі: забезпечення просування товарів/послуг, підприємства на основі формування та стимулювання інтересу споживачів до продукції; оптимізація витрат підприємства просування і стимулювання збуту задля забезпечення максимізації прибутку; формування стратегії. Чітко обґрунтована стратегія позиціонування необхідна, як великих компаній, так підприємств, що мають невеликі розміри через наявність двоїстого позитивного ефекту: для покупців – посилення компанії, закладене у бренді розуміють переваги та вигоди, закладені в ньому; для співробітників – посилення компанії, закладене у бренді розуміють суть завдання бренду та способи налагодження зв'язку з покупцями-клієнтами.

Отже, при управлінні брендом на основі позиціонування торгових марок важливим є розуміння і фокусування уваги на тому, що позиціонування дозволяє підкреслити індивідуальність як продукту, що пропонується підприємством, і відповідної йому торгової марки, так і бренду в цілому. Як показали дослідження, в основі позиціонування лежить реалізація трьох елементів: визначення особливостей пропонованого продукту або підприємства в цілому, виражені у вигоді, яку отримує споживач/покупець; встановлення потреб та очікувань цільового сегмента ринку від запропонованого продукту чи підприємства загалом; відстеження позицій конкурентів на ринку, що цікавить підприємство.

Абсолютно будь-яка стратегія повинна ґрунтуватися на цих фундаментальних елементах, тому що відхилення від реалізації зазначених елементів позиціонування або неповне їх виконання призводить до того, що: компанія може витратити час, зусилля (у т. ч. фінансові) на реалізацію позиції, яке вже зайнята конкурентами; дії компанії можуть не відповідати очікуванням та потребам цільового сегменту ринку; фактичні можливості запропонованого компанією продукту або самого підприємства можуть не збігатися з реальними можливостями. Слід зазначити, що найважливішим етапом позиціонування є саме вибір стратегії, від якої і залежить конкурентоспроможність самого бренду, що просувається, і виникнення споживачів, лояльних до нього. Позиціонування портфеля брендів – це процес, зумовлений активними діями підприємства (власника бренду), а також діяльністю та реакцією всіх ринкових суб'єктів, які прямо чи опосередковано беруть участь у процесі брендингу. Процес позиціонування спрямований на створення позитивного образу бренду, що дозволить забезпечити його становище на ринку.

Корисними інструментами для управління брендом є використання елементів центричного та інваріантного підходів до формування портфеля брендів, що дозволить отримати, на наш погляд, синергетичний ефект. Основною метою концептуального підходу є формування бренду та визначення його місця на ринку для найбільш повного задоволення потреб споживачів та отримання прибутку.

Таким чином, з метою забезпечення ефективного управління брендом на основі марочного позиціонування дуже важливим є: врахування ієрархії марок портфеля залежно від місця, що використовується, застосовуваного сценарію - «Будинок брендів» або «Брендований дім»; обрана візуалізація портфеля з урахуванням можливостей складання молекули; врахування думки про марки споживача. Тобто портфель брендів підприємства може бути сформований: на основі широкої лінійки торгових марок, що до нього входять, що є фінансово менш витратним для підприємства та узгоджується з таким сценарієм, як «Будинок брендів»; на основі довгої лінійки, коли до складу портфеля входить багато брендів, що є фінансово більш витратним для підприємства та узгоджується з таким сценарієм, як «Брендований дім».

Список використаних джерел

1. Farquhar P. Managing brand equity. *Marketing Research*. 1989. Vol. 1. № 3. P. 24–33.
2. Morgan N. A., Rego L. L. Brand Portfolio Strategy and Firm Performance. *Journal of Marketing*. 2009. Vol. 73. № 1. P. 59–74.
3. Rangaswamy A., Burke R., Oliva T. Brand equity and the extendibility of brand names. *International Journal of Research in Marketing*. 1993. Vol. 10. № 1. P. 61–75.

4. Lederer C., Hill S. See your brands through your customers' eyes. Harv Bus Rev. 2001 Jun;79(6):125-33, 148.

Калетник О., здобувач ступеня PhD
Національний університет водного господарства
та природокористування, м. Рівне

ПРІОРИТЕТНІ НАПРЯМКИ ПОДАТКОВОГО СТИМУЛЮВАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Розглядаючи податкове стимулювання, слід зазначити, що воно безпосередньо пов'язане з діяльністю органів державної влади, компетенцією яких є визначення, встановлення та застосування податкових стимулів та необхідних заходів податкового стимулювання.

Під податковим стимулюванням варто розуміти процес цілеспрямованого впливу держави на платників податків з метою забезпечення їх зацікавленості у здійсненні діяльності, що заохочується державою, за рахунок перспективи отримання додаткових благ та поліпшення фінансово-економічного стану.

Податкове стимулювання інноваційної діяльності в Україні охоплює деякі пільги з податку на додану вартість, податку на прибуток, мита, податку на доходи фізичних осіб. Проте в зарубіжній практиці є більш ефективні інструменти податкового стимулювання, які доцільно розглянути та імплементувати в Україні, а саме: інвестиційний податковий кредит та податкова знижка, податкові канікули тощо.

Податкові стимули в реалізації інноваційної політики зарубіжних держав спрямовані на стимулювання інноваційних процесів, а також створення сприятливих економічних умов для науково-технічного розвитку. Податкова знижка є різновидом податкової пільги з податку на прибуток, яка дозволяє зменшувати базу оподаткування на певну частину витрат, зокрема інноваційного характеру.

Інвестиційний податковий кредит, на відміну від податкової знижки, яка зменшує оподатковувану базу, впливає на загальну суму податкових зобов'язань платника податку. В країнах Європейського Союзу застосовується простий та прирістний інвестиційний податковий кредит. Останній стимулює підприємства до збільшення витрат, перш за все інноваційного характеру порівняно з попереднім роком, на відміну від простого, який направлений на стимулювання суб'єктів господарювання до здійснення інвестиційної та інноваційної діяльності взагалі [1, с.102].

Позитивним у використанні інвестиційного податкового кредиту для стимулювання інноваційної діяльності в країні є те, що він не порушує конкурентне середовище сектору інноваційного підприємництва, а сприяє підвищенню результативності його фінансово-господарської діяльності, адже отримати податковий кредит можуть лише ті суб'єкти господарювання, які реалізують високоефективні інноваційні проекти.

Впровадження інвестиційного податкового кредиту не потребує залучення додаткових кредитних ресурсів, адже у ньому використовується ресурсний потенціал самого підприємства у вигляді прибутку, зокрема тієї частини, що повинна відраховуватися у вигляді податку на прибуток до бюджету. Тому застосування інвестиційного податкового кредиту стимулюватиме підприємства до підвищення ефективності своєї діяльності та отриманні максимального прибутку [2, с.15].

Доцільність використання «податкових канікул» для податкового стимулювання інноваційної діяльності полягає в тому, що надання цієї пільги дозволяє підприємству, що здійснює інновації, забезпечити першочергове погашення витрат перших етапів інноваційного циклу, упродовж яких відповідні витрати ще не перебиваються доходом від реалізації інноваційного проекту. Однак ці ж результати можуть бути отримані при використанні інших механізмів податкового регулювання, зокрема інноваційних знижок та інноваційного податкового кредиту.

Отже, податкові інструменти стимулювання розвитку регіону комплексно можуть поліпшити соціальну, економічну та екологічну сфери. Проте необхідно враховувати місцеві

особливості, традиції, промисловий розвиток галузей, які у кожного регіону відрізняються. У разі застосування галузевих податкових пільг для досягнення цілей економічної політики держави варто враховувати та мінімізувати негативні наслідки від їхнього використання.

Слід здійснювати безперервний моніторинг та оцінку ефективності податкових пільг з метою скасування неефективних пільг та підвищення фінансової спроможності органів місцевого самоврядування. Пріоритетні напрями податкового стимулювання, такі як надання податкових пільг, використання інструментів податкового стимулювання інноваційної діяльності (інвестиційні податкові кредити, податкові знижки, податкові канікули), що здатні створити сприятливий інвестиційний клімат, мають забезпечувати стійкий розвиток регіонів на основі створення необхідних умов до мобілізації та раціонального використання фінансових ресурсів місцевого самоврядування.

Список використаних джерел

1. Кужелєв М. О., Нечипоренко А. В. Фінансові інструменти стимулювання регіонального розвитку: практика використання в Україні : монографія / М. О. Кужелєв, А. В. Нечипоренко. – Київ : «Центр учбової літератури», 2019. – 224 с.

2. Марченко О. Напрями податкового стимулювання інноваційної діяльності підприємств / О. Марченко, В. Ткаченко // Економіст. – 2013. – № 1. – С. 13–17.

Kęsy M., Ph.D.

University of Economy in Bydgoszcz, Poland

Остапчук І., студентка

Волинський національний університет
імені Лесі Українки

СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ЦІНОУТВОРЕННЯ

Ціноутворення в ринкових умовах є головним важелем господарського механізму підприємств, реалізується у взаємозв'язку попиту і пропозиції, обслуговує всі стадії суспільного відтворення, є основою подальшого процесу розподілу. Цінні елементи соціальних продуктів та ефективність інституційної підтримки, яку вони формують, відображаються в цінах. Тому ціна є економічним інструментом, за допомогою якого вартість товарів набуває грошової вартості і стає об'єктом суспільного розподілу. Аналіз сучасних питань ціноутворення допоможе виявити суперечності в українському ціноутворенні та показати шляхи підвищення ефективності.

Ефективне ціноутворення допомагає виробництву підпорядковуватися суспільному попиту. Адекватний рівень цін може сприяти економічному зростанню, забезпечувати ефективне конкурентне середовище, спрямовувати виробництво на інноваційний зміст, знижувати витрати виробництва та прискорювати оборотність виробничого капіталу, покращувати якість послуг і товарів і споживчий попит [1].

Теперішній стан економіки України має різкий контраст із тим, що відбувається в економіці розвинених країн. Слід зазначити, що в процесі формування ефективного ціноутворення в Україні недостатньо вчитися на досвіді та тенденціях економічно розвинених країн. Тому досвід розвинених країн, таких як Нідерланди, Бельгія, Швеція, Швейцарія, Фінляндія, Норвегія, Данія та Австрія, показує, що підвищенню ефективності ціноутворення та стабілізації внутрішніх і зовнішніх цін можуть допомогти:

- 1) простота і зручність системи податків.
- 2) мобільність і гнучкість податкової системи в умовах швидких соціально-економічних змін;
- 3) обґрунтованість фінансових потреб держави (фіскальний достаток податкової системи);
- 4) помірність оподаткування (потреби держави у фінансах не повинні зменшувати зацікавлення платників податків у господарській діяльності, затим що надмірні податки зменшують податкову базу, а отже, і податкові надходження й одночасно породжують тенденції приховування прибутків платниками податків);

5) належність податкової системи критеріям справедливості (прогресивне оподаткування, уникання подвійному та багаторазовому оподаткуванню, мінімізація податкових пільг тощо);

6) інтеграція цільових соціальних податків і їх перебудова спираючись на продуктивний світовий досвід (наприклад, Чилі) [2].

Окрім того, в провідних світових країнах застосовують прогресивне оподаткування, за для рівномірного розподілу податкових зобов'язань, яке дозволяє знизити «тіньові» доходи, рівень оподаткування платників податків з низьким рівнем доходів та підвищити загальний рівень доходів до бюджету. Проте реформована система податків України значною мірою орієнтована на задоволення державних інтересів, всупереч інтересам класу підприємств та домогосподарств, оскільки за новим Податковим кодексом зміна ставок оподаткування суттєво не змінила ні розміру надходжень податків до Бюджету, ні надмірне податкове навантаження на платників податків. З початком економічної кризи світу, зниження податку на додану вартість було оперативним здійснено правлінням різних країн і стало одним із кроків по її подоланню, про що свідчить світова практика оптимізації податку на додану вартість [1]

Крім того, згідно з новим податковим законодавством України, базою податку на додану вартість є не тільки прибуток і заробітна плата, а й амортизаційні відрахування. Немає також стимулу до обкладення податками інших податків, наприклад, для розширення бази оподаткування вводяться тарифи та податки на споживання з податку на додану вартість, які не мають жодного відношення до новоствореної вартості.

Отож, діючі непрямі податки й водночас елементи ціни товару – мито, акциз і ПДВ як ціноутворюючі фактори суттєво підвищують рівень цін національної економіки, а сучасний адміністративно-правовий устрій формування ціни сприяє компенсації значного податкового тиску кінцевим споживачем товару. Саме податок на додану вартість – міцний чинник підвищення цін на всіх стадіях виробництва та реалізації товарів і послуг, повинен стати основою підвищення ефективності ціноутворення в Україні та вдосконалення податкової політики в цілому [3].

Прибуток як і складник ціни товару, так і об'єкт оподаткування. Проте підприємці прагнуть знизити інфляційні ризики в умовах затяжної економічної кризи, тому часто необгрунтовано та безконтрольно з боку держави вдаються до підвищення рівнів рентабельності продукції. При цьому частка податкових платежів з прибутку підприємства компенсується саме необгрунтованим і неконтрольованим зростанням вільних ринкових цін. Це відноситься і до єдиного соціального внеску підприємств на фонд заробітної плати, які формують собівартість продукції та ціну.

Необгрунтований і неконтрольований рівень рентабельності різних видів підприємницької діяльності (виробничої, посередницької, торговельної тощо) призвів до недостатності прибутків у виробничій сфері народного господарства України, а водночас призвів до надприбутків в інших сферах бізнесу. Водночас надмірні ціни лише вичерпують розуміння потреб споживачів. Цим непропорційним наслідком є, насамперед, необгрунтоване зростання цін на велику кількість товарів у національній економіці, що не тільки значно знижує купівельну спроможність малозабезпечених верств населення та зменшує їх споживчий попит, а й активно розширює цю частину суспільства, знижуючи загальний рівень життя активного працездатного населення, яке за інших умов могло б сформувати середній клас суспільства.

Нинішня податкова система України визначає підвищення податків пропорційно зростанню цін. Це сприяє фіскальному змісту системи, але неприйнятно з точки зору стійкості платників податків та остаточної стабільності національних економічних цін. Існує парадоксальна ілюзія збільшення надходжень до державного бюджету, що в основному пов'язано з факторами інфляції, зростанням цін та підвищенням податків. І дефіцит бюджету, після якого процес інфляції суттєво вплине на його видатки. Отже, існуюча система ціноутворення відображає справжній стан економічної ефективності України. Останнього все ще недостатньо для вирішення економічних умов та викликів розвитку, а також не сприяє подоланню поточної економічної кризи на національному рівні [3].

Іншою серйозною вадою нинішньої системи ціноутворення в Україні є те, що вона фактично не стимулює формування вирішальної частки ефективного економічного розвитку,

особливо взаємозалежності зростання продуктивності та споживання на макро- та мікроекономічних рівнях. Національний контроль цін є провідним методом ефективного планування промислового розвитку будь-якої економіки, який дійсно може задовольнити попит на капітал сучасної технології (ціна має бути достатньо низькою, щоб залучити споживачів, і достатньо високою, щоб забезпечити достатній прибуток для фінансування розвитку підприємства).

Також сьогодні є поширеною так звана система «відкатів», яка значно впливає на підвищення ціни на продукцію. Велика кількість посередників також істотно впливає на ціни товару. Ще однією проблемою є те, що на більшості вітчизняних підприємств планування має формальний характер. Основною причиною цієї проблеми є використання застарілої нормативної бази. Розроблення цінової стратегії повинна здійснюватися в рамках загальних стратегічних цілей фірми, а це натеper в українських компаніях простежується доволі рідко. Тому етапами, що передують розробленню цінової стратегії, є вироблення стратегічних цілей з позиціонування товару на цільовому ринку. Саме ці попередньо прийняті рішення впливають на стратегію ціноутворення [2].

Висновки. Ціноутворення – це процес формування ціни на товар або послугу. Законодавство про ціноутворення є складним нормативним утворенням. Спільна мета такого утворення полягає в забезпеченні й дотриманні порядку визначення цін. Новий Закон України «Про ціни і ціноутворення» має багато переваг порівняно зі старим Законом. Але стверджувати, що правове регулювання утворення цін в Україні повністю завершеним, ще рано. Ця галузь права потребує вдосконалення для вирішення всіх проблем належним чином. У процесі формування ціноутворення в Україні недостатньо використовуються досвід і тенденції економічно розвинених країн. З огляду на те що досвід таких країн набагато більший, Україні необхідно брати приклад саме з них і дотримуватися норм не з радянських часів, а саме сучасних, але лише тих норм, які знайдуть своє практичне застосування.

Список використаних джерел

1. Шашкевич Н.М. Сучасні проблеми ціноутворення в Україні. Вісник соціально-економічних досліджень. 2017. № 2-3. С. 135–143.
2. Поклонська О.Ю., Шуміленко Ю.О., Бойко К.С. Основні проблеми ціноутворення в Україні. Юридичний науковий електронний журнал. 2020. № 2. С. 156-157.
3. Серова Н. В., Майборода О.В. Ціноутворення в Україні: стан та перспективи розвитку. Збірник тез XII Міжнародної науково-практичної конференції. Полтава: ПДАА. 2020. 160 с.

Кривов'язюк І., к.е.н., професор
Луцький НТУ, м. Луцьк, Україна

РОЗВИТОК ІННОВАЦІЙНОСТІ МІЖНАРОДНИХ І ВІТЧИЗНЯНИХ КОРПОРАЦІЙ ТА СУЧАСНА ПОВЕДІНКОВА ЕКОНОМІКА

Вступ. Дослідження впливу психологічних, соціальних, когнітивних, емоційних та інших типових факторів на економічні рішення відіграє важливу роль для визначення меж раціональності економічних агентів. В сучасних умовах поширення COVID-19 надзвичайно важливо знати, як змінюється вибір людини та чи має це вплив на поведінку таких економічних агентів як корпорації, чи змінюється при цьому склад учасників інноваційного середовища, які фактори визначають такі зміни та до чого це може призвести в майбутньому?

Основна частина. Коли ми ведемо мову про економіку, що заснована на потоці інновацій, зазвичай йдеться про високий рівень технологічності виробництва, якісне використання природних ресурсів, трансфер технологій, інформатизацію суспільства тощо [1]. Разом з тим, вплив корпоративних структур на інноваційний розвиток економіки як світу і України зокрема, є доволі значним. Адже їх діяльність зумовлює гармонізацію комерційних цілей високотехнологічної компанії, таких як отримання прибутку від основної діяльності, із стратегічними інтересами держави в галузі формування промислової і торгової політики, орієнтованої не тільки на стійкий, але й прогресуючий розвиток світової економіки.

Розвиток інноваційності міжнародних і вітчизняних корпорацій значною мірою залежить від вибору людини, який в умовах поширення пандемії COVID-19, набуває двовимірної залежності. Адже, з однієї сторони, основним вектором постає збереження життя людини, з іншої сторони, значної ваги набуває електронна комерціалізація бізнесу. Частково це можна прослідкувати, якщо проаналізувати вибірку найбільш інноваційних компаній світу станом на 2020-2021 роки за версією відомої Бостонської консалтингової групи (табл. 1).

Таблиця 1. ТОП-15 інноваційних компаній світу в 2020-2021 роках [2]

Ранг	2020 рік		2021 рік	
	Компанія	Країна	Компанія	Країна
1	Apple	United States	Apple	United States
2	Alphabet	United States	Alphabet	United States
3	Amazon	United States	Amazon	United States
4	Microsoft	United States	Microsoft	United States
5	Samsung	South Korea	Tesla	United States
6	Huawei	China	Samsung	South Korea
7	Alibaba Group	China	IBM	United States
8	IBM	United States	Huawei	China
9	Sony	Japan	Sony	Japan
10	Facebook	United States	Pfizer	United States
11	Tesla	United States	Siemens	Germany
12	Cisco Systems	United States	LG Electronics	South Korea
13	Walmart	United States	Facebook	United States
14	Tencent	China	Alibaba Group	China
15	HP Inc.	United States	Oracle	United States

Зміна поведінки споживачів під впливом зазначених вище векторів її формування призвела до диверсифікації бізнесу. Масштабне дослідження консалтингової компанії Accenture interactive показало, що 77% компаній хочуть змінити способи взаємодії з клієнтами. Циркулярні бізнес-моделі мають стати найкращим варіантом для компаній, які хочуть отримати конкурентні переваги та зберегти свою частку ринку, у синергії власних цілей і цілей суспільства. А існування таких моделей буде можливим лише в тих корпораціях, які чітко знають, яким буде вибір людини в найближчому майбутньому. Це, і цілком свідомо, призведе до перерозподілу учасників інноваційного середовища, як бачимо з даних вище наведеної аналітичної таблиці, і це лише початок.

Визначальними факторами, що нині впливають на вибір людини та зміну поведінки таких економічних контрагентів як корпорації, як у міжнародних, так і вітчизняних, є:

– психологічні фактори, що формуються як результат реакції на подальше поширення пандемії COVID-19 і визначають схильність людей до прийняття непродуманих рішень, що стосується рівно як споживачів, так і менеджерів корпорацій;

– когнітивно-поведінкове втручання держави в процеси економічного розвитку країни та поведінку корпорацій (через формування нових когнітивних навичок, введення санкцій тощо).

Висновки та пропозиції. Розвиток інноваційності міжнародних і вітчизняних корпорацій в умовах пандемії COVID-19 потребує врахування численних умов і факторів. За обставин, що склалися нині в інноваційному середовищі високотехнологічних корпорацій, вибір рішення значною мірою зумовлено дією психологічних, соціальних, когнітивних та інших типових факторів. Вже нині відбувається перерозподіл учасників інноваційного середовища, зумовлений їх схильністю до прийняття непродуманих рішень та когнітивно-поведінковим втручанням держави в процеси економічного розвитку. В майбутньому це може призвести до необґрунтованого зростання цін на інноваційні продукти, спричиняючи зростання невизначеності в середовищі прийняття управлінських рішень.

Таким чином, подальше експериментування та перегляд традиційних моделей поведінкової економіки, які стосуються вивчення меж раціональності поведінки таких економічних агентів як корпорації, дозволять уточнити техніку й підходи щодо тлумачення їхньої поведінки в умовах ринкової неефективності та передбачати негативні чи позитивні наслідки їх впливу на економічні процеси в економіці.

Список використаних джерел

1. Кривов'язюк І.В. Інноваційна економіка : навчальний посібник. Київ : Кондор-Видавництво, 2016. 384 с.
2. Overcoming the Innovation Readiness Gap. Most Innovative Companies 2021 / BCG. URL: <https://www.bcg.com/en-ca/publications/2021/most-innovative-companies-overview> (дата звернення: 28.10.2021).

Кужавський М., аспірант

Український державний університет залізничного транспорту

ПЕРЕДУМОВИ І ПЕРСПЕКТИВИ ФОРМУВАННЯ ПОРТФЕЛЮ БІЗНЕС-СТРАТЕГІЙ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ЗАЛІЗНИЧНОГО ТРАНСПОРТУ

Автоматизація виробництва та бізнес-процесів на основі впровадження різного роду інформаційних технологій наразі проникла в усі без виключення сфери діяльності, у т.ч. і транспортну галузь. Наступним етапом глибинних змін у транспортному секторі має стати цифрова трансформація, спрямована на реалізацію корінних перетворень бізнес-процесів, корпоративної культури, взаємовідносин у колективі між співробітниками, співпраці транспортних підприємств з партнерами, клієнтами та іншими стейкхолдерами.

Для адаптації підприємств залізничного транспорту до вказаних реалій доцільним є застосування інструментарію стратегічного управління і формування збалансованого портфелю бізнес-стратегій розвитку залізничного транспорту, впровадження якого дозволить оптимізувати витрати підприємств і забезпечити нарощення позитивних фінансових результатів. Зазначене потребує проведення більш ґрунтовних наукових досліджень у цьому напрямі.

У загальному вигляді портфельний аналіз є інструментом, за допомогою якого керівництво підприємства оцінює господарську діяльність з точки зору перспективності вкладення коштів у визначені напрями та скорочення або ж взагалі припинення інвестування неефективних проєктів. При цьому оцінюються відносна привабливість ринків та конкурентоспроможність підприємства на кожному з цих ринків. У цьому сенсі важливим є досягнення збалансованості портфелю компанії шляхом забезпечення ефективного поєднання бізнес-сегментів, видів продукції або напрямів реалізації послуг, що потребують додаткових інвестицій, з сегментами, які не потребують чи мають надлишок інвестицій, а також розроблення дієвих стратегій розвитку бізнес-сегментів.

Аналізуючи діяльність вітчизняних бізнес-структур можна дійти висновку щодо наявності певних особливостей формування бізнес-портфелю їх розвитку: по-перше, до складу таких портфелів входять бізнеси з різних галузей і різних розмірів; по-друге, за різними напрямками бізнесу формуються власні кола партнерів, з якими співпрацюють підприємства; по-третє, наявність непрофільних видів діяльності, які створюють сприятливі умови для розвитку акціонерних товариств у цілому; по-четверте, оновлення активів відбувається в основному за профільними видами бізнесу, а другорядні напрями діяльності відповідно отримують мінімальне фінансування; по-п'яте, сталий розвиток таких підприємств можливий лише у випадку забезпечення стратегічної гнучкості суб'єктів господарювання до трансформаційних зовнішніх умов.

Виявлені особливості визначають послідовність формування збалансованого портфеля бізнес-стратегій, що доцільно проводити за наступним алгоритмом.

По-перше, уточнення стратегічної місії та бачення розвитку підприємств залізничного транспорту в сьогочасних трансформаційних умовах.

По-друге, оцінка ресурсного потенціалу підприємств залізничного транспорту.

По-третє, аналіз світових тенденцій розвитку залізничної галузі, оцінювання та прогнозування ризиків середовища функціонування суб'єктів даної сфери.

По-четверте, оцінювання макроекономічного середовища розвитку підприємств залізничного транспорту і встановлення детермінант, які здійснюють суттєвий вплив на сучасне становище і тенденції розвитку підприємств галузі, а також прогнозування зміни вказаних зовнішніх детермінант.

По-п'яте, дослідження бізнес-середовища розвитку підприємств залізничного транспорту, оцінювання конкуренції на ринку залізничних перевезень, поведінки партнерів, споживачів та інших стейкхолдерів, оцінювання ризиків.

По-шосте, проведення первинного портфельного аналізу: опис існуючої ситуації та визначення обмежень щодо розроблення альтернатив стратегічного розвитку підприємств залізничного транспорту, оцінювання вартості, що генерує існуючий портфель бізнес-сегментів розвитку підприємств галузі.

По-сьоме, розробка альтернативних варіантів портфелів бізнес-стратегій розвитку підприємств залізничного транспорту і оцінювання ефективності їх практичної реалізації з урахуванням сьогочасних викликів.

По-восьме, формування збалансованого портфелю бізнес-стратегій розвитку підприємств залізничного транспорту і розроблення механізму його реалізації, що визначає послідовність впровадження стратегій, розподіл між ними різних видів ресурсного потенціалу підприємств галузі, забезпечення збалансованої взаємодії (узгодженості) інтересів та ресурсів зацікавлених осіб, генерацію ризиків та досягнення синергії у процесі взаємодії щодо реалізації стратегій розвитку та ін.

По-дев'яте, розроблення механізму моніторингу динамічної стійкості портфеля бізнес-стратегій і у випадку потреби застосування заходів щодо його корегування.

Серед ключових стратегій розвитку залізничного транспорту особливої уваги на сьогодні заслуговує стратегія цифрової трансформації. Цифрова трансформація представляє собою глибоку реорганізацію бізнес-процесів з широким застосуванням цифрових інструментів для їх виконання, яка призводить до суттєвого покращення характеристик процесів (скорочення часу виконання, зникнення цілих груп підпроцесів, скорочення ресурсів, що витрачаються на виконання процесів) та/або появи принципово нових їх якостей та властивостей. Така стратегія зорієнтована на повномасштабне комплексне цифрове переоснащення системи управління і бізнес-сегментів діяльності підприємств залізничного транспорту з урахуванням бар'єрів на шляху трансформації і приймаючи до уваги різний рівень цифрової зрілості бізнес-сегментів. Вузконаправлені програми часто не можуть забезпечити прорив та ускладнюють рух до мети. Тому важливим є глобальне бачення шляху цифрового розвитку. У свою чергу, для досягнення окремих цілей у рамках стратегії можуть бути виділені окремі цифрові програми та проєкти. Наприклад, для клієнтів такі проєкти можуть передбачати створення цифрових платформ мультимодальних вантажних та пасажирських перевезень, оператора електронної комерції, різного роду чат-ботів та персоналізованих сервісних додатків тощо. Загалом стратегія може включати значну кількість локальних проєктів, спрямованих на впровадження цифрових інновацій та проривних технологій, формування нових бізнес-процесів, підвищення ефективності існуючих, розширення переліку послуг.

Ланченко Є., к.е.н., доц.
Горенко О., Юдицька М., студентки магістратури
НУБіП України, м. Київ, Україна

СТАН ВИКОРИСТАННЯ ТРУДОВИХ РЕСУРСІВ У ФЕРМЕРСЬКИХ ГОСПОДАРСТВАХ

В умовах економічної нестабільності й демографічної кризи відбувається трансформація ринку праці в сільській місцевості: зменшується кількість і змінюється структура зайнятого сільського населення. Так, О. Я. Кравчук і О. Д. Витвицька трансформацію ринку праці визначають як послідовний процес змін і впливу відтворення й використання праці; збалансування пропозиції та попиту на робочу силу; динамічні зміни у сфері використання робочої сили; посилення взаємозалежності національних ринків праці тощо. Трансформація ринку праці призводить до формування нових пропорцій у зайнятості на макрорівні, супроводжується реструктуризацією і модернізацією виробництва на мікрорівні. Трансформація ринку праці – це система динамічних соціально-економічних змін, які створюють нову якість

відтворення робочої сили [1].

Динаміка формування трудових ресурсів сільського господарства за 2018-2020 роки наведена у таблиці 1. З наведених даних очевидно, що кількість сільського населення та кількість працездатного сільського населення скорочується. Це пов'язано з внутрішньою міграцією, крім того низька якість медичного обслуговування, відсутність роботи, незадовільні соціально-культурні та побутові умови життя змушують молодих осіб полишати сільську місцевість. Відтік працездатного населення із сільських поселень пов'язаний з особливістю використання трудових ресурсів у галузі (сезонність).

Таблиця 1

Динаміка формування трудових ресурсів сільського господарства в Україні

Показники	Роки			2020 р у % до 2018
	2018	2019	2020	
Сільське населення, тис. чол.	13084,6	12965,7	12832,2	98,1
Сільське населення у працездатному віці, тис. чол.	7707,6	7605,9	7495,4	97,2
Економічно активне сільське населення у віці 15-70 років, тис. осіб	5604,7	5656,4	5504,8	98,2
Зайняте населення у сільському господарстві, тис. чол.	2937,6	3010,4	2721,2	92,6

Джерело: сформовано за даними Держстату України [2].

Нині у фермерських господарствах зайнято до 100 тис. чол. разом із головами і членами цих фермерських господарств. Розглянемо на прикладі фермерського господарства «Славутич» динаміку середньорічної чисельності працівників та їх використання (табл. 2). Середньорічна чисельність працівників у 2020 р. в порівнянні з 2018 р. зменшилась на 4,8%, а коефіцієнт використання трудових ресурсів збільшився на 2,9 %. Ці дані свідчать про ефективне використання робочого наявної робочої сили.

Таблиця 2

Трудові ресурси ФГ «Славутич» Кіровоградської області та їх використання

Показник	2018 р.	2019 р.	2020 р.	2020 р у % до 2018 р
Середньорічна чисельність працівників, осіб	63	64	60	95,2
У тому числі в рослинництві	63	64	60	95,2
Відпрацьовано в с.-г. виробництві всього, люд.-год	115999	117812	113522	97,9
Відпрацьовано 1 працівником за рік, люд.-год	1841,3	1840,8	1892,0	102,8
Коефіцієнт використання трудових ресурсів	1,05	1,05	1,08	102,9

Джерело: сформовано за даними підприємства.

У малих і середніх сільськогосподарських підприємствах зайнято близько 90 % усіх працівників галузі, які забезпечують валове виробництво аграрної продукції, відповідно, на 49 % і 38 % [2]. У великотоварних підприємствах простежується висока заробітна плата й продуктивність праці, на що має вплив висока капіталозабезпеченість і інвестиційна активність. Оскільки однією з головних проблем сучасного розвитку сільських територій є безробіття, а для збільшення зайнятості потрібне відповідне інвестиційне ресурсне забезпечення, то серед видів сільськогосподарських роботодавців перспективним є розвиток малих і середніх суб'єктів агропідприємства, які потребують менше інвестицій.

Відрадным явищем є збільшення фермерських господарств до 45 тис. од. і сільськогосподарських кооперативів, оскільки саме такі форми господарювання з правової позиції найкраще забезпечують розвиток партисипативних відносин у системі соціально-трудових відносин в аграрній сфері. Фермерські господарства забезпечують раціональну зайнятість і зменшують соціальну напругу в сільській місцевості. Працівники фермерських господарств у переважній більшості одночасно виступають власниками (співвласниками – члени родини) засобів аграрної праці. Подібний принцип функціонування форм агробізнесу простежується в кооперативах, де працівник – власник частини майна й землі в цьому підприємстві. Відомо, що найкраща мотивація праці буде в працівників, які є власниками

(частковими власниками) підприємства, у них долається відчуженість праці й спонукає трудові зусилля до досягнення кращого результату господарювання: збільшення продуктивності праці, капіталовіддачі, рентабельності продукції тощо.

Список використаних джерел

1. Кравчук О. Я., Витвицька О. Д. Трансформація ринку праці в забезпечення розвитку національної економіки. К.: Аграр Медіа Груп, 2011. 196 с.
2. Статистична інформація, експрес-випуски, публікації. Вебсторінка Держстату України. URL: <http://ukrstat.gov.ua>.

Ліпич Л., д.е.н., професор,

Луцький національний технічний університет,
Кафедра підприємництва, торгівлі та логістики

Хілуха О., к.е.н, доцент

Львівський університет бізнесу та права,
Кафедра економіки підприємства та інформаційних технологій;

Кушнір М., к.е.н., ст. викладач,

Український католицький університет
кафедра прикладної економіки та бізнесу;

СТАЛІЙ РОЗВИТОК ЕКО ТУРИЗМУ

З огляду на зростаючі доходи населення та широко розповсюджену тенденцію розподіляти їх надлишки на привабливі види дозвілля, туризм стає сталою частиною споживання. Концепція його розвитку передбачає збереження балансу між потребами відвідувачів, охороною еко-середовища, інтересами та культурою місцевих громад. Серед вищезазначених складових балансу особливу роль відіграє збереження навколишнього середовища, оскільки незмінні природні цінності визначають його існування, особливо в галузі рекреаційного та пізнавального туризму.

Для задоволення потреб зростаючих туристичних потоків збільшується кількість підприємств готельного господарства. На частку готельної галузі в світі припадає не менше 6% сукупного валового національного продукту. На європейські країни від готельного бізнесу приходиться до 43% доходу [1]. Це положення забезпечує бізнесу потенціал для стійкого розвитку. Найчастіше вони сконцентровані у «важливих» екосистемах, до яких належать пляжі, узбережжя річок і озер, гори неподалік гірських хребтів, території з гарними краєвидами недоторканої природи [2]. Тому все більш поширеним трендом, який характеризує сучасну готельну індустрію, є прагнення до сталого розвитку з акцентуванням уваги на заходах із захисту екосистем. Готелі в своїй діяльності також повинні брати до уваги очікування споживачів, щодо яких екологічне ставлення проявляється не тільки у впливі підприємства на природне середовище, а також у способі надання послуг. Вищезазначені аспекти однаково важливі, оскільки лише їх розумне поєднання сприяє створенню та розвитку стійкого туризму, тобто поліпшенню якості життя населення та суспільства в цілому.

Стратегія сталого розвитку готельної індустрії, основна діяльність якої направлена на збереження природних ресурсів – це високоприбутковий бізнес, який здатен забезпечити значний внесок у зростання валового внутрішнього продукту при відносно низьких витратах та коротких термінах окупності. Характеризуючи стратегію сталого розвитку, що використовується в готельній індустрії, слід зауважити, що найбільш ефективно її реалізують мережеві готельні компанії. Наприклад, Marriott реалізує проєкологічну стратегію Spirit to Preserve. Її діяльність призводить до зменшення споживання води, енергії та природних ресурсів готелями, що входять до мережі, та заохочує працівників і гостей щодня робити проєкологічний вибір. Marriott International також бере участь у багатьох проєкологічних акціях по всьому світу, таких як прибирання Сени в Парижі, прибирання пляжів та посадка рослин навколо готелю в Досі,

прибирання дитячих майданчиків у Нью-Джерсі, прибирання зоопарку в Варшаві. Вона також приймає участь в програмі захисту Амазонських тропічних лісів.

Велику програму сталого розвитку спрямовану на соціальну відповідальність бізнесу, особливо з точки зору охорони екосистеми, реалізувала готельна мережа Willard Inter Continental. Ключовим компонентом програми була ініціатива щодо заміни понад 250 000 ламп розжарювання на компактні люмінесцентні лампи в готелях Північної та Південної Америки, що заощадило понад 5 мільйонів доларів енергетичних витрат. Екологічна ініціатива також сприяла зменшенню вуглецевого сліду понад 17 000 автомобілів. Особливо інноваційною частиною програми було розповсюдження додаткових 15 000 компактних люмінесцентних ламп серед працівників компанії для особистого використання [3].

Основними напрямками впровадження готельними підприємствами стратегії сталого розвитку з акцентом на еко-інновації в Україні є:

- розвиток сучасної туристично-інформаційної інфраструктури та індустрії гостинності;
- маркетингове просування ексклюзивних еко-орієнтованих готельних продуктів на українському й міжнародному туристичних ринках;
- підвищення рівня обслуговування та якості надання готельних послуг;
- просвітницька діяльність і науково-освітнє забезпечення сталого розвитку галузі та діяльності курортів;
- активізація сталого розвитку внутрішнього й міжнародного туризму.

Список використаних джерел

1. Розвиток українського та світового готельного господарства [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ru.osvita.ua/vnz/reports/management/15286/>
2. Паньків Н.Є., Гунько В.М. Вплив закладів туристичної інфраструктури на навколишнє середовище та розвиток еко-готелів як інноваційної концепції гостинності. Науковий вісник НЛТУ України. 2017. Вип. 27(3). С. 108–112, с.109.
3. Houdré H. Sustainable Hospitality: Sustainable Development in the Hotel Industry, “Cornell Industry Perspectives”. 2008. No. 2

Лялюк А., к.е.н. доцент
кафедри підприємництва та маркетингу
Березюк А., студентка
Волинський національний університет
імені Лесі Українки

ІННОВАЦІЙНИЙ МАРКЕТИНГ В ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Щоб швидко адаптуватися до умов міжнародної конкуренції, необхідно усвідомити роль інновацій. Інтерактивна інноваційна діяльність як творчий, виробничий та комерційний аспекти діяльності підприємства має бути науково доведена. Це необхідно для того, щоб виник ефект від його застосування. Основним атрибутом цієї легітимності є інноваційний маркетинг, і його застосування забезпечує структуру маркетингової товарної політики легітимності розробки продукту, яка здійснюється у двох напрямках: створення нових продуктів для ринку або вдосконалення існуючих продуктів. Отже, якісний менеджмент інновацій дає змогу підприємству підвищити конкурентоспроможність, збільшити прибуток та продемонструвати свою продукцію на ринку.

Інноваційний маркетинг — це маркетинговий метод, який спрямований на пошук нових шляхів реалізації потенціалу підприємства, розробку на цій основі нових продуктів і технологій та виведення їх на ринок більш ефективним способом для задоволення потреб і вимог споживачів. Умови довгострокового виживання та розвитку конкурентів на ринку.

Інновації є ефективним інструментом, який дає можливість компаніям адаптуватися та планувати зміни у зовнішньому мікросередовищі. У цьому випадку інноваційний маркетинг дає можливість визначити ринкові можливості та загрози шляхом порівняння сильних і слабких сторін компаній, щоб визначити сфери інновацій, які можуть реалізувати сприятливі можливості

та уникнути чи компенсувати несприятливі можливості. А маркетингові інновації сприятимуть ринковим інноваціям і краще задовольнять потреби споживачів, ніж конкуренти.

З огляду на різноманітність інноваційних продуктів, для того, щоб вивести їх на ринок, кожна компанія сформулювала власну маркетингову стратегію інноваційного розвитку. Як зазначає Д. Кревенс, кожен товар потребує своєї програми маркетингових заходів, яка відображає специфіку товару. Маркетологи, які розробляють його, повинні володіти знаннями та навичками для створення цінності для клієнтів, надаючи клієнтам нові продукти та розробляючи новітні інструменти для просування та маркетингу продуктів. Вони повинні вміти встановлювати та підтримувати взаємовигідні відносини зі споживачами [2].

Використання інноваційного маркетингу визначає символ успіху інновацій продукту на ринку :

1. Переваги продукту перед диференційованими продуктами конкурентів з унікальними характеристиками можуть принести додаткові переваги покупцям і допомогти краще зрозуміти споживачів.
2. Сильна маркетингова організація: відмінний аналіз та краще розуміння ринку, покупок, нових позицій та життєвого циклу продукту; орієнтація торгової точки на ринок та на покупця.
3. Глобалізація поняття товарів: Ідея розвитку продукту з самого початку базується на купівлі товарів на ринку.
4. Інтенсивний попередній аналіз. Перед розробкою нових продуктів необхідно серйозно подумати про людські та фінансові ресурси, пов'язані з технологічним та економічним розвитком.
5. Точна формулювання концепції – заводські специфікації, вібрація центрального ринку та позиціонування продукту.
6. Побудуйте план розвитку-перехід із заданої позиції до конкретного комплексу маркетингу.
7. Координація між функціями - ефективний взаємозв'язок усіх форм виробничої структури.
8. Керівництво підтримує інновації, доступ до ресурсів і правильний процес розробки нового продукту.
9. Використання синергії для досягнення переваг за допомогою поєднання технологій і бізнесу.
10. Привабливість ринку.
11. Попередній відбір і прогноз подій.
12. Контролювати розробку нових продуктів.
13. Роль фактора часу - швидкого виходу на ринок - джерела конкурентної переваги, якщо він не знижує новизну.
14. Багатоетапні процедури розробки та комерційної реалізації нового продукту.

Інноваційний маркетинг розглядається як комплексний інструмент, спрямований на реалізацію інноваційного потенціалу та досягнення інноваційного ефекту, зосередження на зовнішніх і внутрішніх потребах, створення високого ступеня доступності інновацій для споживачів.

Розробка та впровадження інноваційного маркетингу в ринкових умовах є одним із основних шляхів підвищення конкурентоспроможності та підтримки стрімкого розвитку підприємств, тим самим підвищуючи прибуток.

Отже, інноваційний маркетинг – це вид маркетингу, який спрямований на пошук нових напрямків і методів реалізації потенціалу підприємства, розробку на цій основі нових продуктів і нових технологій з метою більш ефективного виведення їх на ринок, більш ефективно задовольняти потреби та запити споживачів. Це вигідніше конкурентів і створює умови для довгострокового виживання та розвитку на ринку.

Застосування запропонованого механізму формування та впровадження інноваційного маркетингу підприємства сприяє підвищенню ефективності його маркетингової діяльності, оскільки є чіткою послідовністю обґрунтованих результатів маркетингових досліджень, а також застосовуються заходи для підтвердження, розвитку та впровадження інновацій та інновації.

Список використаних джерел

1. Спіфанова І. Ю., Гладка Д. О. Інноваційний маркетинг в діяльності підприємств. Підприємницька модель економіки та управління розвитком підприємств. 2016. С. 80-84. - URL: <http://ir.lib.vntu.edu.ua/handle/123456789/22945>
2. Звягінцева О. Б., Гришов В. В. Механізм формування та впровадження інноваційного маркетингу підприємств. Облік і фінанси. 2012. № 3. С. 141-145. - URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Oif_apk_2012_3_29

Matúšová S., PhDr, CSc., Assoc. Prof. Dpt. of Economics and Finance Bratislava University of Economics and Management, Slovak Republic

Руднік Т., студентка
Волинський національний університет
імені Лесі Українки

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ЦИВІЛІЗОВАНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

Підприємництво є дуже важливим для економіки будь-якої країни, особливо для країни з ринковою економікою. Його розвиток є необхідною умовою для досягнення економічного зростання. В Україні на сьогоднішній день є багато проблем, що перешкоджають цьому. Роль даного сектору економіки наразі знаходиться на низькому рівні. Ринкова економіка нашої держави вимагає створення умов для подальшого розвитку ролі цивілізованого підприємництва.

Підприємництво - основна складова ринкової економіки й важлива частина механізму конкуренції. Для здолання економічної кризи й вирішення властивих перехідній економіці соціально-економічних проблем та протиріч удосконалення підприємництва є матеріальною основою. Розвиток бізнесу на високому рівні забезпечує економіку всіма необхідними факторами, наприклад: гнучкістю, мобілізацією ресурсів населення, структурною перебудовою, зростанням науково-технічного прогресу, зниженням числа безробітних й вирішенням деяких проблем, пов'язаних з соціальним розвитком ринкового господарства.

Нинішня ситуація з розвитком підприємництва в Україні перебуває у складному стані. З основних можна виокремити такі проблеми ефективного функціонування підприємств:

1. Недосконалість нормативно-правового забезпечення, яке проявляється у: відсутності єдиної законодавчої стратегії розвитку підприємництва; неоднозначності, нестабільності і суперечливості чинної нормативно-правової бази; низькій виконавчій дисципліні щодо нормативно-правових документів.

2. Незначна кількість підприємств малого і середнього бізнесу, а також нетривалість їх життєвого циклу, що обумовлено відсутністю їх державної підтримки.

3. Значні витрати часу на проходження офіційних процедур для започаткування підприємства та його реєстрації.

4. Непривабливий інвестиційний клімат, а також відтік інвестицій та інших коштів за кордон.

5. Низька конкурентоспроможність вітчизняних підприємств.

6. Недосконалість інфраструктурного забезпечення підприємництва.

7. Низький рівень інноваційного розвитку підприємств [2].

8. Існування тіньової економіки в зв'язку з недосконалістю національної економічної політики.

9. Значне зниження платоспроможності населення, що погано впливає на формування споживчого попиту.

10. Неефективна підтримка державою підприємницького сектору економіки

Також здійснює вплив на розвиток підприємництва й динаміка основних макроекономічних показників України. Наприклад, таких як: невисокий рівень попиту та важкість збуту своєї продукції. Цю проблему можна врегулювати шляхом формування державних замовлень, створення спеціальних державних органів для сприяння підприємству, надання різноманітних субсидій і кредитів. До форм допомоги бізнесу в Україні можна віднести

теж: звільнення від оподаткування чи податкових пільг, знижки на науково-дослідні роботи, прискорену амортизацію, знижки на навчання в комерційних навчальних закладах тощо.

Малі підприємства потрібно побавити від податку на інвестиції та впроваджені технології. Під час створення малого бізнесу є потреба в податкових пільгах. Необхідність впровадження диференційованих методів оподаткування для різних типів підприємств очевидна. Представники середнього й малого бізнесу відчувають у своїй діяльності майже ті самі ризики, як і будь-яке велике підприємство, до того ж захист від таких ризиків насправді значно менший.

У галузі оподаткування необхідно: систематизувати нормативно-правову базу; усунути недоліки системи оподаткування юридичних осіб; зменшити податкове навантаження та податковий тиск. Щоб побороти перешкоди, які заважають розвитку підприємництва, доречним буде перегляд, систематизація та уніфікація чинного законодавства.

Переважає більшість українських середніх та малих підприємств зайняті у сфері торгівлі чи послуг. Інноваційна діяльність не настільки поширена серед підприємців. Складність пов'язана з наявною системою стандартизації в країні, що вимагає додаткового капіталу для створення технічних характеристик продукту, яка стане основою для утворення інновацій.

Сьогодні в нашій країні існує велика кількість проблем, які гальмують подальший розвиток вітчизняного підприємництва. Ми вважаємо, що у здоланні цих перешкод велику роль обов'язково має відігравати держава. Вона повинна більше підтримувати сферу бізнесу, краще забезпечувати її сприятливими умовами для існування. Наприклад, зменшити адміністративний тиск, сприяти тому, щоб права підприємців були захищеними. Також надати певні субсидії, позбавити від надмірного оподаткування. Все це допоможе переорієнтувати політику України щодо розвитку підприємств.

Список використаних джерел

1. Ткаченко Т. П., Мосьондз О. Б. Проблеми розвитку підприємництва в Україні. Сучасні проблеми економіки і підприємництва : збірник наукових праць. 2011. Вип. 6. С. 148–152.
2. Чорна Н. Проблеми розвитку підприємництва в Україні. Прикладна економіка – від теорії до практики : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., 27 жовтня 2017 р. Тернопіль : ФОП Осадца Ю. В., 2017. С. 77–79.
3. Феценко С. С. Сучасні проблеми розвитку підприємництва В Україні. Управління розвитком. 2014. №2. С. 13-16
4. Слободянюк О.В., Шостак Л.В. Створення та розвиток вітчизняного соціального бізнесу. Економіка та суспільство. 2021. № 31. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/737>.

Миколайчук І., к. е. н., доц.,
Ситниченко А., здобувач вищої освіти
факультету економіки, менеджменту та психології
Київський національний торговельно-економічний університет
м.Київ, Україна

ЗАЛУЧЕНІСТЬ ЯК ФАКТОР МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Сучасний світ є нестабільним та мінливим, однак мотивація персоналу завжди залишається рушійною силою управління людськими ресурсами. На сьогодні заінтересованість працівника в роботі на підприємстві все більше залежить від моральних заохочень, а не лише матеріальних. З'являється багато сучасних досліджень, що вивчають взаємозв'язок між процесами підвищення ефективності діяльності підприємства та системі залученості персоналу, їх позитивні наслідки.

Сучасні технології та підходи до кадрів значно залежать від вікової структури персоналу. Люди покоління X звикли до стабільності, тобто їм потрібен фіксований оклад, що дає їм впевненість у завтрашньому дні. Більш молодші працівники (покоління Y) крім вище наведеного потребують засобів підвищення кваліфікації, орієнтуючись на сучасні вимоги. Представники покоління Z потребують швидкого кар'єрного зростання, вони не готові чекати підвищення в посаді десятками років, як покоління X та Y. Вони прагнуть постійного саморозвитку,

самовдосконалення, використовуючи новітні технології (тренінги, коучинги, конференції, бізнес-симуляції, тощо). Також їм потрібен постійний фідбек від керівництва та оточуючих. З'явилося вже нове покоління Альфа – діти, які в майбутньому будуть спеціалізуватися на найновітніших технологіях: криптовалюта, кібербезпека, IT-сфера. У теорії поколінь, запропонованій ще наприкінці XX ст., лежить ціннісно-орієнтаційний підхід до розуміння поведінки членів суспільства. Єдине бачення, світосприйняття та цінності формуються у тих людей, які зростають в однаковий часовий проміжок. Тому з метою пошуку найефективніших мотиваційних підходів, які можуть бути застосовані до представників різних поколінь, присутніх на ринку праці, необхідно розрізняти й враховувати їхні цінності та особливості [6].

Використання засобів мотивації відіграє важливу роль в управлінні персоналом підприємства та є ваговою складовою в процесі їх залученості.

Залученість персоналу організації сучасні дослідники називають найвищим рівнем мотивації праці та найбільш значущим показником успішної діяльності підприємства. Предметом теорії залученості є пошук шляхів для досягнення організацією чи підприємством намічених стратегічних цілей і створення при цьому особливого клімату для своїх співробітників, коли усі керівні ланки та весь персонал буде зацікавлений у максимальній віддачі [1].

Багаторічні дослідження науковців та практиків у всьому світі свідчать про те, що «залученість персоналу — це в першу чергу схильність людини до участі в трудовій діяльності, що базується на трьох компонентах: знання, інтерес і результативність. Знання про роботу, яку працівник виконує, в поєднанні з бажанням розбиратися у змінах, бути в курсі нововведень і очевидною результативністю його роботи якраз і формують його залученість» [5].

Залученість персоналу суттєво впливає на зниження плинності кадрів. Тому важливим завданням керівника організації є залучення кожного працівника до прийняття вагомих рішень, за допомогою діалогів, зустрічей тет-а-тет. У працівників виникає зацікавленість до роботи, вони відчувають свою важливість та значимість, прагнуть до самовдосконалення, професійного зростання та навчання. Отже, залученість персоналу є вагомим чинником мотивації працівників.

HR-менеджеру з персоналу та керівникам підприємств необхідно використовувати індивідуальний підхід для мотивації кожного співробітника, розробляти систему мотивування та заохочення на основі його бажань та прагнень. Правильно обрана стратегія мотивації відіграє важливу роль у зменшенні плинності кадрів, підвищенні продуктивності праці, згуртованості колективу та задоволеності працівників, що позитивно впливає на весь робочий процес.

Як свідчать теоретичні та практичні дослідження, чинні мотиваційні системи вітчизняних підприємств характеризуються домінантним застосуванням матеріальної форми мотивації, розставляючи при цьому основні акценти на заробітній платі. Основне завдання керівництва полягає у з'ясуванні кола інтересів та потреб усіх працівників, що забезпечить формування оптимальної системи мотивації персоналу у сукупності таких заходів: оптимізація системи преміювання у контексті перегляду та доповнення умов; застосування методів наставництва та робочих груп для забезпечення підвищення продуктивності праці персоналу [4].

Досвідчені успішні керівники використовують залученість персоналу як вагомий чинник мотивації, що особливо важливо для найбільш компетентних конкурентоспроможних працівників. Розвиток сьогодення впливає на організацію праці та форму потребу у віднаходженні нових засобів комунікації з колективом. Наприклад, тимбілдінг допомагає згуртувати працівників у неформальній обстановці, підвищує командний дух та ефективність підприємства в цілому.

Сучасна високоефективна система управління мотивацією персоналу базується на низці суттєвих аспектів, а саме: персонал як найважливіший з інших ресурсів організації; увага на підвищення якості залучення, відбору та безперервному розвитку персоналу; застосування колективних, групових методів організації праці з метою посилення згуртованості та формування сприятливого морально-психологічного клімату в колективі, нівелювання конфліктних ситуацій; постійне збагачення праці, залучення працівників до управління та прийняття рішень; розвиток цілісної сильної корпоративної культури тощо [3].

Отже, можна зробити висновок, що мотивація працівників є дуже важливим аспектом до залучення на підприємство. В залежності від виду діяльності підприємства, потрібно обирати систему мотивації колективу. Це можуть бути: подарунки чи премії до професійних свят,

винагороди за підсумками року, визначення кращого працівника за місяць та рік, т.д. Менеджмент організації повинен бути орієнтованим на свої кадри, підбирати мотиваційні заходи та стимули в залежності від вікової структури персоналу та динаміки продуктивності праці. Застосування доречних мотивацій – запорука успішного функціонування, розвитку та конкурентоспроможності будь-якого підприємства чи організації.

Список використаних джерел

1. Бей А. В. Управління розвитком персоналу як метод забезпечення високого рівня залученості працівників. Електронне наукове фахове видання з економічних наук «Modern Economics». Вінниця. 2018. Вип. 8. С. 6–14
2. Васюта В.Б. Мотивація праці персоналу на підприємстві в сучасних умовах господарювання / В.Б.Васюта, Л.І. бульбаха // Ефективна економіка. – 2016. – №6. – Режим доступу до журналу: <http://www.economy.nayka.com.ua>
3. Грідін О.В. Актуальні аспекти створення ефективної системи управління мотивацією персоналу підприємства. Science and Global Studies : Abstracts of scientific papers of V International Scientific Conference (Prague, Czech Republic, December 30, 2020). Financial and Economic Scientific Union, 2020. 72 p. P. 46–48.
4. Заставнюк Л. І. Проблематика системи мотивації персоналу в сучасному менеджменті підприємства / Л. І. Заставнюк, Т. Р. Липовецька // Приазовський економічний вісник. – 2019 . – №3. – С.166-172
5. Залученість персоналу: 7 кроків до розуміння. Режим доступу до ресурсу: <https://i.factor.ua/ukr/journals/ds/2020/february/issue-2/article-106945.html>
6. Тенденції та перспективи розвитку менеджменту в умовах глобальних Викликів : матеріали 1-ї Міжнар. наук.-практ. конф. (Херсон, 28 трав. 2021 р.). – Херсон: Книжкове видавництво ФОП Вишемирський В.С., 2021. <http://dspace.onu.edu.ua:8080/handle/123456789/31458>

Милько І., к.е.н., д оцент
кафедри менеджменту та адміністрування
Ляміна Ю., студентка
Волинський національний університет
імені Лесі Українки

РОЗВИТОК СУЧАСНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В УКРАЇНІ

Сучасне ринкове середовище настільки швидко змінюється, що підприємства не встигають пристосуватися, тому їх велика кількість закрилася через неправильну організацію процесу. Вести підприємницьку діяльність успішно в нинішніх умовах майже не можливо, якщо не модернізувати менеджмент та не впроваджувати ніяких нововведень. Великим поштовхом це є і для України, оскільки економіка вимагає ініціативи, заохочення та здатності вести конкурентні відносини. Вітчизняні компанії потребують реформ, адже на даний момент їхня діяльність не є дуже ефективною, тому нові досягнення сучасного менеджменту необхідно якнайшвидше починати використовувати в житті.

Менеджмент виник недавно – під кінець 20-го століття. Його прихід є частиною етапу переходу України на ринкову економіку. До цього часу протягом багатьох років заниження значення теорії та практики управління посідало чи не найбільшого значення.

Можна стверджувати, що проблематика вітчизняних підприємств закладається у тому, що їхня діяльність не привела до тих принципів, які затребувані сьогодні виробництвом. Життєвий цикл багатьох видів продукції став як ніколи коротким, асортимент - ширшим, а серійність, обсяг партій і разовий випуск – меншими [1].

По-перше, вітчизняне виробництво, яке випускає продукцію для великої кількості людей, орієнтується лише на стандарти, спеціалізацію, а не на попит споживача. Таке виробництво чекає банкрутство. Наразі необхідно змінювати асортимент, задовольняючи потреби покупців.

По-друге, рівень українського вітчизняного менеджменту є дуже низьким. Так як вона є

молодою країною і не має великої практики та навичок, як США, з віковим досвідом.

Практика сучасного менеджменту в Україні перебуває в постійному розвитку, щоб задовольнити потреби економіки та суспільства. Як показує досвід провідних підприємств світу, навіть, не маючи сучасного обладнання, тільки за допомогою ефективного менеджменту можна суттєво знизити витрати виробництва і підвищити ефективність функціонування підприємства [1].

Основні складові сучасного менеджменту в Україні, які мають вплив не тільки на успішність організації, а й на економіку:

- поведінка культури (цінності, переконання, символи та інше);
- стратегії управління;
- розповсюдження ефективних теорій, способів і моделей.

Сучасний менеджмент є системою, яка включає в себе складові: від управління до фінансового планування для досягнення цілей. Завдяки цьому суспільство змінюється з неорганізованого на продуктивне. Тому при зміні менеджменту потрібно використовувати макети, які збігаються з локальними умовами.

Сучасний менеджмент визначається:

- плануванням успішної діяльності;
- організацією на позитивний наслідок роботи;
- розробкою нових технологій;
- поглибленим дослідженням;
- вивченням нових технологій;
- розвиненою розрахунковою системою;
- участю колективу в керівництві;
- застосуванням ІТ технологій в менеджменті.

Так як нині нові умови господарювання вимагають нових підходів до управління, тому має особливе значення огляд докорінних змін, які відбуваються в сфері управління, оскільки триває зміна соціально-економічної системи. Постає необхідність рішуче ламати стереотипи мислення, які склалися протягом тривалого часу [2].

За статистикою, у теперішній час найбільш затребуваними є працівники у сфері менеджменту. Сучасний менеджер повинен володіти не тільки фундаментальними основами, а й вміти адаптуватися і раціонально реалізовувати управління в сучасній економіці, швидко пристосовуючись до інноваційних змін [3]. Тому я вважаю, що найціннішим багатством організації ХХІ ст. є фахівець, який здатний чітко і організовано управляти та відповідати за прийняті рішення.

Отже, сучасний менеджмент України перебуває у постійному стані розвитку. Розробляються нові стратегії управління для пошуку найкращого шляху, щоб зробити, зокрема вітчизняні компанії, більш конкурентоспроможними. Перш за все, успіх компанії залежить від кваліфікованого персоналу, тому сучасні менеджери повинні володіти багатьма якостями. Зараз вітчизняні підприємства потребують нововведень, як ніколи. Тому маю надію, що нове покоління менеджерів побудує свою стратегію управління, завдяки якому підніме економіку України до світового рівня.

Список використаних джерел

1. Сторожилова У. Л., Йолкін Д. Г. Економіка та управління підприємствами машинобудівної галузі: проблеми теорії та практики. Розвиток сучасного менеджменту в Україні. Українська державна академія залізничного транспорту, 2013. №4(24). С.109-112.
2. Дашко І. М. Економічне зростання в епоху соціальних трансформацій. Розвиток сучасного менеджменту в Україні : матеріали II міжнар. наук.-практ. конф., м. Кривий Ріг, 2017. С.41-45.
3. Зубенко О. В. Особливості та перспективи розвитку сучасного менеджменту та бізнес-середовища. Особливості розвитку сучасного менеджменту в Україні. Донецький державний університет управління, 2020. С.398-399.

Мироненко М., к.т.н., доц.
ДП «НДТІ», м. Дніпро

МОРАЛЬНЕ ЗАОХОЧЕННЯ ПРАЦІВНИКІВ В УМОВАХ НАУКОВО-ДОСЛІДНОГО ПІДПРИЄМСТВА ДЕРЖАВНОЇ ФОРМИ ВЛАСНОСТІ

Вступ. Фактичною інформацією для тез є аналітичні матеріали, отримані в процесі анкетування та інтерв'ювання працівників Державного підприємства «Науково-дослідний та конструкторсько-технологічний інститут трубної промисловості ім. Я.Ю. Осади» (скор. ДП «НДТІ») надалі – Підприємство, засноване на державній власності і підпорядковане Міністерству економіки України, здійснені у жовтні 2021-го року.

Основна частина. ДП «НДТІ» є розробником технологій виробництва усіх видів труб та балонів, що впроваджені на заводах колишнього СРСР та деяких інших країн, яке було створено у грудні 1937-го року та станом на жовтень 2021-го року має у своєму складі штат працівників у 56 осіб [1].

Під час проведення дослідження було опитано 19 працівників підприємства. Кількість опитаних складає 33,9% всіх працівників підприємства, серед них: 36,8 % - керівники; 47,4 % - спеціалісти; 15,8 % - технічні виконавці.

Власне запитання для анкети було розроблено та адаптовано на основі аналізу інформації з відкритих джерел [2].

Результати анкетування представлені у таблиці 1. Вони наочно засвідчують факт недостатньої уваги з боку керівництва науково-дослідного підприємства питанням морального заохочення співробітників. Проранжовані результати відповідей респондентів на питання анкети доводять високий ступінь «відчуття ліктя» у трудовому колективі (питання 1, 3, 7, 8, та 9). Причому на питання 1, 7 та 9 була дана 100% відповідь «Так».

Висновки. Для поліпшення стану морального заохочення в умовах ДКП «НДТІ» керівництву науково-дослідної установи варто вжити наступні заходи.

По-перше, розробити «Положення про моральне заохочення працівників науково-дослідного інституту», яке має чітко встановити критерії для такої форми мотивації співробітників. З цією метою працівники кадрової служби варто провести детальне опитування співробітників організації щодо конкретних варіантів морального заохочення.

По-друге, приділяти увагу певним знаковим датам у житті ДКП «НДТІ» та окремих його працівників, як то свято Нового року (січень), День науки (травень), дата заснування інституту (грудень), день народження працівника (плаваюча дата). До цих днів, які рознесені у часі на весь рік, варто розробити пакет заходів з морального заохочення: грамоти, подяки, цінні подарунки тощо.

По-третє, атестаційні (переатестаційні) заходи на підприємстві зробити щорічними та чітко узгодити останні з заповненням вакансій наукових кадрів більш високого рівня кваліфікації молодшими за віком працівниками.

По-четверте, абсолютно нічого не коштує керівництву компанії висловлення усної подяки працівникові за сумлінну роботу, а ефект це може справити неабиякий. Варто лише спробувати, адже за японською приказкою: «Шлях у тисячу рі починається з першого кроку».

Таблиця 1

Ранжування питань анкети щодо морального заохочення в умовах науково-дослідного підприємства

№ п/п	Питання щодо морального заохочення працівників науково-дослідної установи	Відповідь «Так»	Відповідь «Ні»
1.	Я знаю, чого від мене очікують на роботі	19	0
7.	Мені здається, що на роботі з моєю думкою рахуються	19	0
9.	Мої колеги вважають своїм обов'язком виконувати роботу якісно	19	0
3.	На роботі я маю можливість щоденно займатися тим, що я вмію робити краще за все	18	1

8.	Задачі (цілі), які стоять перед моєю компанією дозволяють мені відчувати значимість виконуваної мною роботи	18	1
5.	Мені здається, що мій безпосередній керівник або хтось інший на роботі виявляє турботу про мене, як про особистість	13	6
2.	У мене є всі необхідні матеріали та обладнання, що потрібні для правильного виконання моєї роботи	11	8
6.	У мене на роботі є людина, яка заохочує моє професійне зростання	11	8
10.	У моїй компанії працює один з моїх найкращих друзів	11	8
11.	За останні шість місяців хтось з керівників спілкувався зі мною на тему мого професійного зростання	7	12
4.	За останні сім днів мені було оголошено подяку або ж мене похвалили за гарно виконану роботу	5	14
12.	Протягом останнього року на моїй роботі для мене були можливості для навчання та професійного зростання	5	14
Загальна кількість працівників, які погодились відповісти на питання анкети		19 чоловік	

Джерело: власна інформація за результатами опрацювання анкет

Список використаних джерел

1. Офіційний сайт ДП «НДТІ» URL: <https://vniti2016.dp.ua/>
2. Вагнер Р. 12 елементів успішного менеджмента / пер. с англ. Д. Мухиной. Москва : Альпіна Бизнес Букс, 2009. 248 с.

Мохнюк А., к.е.н. доцент
кафедри підприємництва та маркетингу
Хамуда Ю., студентка
Волинський національний університет
імені Лесі Українки

РОЗВИТОК ВІТЧИЗЯНОГО РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ

Поширення пандемії не залишило жодної індустрії недоторканою, серед яких ресторанний бізнес не є винятком. З кожним роком ресторанний бізнес все більше і більше розвивався, відкривались все нові й нові ресторани, проте карантинні обмеження внесли свої корективи. Багато ресторанів були змушені закритись і понести великі збитки, але щоб втриматись на плаву вони роблять все, для збереження своєї життєдіяльності. Враховуючи те, що ресторанний бізнес функціонує на основі безпосереднього контакту з клієнтом, ресторатори шукають нові креативні рішення для збереження бізнесу. Розробляються та широко втілюються нові ідеї з приводу доставок, продажу «на виніс» та створення різних індивідуальних капсул для того, щоб гості перебували на безпечній дистанції один від одного. Ці нові рішення допомагають рестораторам адаптуватися до нових реалій зовнішнього середовища. Попри всі обмеження в період послаблення карантину багато ресторанів почали налагоджувати свою діяльність.

Сучасний світ зіткнувся з проблемами, про які раніше і не міг думати. Наслідки пандемії як і втрати дуже великі. На її початку виручка підприємців почала різко зменшуватись. Порівнюючи однаковий період 2019 року з 2018, виявилось, що спад виручки був лише у 17% закладів, а впала вона більш ніж на 30% тільки у 6% закладів. Порівнюючи 2020 рік з 2019 ці показники значно зросли і складають 54% і 28% відповідно. У респондентів виручка в середньому зросла на 46% порівнюючи аналогічні періоди 2018 та 2019 років, а ось якщо порівнювати схожі періоди 2019 та 2020 років, її зростання відбулося лише на 3%. Звідси можна зробити висновки, що зростання виручки закладів, які аналізувалися, сповільнилося більш, ніж у 15 разів. Але виручка ще не дорівнює прибутку, деякі ресторани могли її зберегти на докризовому рівні за рахунок самовивозу і роботи з сервісами доставки. Але, оскільки заклад залежить від 35% комісії, які в середньому платять сервісам доставки, рентабельність бізнесу впала просто до

мінімальних цифр. Попри зниження виручки, працюючи в умовах адаптивного карантину, суму свого середнього чеку в порівнянні з докарантинним періодом вдалося зберегти або підвищити 81% закладів громадського харчування, це лише на 5% менше, ніж у 2019 році в порівнянні з 2018 [1].

Нові креативні рішення в сферу ресторанного бізнесу внесли інформаційні технології, які створюють не тільки можливість збереження життєдіяльності підприємств в умовах пандемії, а й перспективи розвитку шляхом запровадження нових рішень. На сьогодні всі користувачі мобільних додатків мають можливість придбати ресторанну продукцію зручним для себе способом. Вони можуть замовити будь-яку страву не виходячи з дому та в ситуаціях, коли немає часу на відвідування закладів.

Однією з найпопулярніших стала кур'єрська компанія «Glovo», яка співпрацює з багатьма мережами ресторанів, в тому числі із «Salateira» - однією з найбільших мереж. Ці дві компанії співпрацюють тривалий час і це допомагає зберігати «Salateira» свій бізнес. Це рішення не ідеальне, тому що «Glovo» не може фізично розвезти абсолютно всі замовлення і тому користувачі залишають скарги.

Власники барів вивчають способи доставки напоїв до будинків клієнтів, а ресторатори пропонують додаткові послуги, додаючи до замовлень свічки, безкоштовну їжу або QR-коди з різними плейлистами, такі як Spotify. Сучасні технології дають можливість споживачам спостерігати за тим, як готуються страви, через камеру на кухні. Так, Мішленівський шеф Массімо Боттура (Massimo Bottura) залишився вдома на час карантину й запустив в «Instagram» кулінарне шоу «Кухня карантину». Декілька разів на тиждень він разом із сім'єю готує вечерю та ділиться кулінарним досвідом [2].

Велика кількість ресторанів використовують технологію QR-код, щоб клієнт мав змогу здійснити оплату за допомогою смартфона. Гостю достатньо відсканувати його, після чого з картки автоматично зніметься потрібна сума. Це набагато швидше і в умовах карантину ще й безпечно, аби не передавати інфекцію паперовими грошима. Також за допомогою QR-коду можна перейти на сайт закладу, де можна побачити багато цікавої інформації. Там може бути розміщене меню, інформація про заклад, умови доставки. Користувачі можуть залишити відгуки, або ж залишити якісь зауваження. Скануючи код, відвідувачі можуть покликати офіціанта, або попросити рахунок в спеціальному віконці - це також дуже економить час як клієнтів так і робітників.

Ресторанна індустрія зараз переживає не найлегші часи. Як вже зазначалось, головною функцією рестораторів є утримання клієнта, тому широко втілюються нові ідеї. Дуже важливим є дотримання карантинних обмежень, безпеки та гігієни у закладах громадського харчування. На сьогодні спілкування між гостями і співробітниками можливе через гаджети та інші інформаційні технології, тому розробляються нові платформи та програми. Велике значення для просування бізнесу мають креативні та цікаві реклами, які допомагають знайти нових гостей для ресторанів. З огляду на те, що під час пандемії люди почали більше піклуватись про своє здоров'я, ті заклади, які розробили меню з урахуванням правильного харчування, мають деякі переваги. З усього вище сказаного можна зробити висновок, що ті підприємства, які втілюють нові ідеї, мають більше шансів втриматись на плаву і не втратити бізнес.

Список використаних джерел

1. Хмарна система автоматизації для кафе, ресторанів і магазинів Poster. URL: https://joinposter.com/?ref=brend_ukraine&utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_content=45251181795&utm_campaign=614540076&utm_term=poster&gclid=CjwKCAjw6fCCBhBNEiwAem5SO4PEwPiMYDwukHqX3srYaxvbrSs4W%20nnfpxVglaxNNNBxvVvsac7PRoCNa0QAvD_BwE (дата звернення 02.12.2021).
2. Massimo Bottura zapustyv v Instagram kulinarne shou "Kukhnja karantynu" [Massimo Bottura launched the Quarantine Kitchen cooking show on Instagram.]. URL: <https://posteat.ua/news/massimo-botturazapustiv-v-instagram-kulinarne-shou-kuxnya-karantynu> (дата звернення 02.12.2021).

Нежива М.,

канд. екон. наук, доцент кафедри фінансового аналізу та аудиту,
Київський національний торговельно-економічний університет,
м. Київ, Україна

ЕМОЦІЇ І ПРИЙНЯТТЯ РІШЕНЬ ЕКОНОМІЧНИМИ СУБ'ЄКТАМИ

Економічна наука переживає сплеск інтересу до поведінкових факторів, тобто вивчення того, як люди насправді приймають рішення. Лабораторні експерименти все частіше використовуються для вивчення поведінки суб'єктів господарювання на ринках, в теорії ігор та в інших стратегічних ситуаціях.

Експериментальні дослідження в галузі економіки мають свою історію. Чемберлін Е. [1] спробував експериментально перевірити неокласичну теорію ідеальної конкуренції та встановлення ринкової рівноваги. Усі студенти були розділені на покупців та продавців, і кожна група мала бюджетні обмеження (витрати продавців та гроші покупців). Виявилось, що учасники торгів, які згідно з теорією не могли укласти угоду, уклали її в експерименті, і навіть з певною вигодою для себе. А тих, хто, згідно з теорією, мав би це зробити, витіснили з ринку. Все це виявилось, як не дивно, не випадковістю, а закономірністю (ймовірність до 25%). Експеримент виявив кілька обставин: по-перше, реальна рівновага залежить від набагато більшої кількості факторів, ніж передбачалося в теорії; по-друге, економічний ринок насправді є своєрідною системою підринків, конфігурація яких змінюється з кожною новою операцією.

Ідея паралельних (конкуруючих або взаємодіючих) нейронних мереж, що забезпечують процес вибору, популярна в різних сферах неврології – від досліджень, що вивчають категоричне сприйняття, до досліджень процесів пам'яті. Вважається, що в процесі прийняття рішень паралельні емоційні та когнітивні способи обробки інформації функціонують як єдиний механізм. Автоматичні емоційні реакції сприяють швидкому та ефективному процесу прийняття рішень. Робота емоційної системи дозволяє вибрати між «поганими» та «хорошими» альтернативами, тобто здійснити дію, яка принципово відрізняється від однозначної безумовної рефлекторної реакції «стимул-реакція».

Зовсім недавно еволюція інтегрувала емоції (система 1) із більш складними та пізнішими механізмами прийняття рішень – так звану "когнітивну" системою цілеспрямованої поведінки (система 2). У багатьох дослідженнях зазначається, що обидві системи – добровільна та мимовільна – однаково важливі, але досягнення балансу між ними відіграє значну роль у гармонізації поведінки. Порушення в одній із систем може призвести до вибору неоптимальних стратегій. Результати нейропсихологічних досліджень показують, що функціонування системи 2 раціонального прийняття рішень тісно пов'язане з точністю обробки інформації системою 1.

Загалом, загальновідомо, що схильність до ризику опосередковується емоційними переживаннями та миттєвими переживаннями, пов'язаними, наприклад, із поточними результатами поведінки. Так, Р. Талер [1] показав, що людина, яка втрачає значну суму грошей, виявляє підвищений ризик в подальших рішеннях та назвав це явище порушенням ефекту. Після великої перемоги, яку неможливо повністю програти в наступних раундах гри, також відбувся емоційний підйом, який супроводжувався підвищеним ризиком, що виник через гарантовану можливість «залишитися зі своїми».

Подібні ефекти можна спостерігати поза експериментальною лабораторією, наприклад, у телевізійній грі «Договір». У цьому популярному західному телевізійному шоу головним призом є колосальна сума, яка часто перевищує мільйон доларів. Учасників гри ставлять перед 26 зачиненими валізами, в яких є різна кількість грошей – від 1 до 5 мільйонів доларів. Звичайно, учасники не знають, скільки знаходиться в конкретній щільно закритій валізі, але в кожному раунді гри учасник позбавляється однієї з 26 валіз, так що до кінця гри залишиться лише одна валіза з максимальним виграшем. Кожна валіза, яку гравець виймає з гри, негайно відкривається і повідомляється її вміст: у разі успіху гравець позбавляється валізи з мінімальним виграшем (скажімо, 1 долар), а якщо не вдається, він може вийти з гри з максимальним виграшем у 5 мільйонів доларів. Ключовим моментом гри є те, що перед тим, як гравець зробить інший вибір,

яку валізу слід вийняти з гри та відкрити, ведучий пропонує йому гроші в обмін на зупинку гри. Торгівля супроводжується запитанням: «Угода чи Домовились?». Отже, учасник гри має вибір: ризикнути і продовжити гру, відкривши наступну валізу, або не ризикувати і брати гроші. Структура телевізійної гри дозволяє економістам вивчити вплив нещодавнього рішення гравця на його чи її наступний вибір: ризикувати чи ні в наступному раунді. Аналіз ігор показав, що суб'єкти справді готові піти на ризик, демонструючи ефект розриву, якщо вони випадково відкликають максимальний виграш з гри шляхом успішного вилучення мінімальних виграшів.

Річард Докінз [2] припустив існування стабільної в еволюційному відношенні поведінки більшості, яка постійно перевірялася еволюцією, а тому є оптимальною в цих умовах навколишнього середовища. Еволюційно стабільна стратегія є стратегією, яка спрямовує більшість населення і перевершує всі інші альтернативні стратегії, тобто з еволюційної точки зору певною поведінкою може оволодіти більшість – це краще, ніж його альтернативи. Як результат, рішення слідувати більшості можна вважати раціональним рішенням. Максимізація власної вигоди та «конформізм» – єдині справжні стратегії, які дозволяють вижити. Виявляється, що автоматична конформність, будучи ефективною стратегією на етапі природного відбору, може зіграти злий жарт і призвести до несподіваних наслідків функціонування людини в сучасному суспільстві.

Таким чином, народження нового аналітичного напрямку, який став відомий як поведінкова економіка, справедливо вважається однією з найцікавіших та найважливіших подій у розвитку економіки останніх десятиліть. Його становлення як самостійної субдисципліни, сформованої на стику економічних та психологічних досліджень.

Список використаних джерел

1. Chamberlin E. The Theory of Monopolistic Competition: A Reorientation of the Theory of Value / E. Chamberlin. – Cambridge, MA: Harvard University Press, 1962. – 396 p.
2. Талер Р. Експериментальна та поведінкова економіка. Як емоції впливають на економічні рішення / Р. Талер. – 2018. – 464 с.
3. Докінз Р. Наука для душі. Нотатки раціоналіста / Р. Докінз. – 2019. – 384 с.

Обруч Г., к.е.н., доц.

Український державний університет залізничного транспорту

СИСТЕМАТИЗАЦІЯ ДИСБАЛАНСІВ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ЗАЛІЗНИЧНОГО ТРАНСПОРТУ В УМОВАХ ТРАНСФОРМАЦІЇ СВІТОВИХ ТРЕНДІВ ЗРОСТАННЯ ГАЛУЗІ

Стан, у якому опинилося стратегічно значуще для соціально-економічного зростання України, підприємство – АТ «Укрзалізниця», наразі не дозволяє останньому в повній мірі виконувати покладені на нього завдання. В останні роки підприємства залізничного транспорту втрачають свою провізні спроможності і не здатні повноцінно задовольнити зростаючий попит на транспортні послуги. Обсяг вантажних перевезень залізничним транспортом за 2010-2020 рр. скоротилися на 29,4 % з 432,5 до 305,5 млн т відповідно. Пасажирські перевезення за період 2010-2019 рр. скоротилися на 63,4 % з 427,2 до 154,8 млн пас у 2019 р. У свою чергу у 2020 р. обсяг перевезених пасажирів досягнув критичної межі у 68,3 млн пас, скоротившись на 84,0 % порівняно з 2010 р. Рівень зносу рухомого складу, який є визначальним елементом для забезпечення ефективної роботи залізничної галузі, перевищує 90 %, досягаючи для окремих видів рухомого складу 100 %. Поряд з цим наростає і протяжність колії, що потребує реконструювання та капітального ремонту: станом на кінець 2020 р. 6428,3 км головних колій і 1874,6 км станційних і спеціальних колій потребували капітального ремонту, а 2717,0 км – здійснення робіт з реконструкції залізничного полотна. Втрата технічного та технологічного потенціалу залізничної галузі супроводжується скороченням кадрового складу, зокрема за рахунок зниження питомої ваги професіоналів-залізничників у загальній кількості працівників, що набуває вкрай загрозливого характеру для стабільного функціонування підприємств залізничного транспорту.

Отже, на сьогоднішній день слід констатувати розбалансованість системи управління галуззю і посилення вразливості підприємств залізничного транспорту до викликів середовища їх функціонування. Відтак поглиблення внутрішніх проблем розвитку підприємств залізничного транспорту не лише обмежує їх потенціал щодо стабільного функціонування, але й посилює невідповідність тенденцій розвитку вітчизняних підприємств залізничного транспорту світовим стандартам зростання залізничної галузі. Останнє знаходить відображення в наростанні дисбалансів функціонування підприємств залізничного транспорту України за напрямками розвитку послуг, інноваційної та інвестиційної діяльності і розвитку компетенцій персоналу.

Так, до ключових дисбалансів розвитку послуг підприємств залізничного транспорту відносяться: дисбаланс між світовими та національними стандартами надання послуг підприємств залізничного транспорту; дисбаланс між ринковим попитом та пропозицією послуг підприємств залізничного транспорту; дисбаланс між вимогами споживачів до якості послуг залізничного транспорту і рівнем їх задоволення підприємствами залізничного транспорту; дисбаланс між вимогами клієнтів до функціоналу сервісного обслуговування і його якістю на підприємствах залізничного транспорту; дисбаланс між організаційно-ресурсними критеріями розвитку послуг і наявними можливостями підприємств залізничного транспорту.

Важливого значення в аспекті поширення процесів цифровізації галузі набуває врахування дисбалансів розвитку інноваційної діяльності підприємств залізничного транспорту, основними з яких є: дисбаланс між світовими вимогами до рівня екологічності рухомого складу і пріоритетами вітчизняних підприємств залізничного транспорту щодо його оновлення; дисбаланс між тенденцією нарощення попиту на залізничні перевезення і технічною спроможністю підприємств залізничного транспорту щодо їх забезпечення; дисбаланс між світовими імперативами і вітчизняними пріоритетами інноваційно-технологічного розвитку підприємств залізничного транспорту.

Щодо дисбалансів розвитку інвестиційної діяльності підприємств залізничного транспорту, слід акцентувати увагу на таких основних із них: дисбаланс між інвестиційними потребами підприємств залізничного транспорту і наявними фінансовими можливостями; дисбаланс у структурі інвестування підприємств залізничного транспорту; дисбаланс між світовими трендами інвестування і застосовуваними підприємствами залізничного транспорту інструментарієм активізації інвестиційної діяльності; дисбаланс інтересів стейкхолдерів при реалізації спільних інвестиційних проектів розвитку підприємств залізничного транспорту.

Серед дисбалансів розвитку компетенцій персоналу підприємств залізничного транспорту виділено: дисбаланс між структурою та обсягом пропозиції на ринку праці і реальним кадровим попитом; дисбаланс між вимогами бізнес-середовища розвитку підприємств залізничного транспорту і змістом та складом професійних компетенцій; дисбаланс доцільності реалізації економічних і соціальних та екологічних програм розвитку підприємств залізничного транспорту; дисбаланс між особистісними мотивами розвитку персоналу і системою мотивації на підприємствах залізничного транспорту.

Зважаючи на комплексність проблем розвитку підприємств залізничного транспорту і загалом дисбалансованість та невідповідність діючої системи управління галуззю світовим трендам зростання залізничних компаній, доцільним є розроблення підходу до забезпечення розвитку підприємств галузі, що надасть змогу нівелювати дисбаланси функціонування підприємств залізничного транспорту і ґрунтовно підійти до вибору інструментів їх сталого зростання. У цьому аспекті науковий та практичний інтерес представляє підхід, в основу якого покладено мультиплікативні властивості цифровізації. Останні знаходять відображення у можливості досягнення економічних, соціальних та екологічних ефектів функціонування підприємств залізничного транспорту і досягнення їх сталого розвитку за рахунок інтеграції доповненого реального та віртуального бізнес-середовища функціонування підприємств галузі і застосування цифрових інструментів трансформації їх бізнес-моделі та бізнес-процесів.

Орлов В., д.е.н, проф.
Державний університет інтелектуальних технологій і зв'язку
Слободянюк О., д.е.н., проф.
НУ «ОЮА», м. Одеса

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВ

Існує багато різноманітних не вирішених проблем у діяльності підприємств різни форм власності, однією із яких є фінансова безпека. Потребують подальших досліджень обґрунтовані управлінські рішення щодо виявлення потенційних загроз, їх відвернення та нейтралізація, а також загальних складових фінансової безпеки підприємства. [1]

Під фінансовою безпекою розуміємо захищеність усіх фінансових інтересів підприємств різних форм власності та забезпеченість усіх секторів економіки фінансовими ресурсами.

Головною метою можемо назвати гарантування стабільності та мінімізації витрат в роботі підприємства.

Цілями фінансової безпеки можемо виділити: забезпечення ефективності в роботі, підтримка незалежності, досягнення високої конкуренції на світовому та вітчизняному ринках, забезпечення та підтримка фінансової стійкості, ліквідності активів та ділової активності, забезпечення захисту комерційної таємниці та інформаційного поля, безпека майна та капіталу підприємства тощо.

Будь-яке підприємство зацікавлено в підвищенні рівня своєї фінансової безпеки, це перш за все свідчить про стабільну фінансово-господарську діяльність, розвиток та конкурентоспроможність підприємства. [2]

Концептуальні засади Закону України «Про основи національної безпеки України» постанали як домінуючі основи визначення фінансової безпеки з точки зору макроекономічних процесів регулювання в дослідженнях відомих вітчизняних учених. Значна кількість дослідників розглядають питання забезпечення фінансової безпеки на макrorівні в контексті формування національної або економічної безпеки країни, галузі, сектору [3, с. 84].

Фінансова безпека підприємства – це такий його фінансовий стан, який характеризується якістю, збалансованістю фінансових інструментів, послуг, технологій, що використовує підприємство, здатність запобігти внутрішнім та зовнішнім загрозам, можливістю реалізовувати свої фінансові інтереси та забезпечувати ефективний і сталий розвиток своїх фінансів.

Щодо забезпечення фінансової безпеки на підприємстві відносимо узгодженість усіх фінансових інтересів суб'єктів із інтересами середовища, наявність на підприємстві стійкої фінансової системи до загроз, що спроможна забезпечувати усі цілі свої і завдання; динамічний розвиток підприємства, мати технологічну незалежність, високу конкуренцію технічного потенціалу, високу кваліфікацію персоналу, якісну правову захищеність.

Економічна злочинність не має меж. Вона впливає на організації у всьому світі, жодна галузь економіки чи організація не може відчувати себе повністю захищеною від небажаних наслідків економічної злочинності. Крім безпосередніх збитків, економічна злочинність може завдати серйозної шкоди іміджу організацій та погіршити їхню репутацію, що в результаті може привести навіть до втрати долі на ринку. На сьогоднішній день суспільство стає все менш толерантним до недотримання етичних норм поведінки, тому організаціям необхідно завоювати довіру суспільства та постійно підтримувати її.

Починаючи з 90-х років минулого століття, питанням виявлення й розслідування економічних злочинів уже займалися одночасно різні правоохоронні структури. На сьогодні створено новий орган правопорядку — Бюро економічної безпеки (БЕБ), яке, буде займатися виключно протидією економічній злочинності. Так, відповідно до закону про БЕБ, який Верховна Рада ухвалила 28 січня 2021 року, основною його функцією буде аналітична робота, а не силові повноваження. Бюро аналізуватиме бенефіціарів фінансових операцій і визначатиме, чи має в них місце порушення закону, чи ні.

В Україні було 51% респондентів в Україні постраждали від шахрайства за останні 24 місяці; 47% українських компаній постраждали від незаконного привласнення майна та

хабарництва і корупції; 41% 13. випадків шахрайства в Україні були скоєні зовнішніми шахраями; 59% українських організацій провели розслідування свого найгіршого випадку шахрайства.

Кіберзлочинність стала одним із п'яти найпоширеніших економічних злочинів в Україні. Кожен третій респондент вважає, що ризик кіберзлочинності підвищився за останні 12 місяців. Організації не мають відповідних політик та механізмів реагування на кіберзлочини. Як правило на підприємствах не проходили навчання в області кібербезпеки.

Таким чином для підвищення фінансової безпеки підприємств та запобігання економічному шахрайству можна запропонувати: впровадження новітніх інформаційних технологій та регулярна їх модернізація, запрошення на роботу високоякісних ІТ-фахівців; дотримання оптимального фінансового рівня стійкості та ліквідності підприємства; забезпечення дієвого правового захисту всіх напрямів діяльності підприємства; пошук резервів на покращення матеріально-технічної бази підприємства; організація належного захисту комерційних інтересів та внутрішньої інформації підприємства; забезпечення дієвих заходів безпеки підприємства, а саме його активів, капіталу тощо.

Список використаних джерел

1. Вергун А.М., Стріжко К.В. Сучасні підходи до оцінки рівня фінансової безпеки підприємства. Ефективна економіка. 2015. №6. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4142>
2. Ільчук В.П., Парубець О.М., Сугоняко Д.О. Інноваційні підходи до розвитку ринку кіберстрахування в Україні. Ефективна економіка. 2018. № 5. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6295>.
3. Бланк И.А. Управление финансовой безопасностью. Ника-центр. 2004. 784 с.
4. Багацька К. В. Фінансова безпека комунальних підприємств: сутнісні особливості та методи оцінки. Економіка та держава. 2020. № 7. С. 135–139. DOI: [10.32702/2306-6806.2020.7.135](https://doi.org/10.32702/2306-6806.2020.7.135)
5. Вудвуд В. В., Батієвська О. В. Фінансова безпека підприємства: сутність, цілі, принципи та шляхи забезпечення. Підприємництво і торгівля. 2019. № 25. С.89-93.
6. Підсумки 2020. URL: <https://cyberpolice.gov.ua/news/u--roczki-kiberpolicziya-provela--mizhnarodnyx-policzejskix-operacij-iz-vykrytitya-xakerskix-ugrupovan--oleksandr-grynychak-5855/>
7. Краснокутська Н. С., Коптева Г. М. Дефініція поняття «фінансова безпека підприємства»: основні підходи та особливості. Бізнес Інформ. 2019. №7. С. 14–19.
8. Шостак Л. В. Фінансово-економічна безпека підприємства / Л. В. Шостак, О. О. Помазун // вісник економіки транспорту і промисловості. – 2012. – № 38. – С. 144-146.

Павлов К., д.е.н., професор

Павлова О., д.е.н., професор,

Пукля Ю., студентка

Паламарчук Х., студентка

Волинський національний університет

імені Лесі Українки

REGULATORY REGULATION OF THE ORGANIZATION OF CULTURAL AND CREATIVE INDUSTRIES IN UKRAINE

After the end of the era of industrial development and the transition of mankind to other systems, the economy ceased to be entirely based on services, and the basis is creativity, the creation of a new one.

The creative component is now becoming the main requirement for the competitiveness of any enterprise. The globalization we are seeing is increasing the scale and demands of businesses like marketing, procurement, manufacturing, R&D, distribution, and logistics target global markets.

Thus, the topical issues addressed in this report are to identify opportunities for creativity as a new factor of economic growth and alternatives to raw materials development; dynamics of development of creative economy in Ukraine, its influence on competitiveness, problems, and prospects; development

of cultural infrastructure and assets in the formation of the creative economy of Ukraine and incentive mechanisms and more.

Cultural industries and creative entrepreneurship (hereinafter - CCI) are relatively new concepts in the Ukrainian context, but not new phenomena (the definition of "cultural industries" was introduced by Adorno and Horkheimer in his "Dialectics of the Enlightenment" in 1947).

In Ukraine, the concept of cultural and creative industries received partial "state recognition" only in the summer of 2018, when the Verkhovna Rada decided to provide a legal definition of the term "creative industries", thus de jure emphasizing the importance of supporting cultural development.

The recent adoption by the Verkhovna Rada of Ukraine of the Law of Ukraine "On Amendments to the Law of Ukraine" On Culture "on the definition of" creative industries "was positive, as the legislation has so far lacked the definition of creative industries and the specifics of this activity.

The Long-Term National Strategy for Cultural Development until 2025 focuses on supporting the growth of the creative industries sector. However, in the absence of further policy initiatives, basic legislation, and comprehensive research.

In Ukraine, according to the law, the cultural and creative industries include arts and crafts, visual arts, performing arts, literature, media, audiovisual art, design and fashion, architecture and urban planning, advertising, museum affairs, computer programming, consulting informatization and even research and experimental development in the social sciences and humanities.

In general, it can be stated that there is a gradual institutional development of CCI: a separate unit has been formed in the Ministry of Culture of Ukraine - the sector of development of creative industries; the activity of numerous creative and public structures in the field of CCI was intensified; there are various events that determine the most relevant areas of CCI.

The process of decentralization creates new challenges and, at the same time, opportunities for the development of culture at the local level. Therefore, effective management of cultural processes and human development will contribute to the social development of local communities.

Cities need to direct the creative potential of entrepreneurs through the creation of creative centers and environments in cities, which are often called creative clusters.

The leading regions in the creative class index are Kharkiv, Dnipropetrovsk, Kyiv, Lviv, and Odesa regions. They have a diversified economic structure with a high level of development of the services sector, as well as many educational institutions and universities, where the majority of the creative class is concentrated.

Evidence of the development of CCI in Ukraine is also the functioning of various art clusters. These are the announced plans to create a "Creative Quarter" in Lviv - a multifunctional cultural cluster for entrepreneurs. In Ivano-Frankivsk, plans have been announced to revitalize the Promprylad plant to create a creative hub.

The leading role in the development of creative industries belongs to Lviv, where creative spaces have been created. It is FESTrepublic, at the stage of implementation "Jam Factory", "Lem Station" plant "REMA", business center "Industrial", the business city "Technopark", as well as IT companies that lease former industrial objects.

So, summarizing the above, in Ukraine the CCI industry is just being formed, but there is reason to believe that the development of CCI will be an important resource for strengthening the socio-economic potential of regions more and more because the CCI industry has considerable reserves for growth. However, there is no talk of large-scale development of CCI yet, and CCI projects are implemented mainly through foreign investment, grants, and private capital.

Currently, CCIs are undergoing an initial period of their development, which is characterized by a lack of communication experience, both with local authorities and communities, in promoting a cultural product. There is a lack of specialists in the market of the creative product, access to finance, support from central and local authorities, and finally, qualified staff.

inhabitants.

A significant obstacle to the development of CCI is the imperfect legislation in the field of copyright protection and the lack of a market for copyrighted and patent products.

Список використаних джерел

1. Актуальні проблеми державної підтримки інновацій у культурній політиці. Аналітична записка. – <http://www.niss.gov.ua/articles/1651/>

2. Купчак В.Р., Павлова О.М., Павлов К.В., Лагодієнко В.Р. Формування та регулювання регіональних енергетичних систем: теорія, методологія та практика : Монографія / В. Р. Купчак, О.М. Павлова, К.В. Павлов, В.В. Лагодієнко. – Луцьк: СПД Гадяк Жанна Володимирівна, друкарня «Волиньполіграф», 2019. – 346 с.

3. Павлов К.В., Павлова О.М., Романюк Р.В. Організаційно-економічний механізм реформування електроенергетичного ринку в регіонах України: монографія Луцьк: СПД Гадяк Жанна Володимирівна, друкарня «Волиньполіграф», 2021.

4. Павлова О.М., Павлов К.В., Писанко С.В. Регулювання інвестиційно-інноваційної активності в електроенергетичній галузі України: монографія / О.М. Павлова, К.В. Павлов, С.В. Писанко – Луцьк : СПД Гадяк Жанна Володимирівна, друкарня «Волиньполіграф», 2021.

5. Про культуру: Закон України від 14.10.2012 р. № 2778-VI / Відомості Верховної Ради України. – 2011. – №24. – С.168 // [Електронний ресурс] –Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2778-17>

6. Про культуру: Закон України від 14.10.2012 р. № 2778-VI / Відомості Верховної Ради України. – 2011. – №24. – С.168 // [Електронний ресурс] –Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2778-17>

7. Pavlov Kostiantyn, Pavlova Olena, and al. Optimization of multi-channel queuing systems with a single retail attempt: Economic approach. Decision Science Letters. Decision Science Letters 9 (2020). http://www.growingscience.com/dsl/online/dsl_2020_22.pdf

Павлова О., д.е.н., професор

Павлов К., д.е.н., професор

Новосад О., к.е.н., докторантка

Зубрицька А., студентка

Волинський національний університет
імені Лесі Українки

REGULATORY ENVIRONMENTAL APPLICATION OF ALTERNATIVE SOURCES OF ENERGY IN UKRAINE

The energy sector determines the level of economic development of the country, the status of the state in the international arena, and its attractiveness as a partner. The energy sector of the economy affects environmental pollution, so the development of alternative and in its context and renewable energy is a priority for many developed countries. Ukraine does not stand aside from these problems, which is why the government faces an important task, which is to reduce energy consumption through the use of energy-saving technologies and create the conditions for a gradual transition to the use of renewable energy sources. This is what ordered the relevance of this topic.

The global trend of increasing the volume and use of alternative energy sources is actively implemented not only in the European Union but also in Ukraine, which, according to the Law of Ukraine of December 15, 2010 "On Ratification of the Protocol of Accession of Ukraine to the Energy Community Treaty" became a member of the Energy Community. To ensure energy security, proper conditions for environmental protection, the development of a competitive economy at the state level, various tools are being introduced to stimulate the use of alternative energy sources.

The energy crisis in Ukraine requires new approaches to reforming the industry, finding the best ways to supply energy. Developed countries are refocusing their energy on alternative energy sources, because the energy of wind, solar, water, biomass is inexhaustible in contrast to gas, coal, and nuclear fuel, whose reserves are declining and rising, and they are environmentally friendly, which is relevant in climate change conditions. To address the negative consequences, the World Bank, one of the world's largest financiers of the traditional fuel industry, will invest heavily in clean green energy. In Ukraine, at the legislative level, the definition of the term "non-traditional and renewable energy sources" appeared for the first time in the Law of Ukraine "On Energy Conservation" of July 1, 1994: "non-traditional and renewable energy sources ...".

With the development of renewable energy, there is a need to enshrine in law the legal, economic,

environmental, and organizational aspects of the use of alternative energy sources, including renewable. To this end, in 2003 the Law of Ukraine "On Alternative Energy Sources" was adopted, which proposes the following definition: "Alternative energy sources - renewable energy sources, which include solar, wind, geothermal, wave and tidal energy, hydropower, energy biomass, gas from organic waste, gas from sewage treatment plants, biogas, and secondary energy resources, which include blast furnace and coke oven gases, methane gas, degassing of coal deposits, conversion of the waste energy potential of technological processes. In 2017, this law was supplemented by the definition of "renewable energy sources - renewable non-fossil energy sources, namely solar, wind, aerothermal, geothermal, hydrothermal, wave and tidal energy, hydropower, biomass energy, gas from organic waste, sewage gas stations, biogas".

The scientist S. Devyatkina notes that: "renewable energy sources are sources based on constantly operating or periodically occurring in the environment, energy flows."

We consider it positive that the Ukrainian legislation distinguishes between two concepts: "alternative energy sources" and "renewable energy sources". Note that alternative energy sources include not only environmentally friendly renewable sources but also secondary energy resources. According to Art. 3 of the Law of Ukraine "On the electricity market" one of the principles of the electricity market is: "promoting the development of alternative and renewable energy." Thus, the state encourages the use of both alternative and renewable energy sources to replace fossil fuels, including imported natural gas and oil.

To stimulate the development of renewable energy, the Law of Ukraine "On Amendments to Certain Laws of Ukraine on Ensuring Competitive Conditions of Electricity Production from Alternative Energy Sources" was adopted, according to which: the "green" tariff is pegged to the euro exchange rate; "Green" tariff for electricity from biomass and biogas increased by 10%. It should be noted that today the level of "green" tariffs in Ukraine is one of the highest in Europe.

According to the Law of Ukraine "On the Electricity Market" № 2019-VIII of April 13, 2017, it is possible to enter long-term contracts for the purchase of electricity produced at a "green" tariff until 2030.

Ternopil region is one of the few in the Western region of Ukraine that in the Strategy of development of the region for the period up to 2020 declares not only the development of energy efficiency and energy saving but and supporting the development of alternative energy and promoting the use of renewable energy sources.

Lviv Region Development Strategy for the period up to 2020 (decision of the Lviv Regional Council Le146 of March 29, 2016) for 2017.3: in the field of introduction of alternative energy sources for household consumption and the budget sphere 60 million dollars were attracted. US investment. Opened 4 solar and 1 wind power plants with a total capacity of 51.9 MB: SES Synthesis Solar capacity - 326, 12 kW; SES "Lake" capacity - 9.9 MB; B SES Leo-Solar - Energy capacity - 1000 kW; SES Ternovytsia 2 and 4 capacity - 20 MBT; Old Sambir-2 wind farm capacity - 20.7 MW.

So, summarizing the above, today in Ukraine is actively forming a market for alternative energy sources, because there are businesses that generate energy from alternative sources, created regulatory bodies, developed the legal framework, and means of state regulation in this area. Of course, the market of alternative sources may exist separately from the wholesale electricity market, to meet local needs, but to ensure the energy security of the state in the future it is necessary to introduce it into the energy complex of the country. Implementation should take place at the technical, economic, and legal levels. The National Action Plan in the field of alternative energy should be correlated with the strategy of innovative development, for example, on the renewal of electricity supply networks, the introduction of "smart grids" in Ukraine without which full synchronization of traditional and (yet) alternative energy is impossible.

Список використаних джерел

1. Девяткіна С. С., Шкварницька Т. Ю. Альтернативні джерела енергії: навч. посіб. Київ: НАУ, 2006. 92 с.

2. Державне агентство з енергоефективності та енергозбереження України. Звіт про результати Державної цільової економічної програми енергоефективності і розвитку сфери виробництва енергоносіїв з відновлюваних джерел енергії та альтернативних видів палива у 2018 році. URL: <https://saee.gov.ua/uk>.

3. Драпак М. Тарифи для підтримки «зеленої енергетики». Тексти. Енергетика.26.04.2018.
URL: <http://texty.org.ua/pg/article/editorial/read/84623/> Doroge_zadovolenna_Nynishni_taryfy_dla_pidtrymky_zelenoji.
4. Купчак В.Р., Павлова О.М., Павлов К.В., Лагодієнко В.Р. Формування та регулювання регіональних енергетичних систем: теорія, методологія та практика: Монографія. Луцьк: СПД Гадак Жанна Володимирівна, друкарня «Волиньполіграф», 2019. 346 с.
5. Майстро С. Концептуальні засади стратегії державного регулювання та перспектив розвитку альтернативної енергетики в Україні. *Теорія та практика державного управління*. 2015. Вип. 3. С. 100-106. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Trpu_2015_3_18.
6. Павлов К.В., Павлова О.М., Романюк Р.В. Організаційно-економічний механізм реформування електроенергетичного ринку в регіонах України: монографія Луцьк: СПД Гадак Жанна Володимирівна, друкарня «Волиньполіграф», 2021.
7. Павлова О.М., Павлов К.В., Писанко С.В. Регулювання інвестиційно-інноваційної активності в електроенергетичній галузі України: монографія. Луцьк : СПД Гадак Жанна Володимирівна, друкарня «Волиньполіграф», 2021.
8. Про альтернативні джерела енергії: Закон України від 20 лют. 2003 р. № 555-IV.URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/555-15>.
9. Про внесення змін до деяких законів України щодо забезпечення конкурентних умов виробництва електроенергії з альтернативних джерел енергії: Закон України від 4 черв. 2015 р.
10. Pavlov Kostiantyn, Pavlova Olena, and al. Optimization of multi-channel queuing systems with a single retail attempt: Economic approach. *Decision Science Letters*. *Decision Science Letters* 9 (2020). http://www.growing-science.com/dsl/online/dsl_2020_22.pdf

Пашкевич М., д.е.н., проф.

Лі Гуаньнань, аспірант

НТУ «Дніпровська політехніка», м. Дніпро, Україна

ОБГРУНТУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ БІЗНЕСУ ДЛЯ ДОСЯГНЕННЯ ГЛОБАЛЬНИХ ЦІЛЕЙ СТАЛОГО РОЗВИТКУ НА ОСНОВІ ПОЛОЖЕНЬ ПОВЕДІНКОВОЇ ЕКОНОМІКИ

У 2030 р. відбудеться чергова світова Конференція ООН, на якій країни оцінюватимуть та звітуватимуть про рівень досягнення глобальних цілей сталого розвитку, визначених у 2015 р. Проблема, на вирішення якої спрямовано дане дослідження, полягає у тому, що не зважаючи на те, за якими саме показниками та критеріями буде оцінюватися глобальний сталий розвиток країн, на наш погляд, поставлені глобальні цілі залишаються позбавленими суб'єктності. Іншими словами, цілі сталого розвитку не мають ієрархічного розподілу між різними суб'єктами економіки – державою, бізнесом та домогосподарствами. Концентровано проблематику дослідження можна сформулювати як відсутність стратегій інноваційної трансформації бізнесу для досягнення глобальних цілей сталого розвитку, й відсутність чіткого розуміння того, що саме повинно бути змінено у бізнесі та на яких концептуальних засадах, щоб до 2030 р. було досягнуто 17 взаємопов'язаних глобальних цілей сталого розвитку.

Вчені та практики активно долучилися до наукових пошуків у полі вказаної проблематики. Досліджується позитивний вплив глобальних цілей сталого розвитку на бізнес [1, с. 22]; розглядаються окремі кейси соціального розвитку у Центральній Азії [2, с. 57-61] та просування ідей сталого розвитку через технології блокчейну та інтернету речей [3, с.598-600]; визначаються шляхи побудови бізнес-моделей на принципах сталого розвитку [4, с. 209; 5, 74]. Однак, не зважаючи на існуючі суттєві наукові результати, з нашої точки зору, не достатньо науково обгрунтовано інноваційну трансформацію бізнесу для досягнення глобальних цілей сталого розвитку з точки зору економічної теорії, тобто сучасна наука не надає пояснень, чому саме і за яких умов деякі підприємства долучаються до реалізації проєктів сталого розвитку, а у деяких певні фактори блокують їх сталий розвиток. Також відсутнє розв'язання протиріччя між генезисом сталого розвитку та генезисом бізнесу.

Таким чином, метою даного дослідження є висунення гіпотези про фактори та стратегії інноваційної трансформації бізнесу для вирішення завдань сталого розвитку та пояснення причин конфліктного співвідношення бізнесу та сталого розвитку.

Суперечливий характер між бізнесом та сталим розвитком полягає у тому, що будь-який бізнес має на меті отримання прибутку, і це є визначальним фактором його існування. У той же час сталий розвиток, особливо у соціальному напрямку, за правилом, передбачає неприбуткову, благодійну, волонтерську, альтруїстичну діяльність або довгострокові інвестиції великого обсягу у високотехнологічні інноваційні проекти, наприклад, зеленої енергетики з високим ризиком та довгим строком окупності. Таким чином, ідея переходу підприємств на засади сталого розвитку може полягати у тому, що якимось чином підприємства повинні поставити пріоритетом не отримання прибутку за налагодженою моделлю, а реалізацію проектів сталого розвитку або довгострокових, ризикованих інноваційних проектів зі значними інвестиціями.

Пояснити причини конфліктного співвідношення бізнесу та сталого розвитку можна на основі двох фундаментальних економічних теорій: теорії раціонального вибору і теорії поведінкової економіки. Теорія раціонального вибору передбачає прийняття рішень економічними суб'єктами раціонально на основі повної та достовірної інформації з метою отримання найбільшої вигоди. Теорія поведінкової економіки обґрунтовує прийняття рішення ірраціонально на основі емоційних імпульсів. Суб'єкти у поведінковій економіці переслідують аналогічну мету максимізації вигоди, але, на відміну від раціональної економіки, вигода тут має нематеріальний характер емоційного задоволення того, хто приймає рішення.

Таким чином, причини конфліктного співвідношення бізнесу та сталого розвитку, на наш погляд, криються у тому, що бізнес, поведінкова модель якого спрямована на отримання прибутку і зароджувалася в системі ринкової економіки, теоретично ґрунтується на раціональній економіці. Натомість сталий розвиток, який пропагує збереження навколишнього середовища та соціальний добробут понад отримання прибутку та вичерпання ресурсів, ґрунтується на теоретичних засадах поведінкової економіки. У свою чергу, важливим фактором інноваційної трансформації бізнесу для вирішення завдань сталого розвитку в контексті поведінкової теорії економіки є зміна філософії бізнесу та візії його власниками мети та завдань економічної діяльності. Ірраціональне прийняття рішень на користь благодійництва або довгострокових інвестицій з високим рівнем ризику сприятиме зміні підходів до ведення бізнесу з раціональної економіки до поведінкової економіки, концентрованим вираженням якої є сталий розвиток. Стратегії інноваційної трансформації бізнесу для вирішення завдань сталого розвитку можуть визначатися тим, чи поєднує підприємство благодійництво з вже існуючою виробничою моделлю або перебудовує виробництво на основі інноваційних технологій або займається соціальним підприємництвом; чи працює підприємство на екологічні або соціальні цілі сталого розвитку, а також чи є ефект від бізнесу для споживачів прямим або опосередкованим.

Список використаних джерел

1. Pedersen, C. S. (2018). The UN sustainable development goals (SDGs) are a great gift to business. *Procedia Cirp*, 69, 21-24.
2. Zavyalova, E. B., Studenikin, N. V., & Starikova, E. A. (2018). Business participation in implementation of socially oriented Sustainable Development Goals in countries of Central Asia and the Caucasus region. *Central Asia and the Caucasus*, 19 (2), 56-63.
3. de Villiers, C., Kuruppu, S., & Dissanayake, D. (2021). A (new) role for business—Promoting the United Nations' Sustainable Development Goals through the internet-of-things and blockchain technology. *Journal of Business Research*, 131, 598-609.
4. Van Zanten, J. A., & Van Tulder, R. (2018). Multinational enterprises and the Sustainable Development Goals: An institutional approach to corporate engagement. *Journal of International Business Policy*, 1 (3), 208-233.
5. Raith, M. G., & Siebold, N. (2018). Building business models around sustainable development goals. *Journal of Business Models*, 6 (2), 71-77.

Підкамінний І., к.е.н., доц.
КНТЕУ, м. Київ, Україна
Шудра К., студентка
КНТЕ, м. Київ, Україна

ПРОАКТИВНІ СТРАТЕГІЇ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ФАРМАЦЕВТИЧНИХ І БІОТЕХНОЛОГІЧНИХ КОМПАНІЙ

У наш час, актуальність впровадження інноваційних стратегій в розвиток фармацевтичних компаній є беззаперечною через прогресивне зростання кількості нових захворювань і спалах пандемії SARS-CoV-2. Сьогодні інноваційні лікарські засоби дають надію і шанс на життя багатьом людям із захворюваннями, які ще 10-20 років тому назад вважались невиліковними. Але для впровадження і успішного використання нових лікарських препаратів потрібно прогнозувати медичні, біотехнологічні та фармакологічні дослідження та розробки.

Провідні фармацевтичні та біотехнологічні компанії світу орієнтовані на створення нових ліків, технологій і формування нових потреб на ринку. Задля цього вони розробляють проактивні стратегії інноваційного розвитку, які спрямовані на наукові дослідження та розробки нових технологій і медичних препаратів.

На відміну від інших стратегій, проактивна стратегія сприяє передбаченню нових викликів і ризиків, тим самим забезпечуючи довгострокову ефективність діяльності компанії. Це відбувається за рахунок аналітичної роботи, в основному, за такими напрямками: розвиток нових продуктів, ринкові потреби, поведінка конкурентів, витрати, скарги клієнтів, плинність кадрів тощо. Розробники проактивної стратегії зосереджені на інноваційному мисленні та тісній співпраці із технічними та науково-виробничими командами щодо створення нових можливостей у виробництві інноваційних продуктів.

Використання проактивних стратегій в інноваційній діяльності фармацевтичних і біотехнологічних компаній сприяє появі принципово нових методів лікування, що дозволяє кардинально змінити перебіг хвороб. Результатами успішного застосування проактивних стратегій на фармацевтичних і біотехнологічних компаніях є створення інсуліну, талідоміду, пеніциліну та багатьох вакцин, в тому числі, вакцини від COVID-19 [1].

Так, провідними фармацевтичними компаніями застосовуються чотири технології створення вакцини від COVID-19, які є як давно відомими, так і інноваційними. Найефективнішими з них є вакцини компаній Pfizer/BioNTech і Moderna. Ці вакцини, створені менше ніж за рік, є результатом роботи потужних наукових потенціалів цих компаній. Не важко зрозуміти, що ці компанії орієнтуються на проактивну стратегію, адже для швидкого і якісного виробництва нового фармацевтичного продукту потрібно сконцентрувати увагу на можливих ризиках і варіантах їх усунення, потребах суспільства та підготовці свідомості глобального споживача до адекватного сприйняття інноваційного препарату. Важливим етапом успіху також є підвищення якості вакцини, ведення статистики по вакцинованості населення та збір фактів і даних, які доводять важливість використання інноваційного продукту [2].

Українські фармацевтичні компанії також намагаються дотримуватись проактивної стратегії, що допомагає їм створювати інноваційні ліки.

Наприклад, компанія «Біонорика» є одним із провідних світових виробників лікарських засобів рослинного походження, яка для виготовлення своєї продукції об'єднує сучасні інноваційні технології та якісну рослинну сировину. Компанія активно інвестує у наукові дослідження та розробки, самостійно виготовляє інноваційні ліки, які допомагають у таких медичних сферах, як гінекологія, урологія, захворювання респіраторного тракту, печінки та при ревматизму.

Успішно проактивну стратегію застосовує й іспансько-українська компанія «Spergo». Виробництво її продукції здійснюється на новостворених виробничих ділянках, з використанням інноваційних технологій і високотехнологічного обладнання. Компанія вже виробляє 17 медичних препаратів і розробляє ще 20 нових продуктів [3].

Таким чином, проактивна стратегія відіграє важливу роль у створенні інноваційних медичних препаратів на багатьох зарубіжних і вітчизняних фармацевтичних підприємствах.

Проте багато фармацевтичних компаній, в тому числі й в Україні, не мають достатнього науково-технологічного потенціалу та фінансування, що зумовлює використання ними інших стратегій - реактивних стратегій інноваційного розвитку. Усунути ці проблеми можна за рахунок співпраці фармацевтичних компаній із науко-дослідницькими лабораторіями, медичними університетами та міжнародними організаціями у сфері охорони здоров'я для пошуку ефективніших і доцільніших методів створення технологій виробництва і нових препаратів. Така співпраця різних організацій у межах проактивної стратегії сприятиме кращому розумінню фармацевтичними компаніями майбутніх технологій, тенденцій розвитку хворіб і потреб споживачів.

Швидкість розвитку медицини напряму залежить від того, якої стратегії будуть притримуватись фармацевтичні та біотехнологічні компанії та які інноваційні технології будуть ними застосовані при дослідженні і виготовленні нових препаратів. Технологічний і інноваційний розвиток фармацевтики та біотехнологій завжди буде важливим напрямом інноваційної діяльності, адже саме здоров'я людей є головною цінністю будь-якого суспільства та держави в цілому.

Список використаних джерел

1. Моборн Р., Кім Чан В. Стратегія блакитного океану. Як створити безхмарний ринковий простір і позбутися конкуренції. Вид.: «Клуб сімейного дозвілля», 2018. 272 с.
2. Що потрібно знати про вакцини від Covid-19. ЮНІСЕФ в Україні. 25 травня 2021. URL: <https://www.unicef.org/ukraine/stories/covid-19-vaccines> (дата звернення 30.10.2021).
3. Бондарчук І.В. Фармацевтичні інновації сьогодні. Аптека. №16. 2017. URL: <https://www.apteka.ua/article/409232> (дата звернення 30.10.2021).

Полянська К., викладач

Вінницький національний університет імені М.І. Пирогова

СУТНІСТЬ І ЗНАЧЕННЯ РИТОРИКИ В ЕТИЧНОМУ ДІЛОВОМУ СПІЛКУВАННІ

Вступ. Кожній людині, яка розпочала трудову діяльність, доводиться розв'язувати виробничі проблеми. Взаємодія відбувається під час ділової комунікації. Виокремлюють такі характеристики ділового спілкування: співрозмовники є особистостями, значущими одна для одної, вони взаємодіють з приводу конкретної виробничої справи, а основне завдання такого спілкування – продуктивна співпраця.

Ділове спілкування – це специфічна форма контактів та взаємодії людей, що мають певні повноваження від своїх організацій. Така комунікація передбачає обмін пропозиціями, думками з приводу певних питань, вимогами, поглядами, мотивацією з метою розв'язання конкретних проблем, підписання угод чи встановлення інших відносин між підприємствами.

Основна частина. насправді важко переоцінити значення риторики в етичному діловому спілкуванні. Від того, як ти ведеш розмову, твоє вміння чітко сформулювати думку, аргументувати її, красиво оформити відповідь, коректно поставити запитання тощо, від цього напряму залежить якість та результативність твого ділового спілкування.

Також, на даний час треба констатувати той факт, що мистецтво говорити є популярним та широко застосованим вмінням успішних людей. Досить багато професій та сфер зайнятості людини потребують такого вміння. Існує досить об'ємна теоретична база, такої дисципліни як риторика. Вона є самостійною, навчальною дисципліною у вищих навчальних закладах. Ще до цього потрібно згадати, що існують спеціальні платні семінари, тренінги та майстер класи по кар'єрному зросту, зміст яких полягає в тому, щоб навчити людину говорити правильно, зрозуміло і результативно. Багато відомих людей, насправді спершу оволодівали мрією, метою свого проекту (припустимо, що це комерційний проект), і тільки через вербальну презентацію і навичок переконання, мали змогу реалізувати свої плани в реальність.

На сучасному ринку праці цінують спеціалістів, у яких сформовані навички мовленнєвої поведінки, які вміють організувати ділові перемовини, переконувати інших. Ділова риторика –

це наука і мистецтво переконливої й ефективної промови в різних видах (чи жанрах) ділового спілкування. Об'єктом вивчення цієї дисципліни виступають усні форми службового мовлення, такі як: доповідь, виступ, промова, виступ під час презентації, дискусії. Лідо Ентоні «Лі» Якокка, видатний американський бізнесмен, зауважував: "Це ж соромно, коли людина великих здібностей не в змозі зрозуміло розповісти про свої задуми, виступаючи перед радою директорів чи відповідним комітетом.... гарному менеджеру потрібно вміти слухати так само, як вміти говорити".

В античній риторичній традиції представлено два типи ідеальних ораторів. Сократівський ідеал – важливими у риторичній діяльності є переконливість, істинність переконливого мовлення, моральність на користь суспільству, чіткість і впорядкованість. Для таких промовців характерною є формальна переконливість, надмірна словесна краса, пишність, вибагливість

мовлення, самовираженість і корисливість Софістичний – для представників цього ідеалу притаманна формальна переконливість, надмірна словесна краса, пишність, вибагливість мовлення, самовираженість і корисливість [5].

Сучасному успішному оратору варто сформулювати такі основні навички:

1. Пунктуальність.
2. Лаконічність.
3. Повагу.
4. Правильність і багатство мовлення.
5. Чітке формулювання мети.
6. Самоконтроль.
7. Індивідуальність.
8. Компетентність.

Висновки та пропозиції. Риторика в етичному діловому спілкуванні відіграє надзвичайно важливу роль, її значення варто переоцінити. Красномовство та вміння правильно подавати інформацію є необхідною складовою ділового спілкування, підвищуючи ефективність та результативність поставленої мети. Етика ділового спілкування включає в себе складові ораторського мистецтва, з урахуванням також інших аспектів, що будуть говорити про високий рівень підготовки спеціалістів в сфері ділових відносин.

Отже, володіти ораторським мистецтвом повинен кожен сучасний успішний фахівець. Щоб зацікавити співрозмовника, досягти комунікативної мети, потрібно знати принципи, закони, особливості ділового спілкування.

Список використаних джерел

1. Ділова риторика як наука [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ru.osvita.ua/vnz/reports/rhetoric/30500/>
2. Етикет ділового спілкування [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://studopedia.su/16_188887_etiket-dilovogo-spilkuvannya.html
3. Мацько Л. І. Риторика. Навч. посібник / Мацько Л. І., Мацько О. М. — 2-ге вид., стер. — К.: Вища шк., 2006. — 311 с.

Сак Т., к.е.н., доцент

Волинський національний університет імені Лесі Українки

СТАРТАП ЯК ФОРМА РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВ

Успішний розвиток інноваційної діяльності малих підприємств, їх кількісне і якісне зростання активно впливають на досягнення збалансованості економіки, виступає необхідним чинником інноваційної спрямованості на рівні країни. Разом з тим, досягнення необхідної безперервності і масштабності інноваційного процесу безпосередньо визначається потенціалом і станом підприємств, орієнтованих на розробку нових знань, впровадження наукомісткої продукції в промислове виробництво, комерціалізації наукових досліджень. Поширеною в

зарубіжній практиці формою розвитку інновацій малих підприємств є стартап проекти.

Поняття «стартап» походить від англійського *start up*, що перекладається як «запускати» і означає щойно створене або що знаходиться в процесі створення інноваційне підприємство.

Найбільш вдалим є визначення стартапу дане Стівом Бланком:

«Стартап – це тимчасова організація, яка створена для пошуку повторюваної, масштабованої та прибуткової бізнес-моделі» [4].

Відповідно основними характерними рисами стартапу є :

- тимчасовість – стартап є початковою формою майбутнього потужного бізнесу, з часом він перетворюється у велику організацію;
- інноваційність – стартап має мати інноваційну складову щоб успішно конкурувати на ринку, нести ціннісну пропозицію;
- масштабованість – здатність швидко, без великої кількості ресурсів виходити на нові ринки;
- невизначеність – відсутність стабільності, великі ризики стартап проектів.

Кількість «запущених» стартапів в Україні щороку зростає, проте частка в світовому інноваційному розвитку є недостатньою. Перше місце в рейтингу Startup Ranking серед 205 країн займає США – 69 103 стартапів, друге місце у Індії – 11 427 стартапів і третє у Великобританії з 5 934 стартапами. Україна у Startup Ranking у 2021 році посідає 40 місце з 331 стартапом [1].

На 01.11. 2021 року на платформі Startup.ua розміщено понад 12 000 стартапів ті інвестиційних проектів, які шукають інвесторів та партнерів [3].

Для забезпечення успіху стартапи повинні вирішувати певні проблеми цільової аудиторії, в основі мати інноваційні ідеї, які підлягають масштабуванню. Обмежень видів діяльності для стартаперів не існує, проте сьогодні популярнішими є такі сфери, як програмне забезпечення, медичні технології, мікроелектроніка, логістичні системи, довідково-рекомендаційні сервіси, соціальні мережі, рекламні та хмарні технології.

Розвиток стартапів має певні закономірності в своєму розвитку та тенденції, які характеризують практично всі проекти останніх років:

- переважання проектів в ІТ сфері та використання Інтернету в роботі;
- активне використання соціальних мереж із метою просування ідеї;
- більшість проектів орієнтовані на створення мобільних застосунків для смартфонів;
- у ніші стартапів намічається тенденція залучення у свої проекти фахівців із великих корпорацій.

Лідерство ІТ-сегменту пов'язане із тим, що створений продукт може бути швидко проданий і необмежено масштабований. Програмне забезпечення, що користується попитом, можна створювати знаходячись у будь-якій країні світу, на відміну від сервісів, орієнтованих на клієнтів, де варто враховувати платоспроможність клієнтів та місткість ринку.

Як показує практика реалізації стартапів, навіть наявність добре підготовленого бізнес-плану не рятує від невдач. До поширених причин провалу стартапів відносять: відсутність попиту на ринку (42%), фінансові проблеми із залучення капіталу (29%), непрофесійний підбір команди (23%), ігнорування потреб споживачів та витіснення конкурентами з ринку (19%), відсутність бізнес-моделі стартапу (17%) [2, с.307].

Успішне створення стартапів ґрунтується на поєднанні ефективної економічної політики, підтримки держави та створення дієвої екосистеми щодо розробки та просування інноваційних продуктів і послуг. При цьому діяльність влади має бути спрямована на привертання уваги до стартап-ідей, здійснення піару по залученню інвесторів, у тому числі іноземних. Державні і місцеві органи влади можуть допомагати в проведенні заходів, спрямованих на інформування венчурних інвесторів, безпосередньо створювати інфраструктуру розвитку стартапів (бізнес-інкубатори, акселератори, венчурні фонди фінансування).

Зарубіжна практика розвитку стартапів показує велику залежність від державної підтримки, що виражається не лише у фінансуванні. Таким чином, реалізувати стратегію технологічного лідерства в країні практично неможливо без державної підтримки технологічного підприємництва.

Отже, підприємницька діяльність малих інноваційних підприємств значною мірою формує пріоритети прикладних досліджень і розробок, активно стимулює процес створення

нового промислового виробництва в країні. Стартапи є пріоритетною формою розвитку інноваційної діяльності для малого бізнесу, підтримки інноваційних ідей серед молоді, що вимагає створення оптимальних інституціональних умов для їх успішного функціонування і зростання.

Список використаних джерел

1. Startup Ranking. URL: https://www.start_upranking.com/countries (дата звернення 20.10.2021).
2. Іванченко Н.О., Подкрєбко О.С., Сідлецька А.О. Основні проблеми та перспективи розвитку ринку стартапів в Україні. Бізнес Інформ. 2020. №9. С.303-311.
3. Офіційний сайт біржі інвестиційних проєктів «STARTUP.UA». URL: <https://startup.ua/ua/startups/> (дата звернення 20.10.2021)
4. Стив Бланк, Боб Дорф: Стартап. Настольная книга основателя. Изд-во Альпина Паблишер. 2017. 616 с.

Самодай В., доц., к.е.н.
Зеленська А., студентка
СумДПУ ім. А.С.Макаренка

ОСОБЛИВОСТІ НАДАННЯ ПОСЛУГ КЕЙТЕРИНГУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

Ресторанна індустрія в сучасних умовах ведення бізнесу набирає все більшої актуальності. Але щоб цей сектор приносив прибутки і був більш популярним необхідно звертати увагу на інноваційні процеси в рестораних закладах, конкурентні переваги підприємств, які користуються попитом та пріоритетністю споживачів ресторанної послуги. В сучасному світі кількість закладів ресторанної сфери збільшується, а їх діяльність набуває швидких темпів розвитку не тільки в усьому світі, а й в Україні. У населення зростає рівень життя, попит на послуги ресторанів стає більш вибагливим та вишуканим. Цей аспект свідчить про збільшення потенційних клієнтів. Проте щоб встояти на ринку та зберегти свої позиції ресторанам постійно потрібно втілювати нові та диверсифікувати існуючі послуги.

В сучасних умовах ведення ресторанного бізнесу, в боротьбі за споживача, конкурентоспроможному підприємству варто підвищувати рівень обслуговування та впроваджувати нові технології. Враховуючи особливості боротьби з короною вірусом, набуває все більшої популярності такий вид послуг як кейтеринг. Кейтеринг (англ. catering від cater – «постачати провізію») – галузь громадського харчування, пов'язана з наданням послуг на віддалених точках, що включає всі підприємства і служби, що надають підрядні послуги з організації харчування співробітників компаній і приватних осіб у приміщенні і на виїзному обслуговуванні, а також здійснюють обслуговування заходів різного призначення і роздрібний продаж готової кулінарної продукції. Кейтеринг буває різних видів: кава-брейк, бізнес-ланч, коктейль або фуршет після ділового заходу, VIP-кейтеринг. На практиці кейтеринг включає не тільки приготування їжі й доставку, але й професійне обслуговування персоналом, сервірування, оформлення столу, розлив і подачу напоїв гостям та інші послуги.

В Україні розвиток кейтерингових послуг має досить нестабільний характер. З одного боку в країні дуже багато рестораних закладів, які не працюють на повну потужність під час пандемії і готові організувати та надавати такі послуги. З іншого боку існують заклади, які мають для цього можливості та хочуть забезпечити людей смачними обідами, але в них не вистачає активних людей для функції доставки, оформлення реклами, пошуку нових клієнтів та інших організаційних моментів.

Для кейтерингу характерною рисою є мобільність, тобто тепер сам ресторан приходить до клієнта в будь-яке місце в зазначений час. Всі кейтерингові компанії мають своє обладнання, свою кухню та складські приміщення в яких працює персонал підприємства. До штату входить як правило шеф-кухар, кухар та адміністратор, решта персоналу, що необхідна наймається вже для проведення конкретного замовлення.

За видами кейтеринг поділяють:

- Виготовлення страв в ресторани;

- Виїзне ресторанне обслуговування;
- Контракт на поставку;
- Соціальний кейтеринг;
- VIP-кейтеринг.

Найпопулярніший вид кейтерингу – виготовлення страв у закладі, він багато в чому схожий на традиційне обслуговування в ресторані. Клієнт отримує в своє розпорядження не тільки приміщення, а й все обладнання та персональне обслуговування. Такий вид послуг допомагає відвідувачу не тільки економити свій час підготовки, а й зробити своє свято більш яскравішим.

Кейтеринг поза межами ресторану користується також великою популярністю. Обслуговування відбувається на території замовника. Особливість цього виду полягає в тому, що деякі ресторани не в змозі провести захід з певних причин, наприклад малий банкетний зал або власні побажання замовника. Персонал ресторану повністю супроводжує захід весь час.

Корпоративний кейтеринг замовляють компанії, які забезпечують своїх співробітників харчуванням. Ця послуга має декілька напрямків: приготування обідів в офісі, доставка готової продукції в одноразовому посуді або доставка напівфарикатів з подальшим доведенням до готовності.

Соціальний кейтеринг передбачає надання послуг обслуговування на території замовника з використанням його обладнання. Такими послугами користуються замовлення на невелику кількість людей. Замовник узгоджує з рестораном час, місце, меню та спосіб сервірування.

VIP-кейтеринг – це виїзне обслуговування спеціальних замовлень з використанням висококваліфікованих працівників. Цей вид кейтерингу передбачає обслуговування заходу на високому рівні особливої ланки клієнтів. Такі заходи часто можуть тривати не один день і персонал повністю супроводжує замовлення весь час.

Як висновок можна зробити, що зараз кейтеринг – це досить популярна послуга, яка допомагає людям зробити їх захід більш атрактивнішим та зручнішим. Одним з головних критеріїв цієї послуги є добре оформлений банкетний зал з якісним обслуговуванням та приємним персоналом, також включає в себе анімаційні заходи. Кейтеринг надає людям атмосферу реального свята та відчуття щастя, що допомагає забути про всі проблеми та негаразди, створюючи ресторанну обстановку у будь-якому зручному для вас місці. Популяризація даної послуги та її використання національними підприємствами ресторанної індустрії дозволить одержувати прибутки в будь-яких умовах епідеміологічної ситуації щодо COVID у різних регіонах України та дозволить задовольняти найвибагливішого споживача ресторанної сфери.

Список використаних джерел

1. Архіпов В.В. Організація обслуговування в закладах ресторанного господарства / Архіпов В.В., Русавська В.А. — К.:ЦУЛ, 2018. — 342с.
2. Громадське харчування і туристична індустрія у ринкових умовах: Зб. наук. пр. / Ред.: М.І. Пересічний; Київ. нац. торг.-екон. ун-т. — К., 2016. — 237 с.
3. Кизим А. Соціальний кейтеринг як головна складова громадського харчування / А. Кизим, В. Бабак // Теорія і практика громадського харчування. — 2018. — №11. — С. 35-40.
4. Нестеренко О. Класифікація кейтерингових послуг для організації їх обліку / О. Нестеренко // Бізнесінформ. — 2016. — №4. — С. 251-256.
5. П'ятницька Н. О. Теоретичні та практичні аспекти конкуренції у ресторанному бізнесі // Н. О. П'ятницька, А. М. Коваленко. // Ресторанне господарство та туристична індустрія у ринкових умовах. — КНТЕУ. — 2018.

Самолук Н., к.е.н., доцент

Національний університет водного господарства та природокористування, м. Рівне, Україна

ПРОБЛЕМИ ІНСТИТУАЛІЗАЦІЇ СТОРОНИ РОБОТОДАВЦІВ В УКРАЇНІ

Викликаний пандемією COVID-19 економічний шок в окремих видах діяльності через руйнування звичних каналів комунікацій та зупинку зайнятості на традиційних робочих місцях,

зумовив необхідність реформування соціально-трудових відносин в Україні на засадах соціального діалогу (СД) та соціальної відповідальності бізнесу. Як підкреслює головний спеціаліст з міжнародних трудових норм Бюро МОП Лео Сіббель, країни, які для стабілізації ситуації використовували тристоронній СД, найшвидше змогли втілити ефективні заходи для подолання кризи. Така взаємодія соціальних партнерів сприяє безпеці і здоров'ю на робочому місці, соціальному захисту працівників, допомагає підприємствам адаптуватися і уникнути банкрутства, утримати працівників на роботі і забезпечити їх доходи [1].

Соціальний діалог являється досить складним процесом і для забезпечення його ефективності мають бути наявні певні умови, а саме: сильні, незалежні організації працівників та роботодавців з технічними можливостями та доступом до відповідної інформації для участі у СД; політична воля та зобов'язання вести СД від усіх сторін; повага до основних прав свободи асоціацій та колективних переговорів; інституційна підтримка. Що стосується України, то діюча національна модель СД не достатньо відповідає викликам часу та не виконує поставлені перед нею завдання. Актуальною залишається проблема сформованості представницьких органів суб'єктів СТВ здатних повноцінно представляти колективні інтереси окремих соціальних груп та спроможних здійснювати плідний цивілізований СД для розв'язання найгостріших питань.

На сьогодні процеси соціальної самоорганізації роботодавців йдуть повільно, і за оцінками експертів, не більше 20% підприємств і підприємців України є членами організацій роботодавців. Аналогічну тенденцію можна прослідкувати і в кількості членів профспілок. Триває їх стрімке зменшення. Зокрема, найбільше профспілкове об'єднання України – Федерація профспілок України з 1990 р. до 2017 р. втратила близько 77% своїх членів – їх чисельність скоротилась з 26 млн. до 6,02 млн. Частка офіційно зайнятого населення в усіх репрезентативних профспілках країни становить близько 45% [2]. Така ситуація не сприяє побудові ефективної моделі соціального діалогу і відтак потребує аналізу причин, що її зумовили та подальшого реформування процесів інституалізації.

Рядом науковців [3, 4] було визначено п'ять основних факторів, що негативно впливають на процес інституціоналізації сторони роботодавців в Україні та їхні можливості:

1. Централізованість та суттєва політизованість процесів створення і діяльності об'єднань роботодавців у зв'язку із контролем представниками політичних сил провідних об'єднань роботодавців. Наслідком є проблеми функціонування сторони роботодавців в рамках СД, а також зменшення довіри всередині сторони роботодавців (між різними організаціями роботодавців), так і у їх відносинах з соціальними партнерами. Відтак значно скоротилася кількість роботодавців, які делегують свої повноваження всеукраїнським об'єднанням організацій роботодавців, котрі формують їх спільний представницький орган.

2. Низький рівень поінформованості та недостатнє усвідомлення підприємцями цілей створення та діяльності об'єднань роботодавців, сприйняття їхньої діяльності як такої, що спрямована лише на захист прав та інтересів підприємців. Наслідком цього є відповідне ставлення до об'єднань роботодавців зі сторони інших соціальних партнерів.

3. Невідповідність законодавства, що регулює діяльність об'єднань роботодавців, сучасним викликам, зокрема неврахування реальної структури підприємств за розміром. Результатом цього є проблема репрезентативності сторони роботодавців, тобто створення та функціонування такого представницького органу, в якому б приватні підприємці та малий бізнес мали б реальні шанси представлення власних інтересів. На даний час, представництво інтересів малого, середнього та великого бізнесу в органах СД від сторони роботодавців є непропорційним. Аналіз складу спільного представницького органу роботодавців починаючи з 2007 року характеризується домінуванням великого бізнесу, тоді як малий бізнес практично позбавлений представництва на національному рівні СД.

5. Несформованість представництва сторони роботодавців на рівні окремих галузей. Наслідком цього є обмеження сфери СД, пов'язаної із проведенням колективних переговорів та укладанням колективних угод у певних галузях, оскільки відбувається часткова підміна сторони роботодавців урядовою стороною.

Вцілому ж негативна динаміка охоплення роботодавців у СД та слабкі позиції сторона роботодавців у переговорах з урядом призводить до негативних наслідків для бізнесу в контексті розробки та реалізації економічної політики, що в майбутньому негативно відображається і на

працівниках.

Відтак сучасна система СД в Україні потребує модернізації нормативно-правового, інституційного, інформаційно-комунікативного та організаційно-управлінського забезпечення її реалізації задля протидії викликам зумовлених «ною нормальністю». Одним із перспективних заходів в цьому напрямків є створення інноваційної платформи соціальновідповідального партнерства, орієнтованої на реалізацію діалогової парадигми взаємодії суб'єктів СТВ.

Список використаних джерел

1. Офіційний веб-портал Федерації професійних спілок України. Соціальний діалог та захист працівників під час пандемії: що радять у МОП? URL: <https://fpsu.org.ua/napryamki-diyalnosti/mizhnarodna-robota/18710-sotsialnij-dialog-ta-zakhist-pratsivnikiv-pid-chas-pandemiji-shcho-radyat-u-mop.html>
2. Аналітичний матеріал з проблематики публічних комунікацій в Україні. *Роботодавець.*, 2019. URL: <https://robotodavets.org.ua/2019/02/28/problemy-ta-perspektyvy-modernizatsiyi-sotsialnogo-dialogu-ta-publichnyh-komunikatsij-zadlya-uspishnyh-reform.html>
3. Бабич Т., Шинкаренко Г. Місце і роль сторони роботодавців у формуванні інституту соціального діалогу в Україні. *Віче.*, 2016, №11. URL: <http://veche.kiev.ua/journal/5242/>
4. Oksana Pankova, Oleksandr Kasperovych and Oleksandr Ishchenko. Providing constructive interaction of subjects of labor relations based on social dialogue and social responsibility. *Social and labour relations: theory and practice.* 2019., 9(1), 14-26. doi:10.21511/slrtp.9(1).2019.02

Skibniewski M. J., Ph.D., Professor
James Clark Chair Professor,
Department of Civil & Environmental Engineering,
A. James Clark School of Engineering
University of Maryland, College Park, USA
Терещенко Е., студентка
Волинський національний університет
імені Лесі Українки

НАСЛІДКИ РЕАЛІЗАЦІЇ ТОВАРНИХ СТРАТЕГІЙ У ВІТЧИЗНЯНОМ БІЗНЕСІ

Коли у підприємця постає питання про ділові перспективи, усі працівники намагаються реалізувати ефективні стратегії задля забезпечення узгодженої роботи. Хоч ці стратегічні підходи допомагають бізнесу підтримувати процедури розробки продукту, вони також дуже впливають на просування продукту. Досвід вітчизняного бізнесу в розвитку підприємств показує, що використання стратегічного управління призводить до зменшення негативних наслідків змін, які відбуваються, а також факторів «передбачення майбутнього», які допоможуть побачити наслідки реалізації усіх стратегій, і товарної зокрема.

Перед тим як вводити новий продукт на ринок, необхідно переконатись, що він буде актуальним, адже, якщо товар не буде потрібним споживачам, то це призведе до негативних наслідків для підприємця, таких як: втрата чималої суми грошей, втрата споживачів, які купляли товари саме у цього підприємця, також нездатність конкурувати з іншими підприємцями на вітчизняному ринку. Якщо ж товар є досить актуальним та потрібним споживачеві, то наслідки будуть позитивні. Деякими із них будуть: високі конкурентні переваги перед іншими підприємствами, збільшення асортименту призведе до появи нових клієнтів, збільшення прибутку, збільшення об'ємів продажів, тощо.

Так як товарну стратегію класифікують за багатьма ознаками можна також виділити стратегію нових винаходів. При цій стратегії керівник хоч і буде ризикувати втратою великої кількості грошей та провалом плану, проте такий підхід у разі успіху буде містити чималий потенціал отримання прибутку, ба більше, навіть світового визнання. Це дуже добре, адже вже досить довго українські підприємці намагаються вийти на світовий ринок, і при успіху даної стратегії вони будуть затребувані і у світовому просторі.

Наслідком реалізації стратегії однієї марки, яка також є видом товарної стратегії, є те, що

ваша організація буде в усіх на слуху, адже при великому асортименті товарів діє одна назва. Також наслідком буде зменшення витрат на рекламу та PR. Наприклад, українське підприємство «Навігатор», маючи одну назву, виробляє ПК, ноутбуки, смартфони, серверні системи, тощо. А ось стратегія індивідуальних марок, яка використовується більше фармацевтичними підприємствами може мати негативний наслідок. При такому підході потрібно використовувати велику кількість коштів на рекламу кожного бренду підприємства. Таким чином, якщо товар не буде мати попиту, підприємець понесе збитки.

Також є такий вид товарної стратегії як диверсифікація. Є латеральна, концентрична, вертикальна. При латеральній диверсифікації підприємство входить в галузь, яка не збігається з його. Це є дуже ризикованим вчинком. Таке собі дозволити можуть тільки ті фірми, які вже мають великі знання в науково-технічній галузі і знаються на фінансовому потенціалі. Саме така стратегія є ризикованою тим, що ринок збуту може раптово зменшитись і тоді необхідно змінювати сферу діяльності, щоб далі працювати. При вертикальній диверсифікації підприємство виробляє продукцію попереднього та наступного ступенів. Наприклад, спочатку виготовляли просто молоко, коли підприємство почало отримувати значні прибутки, вони можуть почати виготовляти власні упаковки, а згодом, взагалі відкрити власні магазини молочної продукції. Це може призвести до збільшення прибутку, адже ви самі зможете обрати як саме буде виглядати упаковка, які саме ресурси, якої якості будуть використовуватись в виробництві і тд. При концентричній(горизонтальній) диверсифікації підприємство починає виготовляти з тих самих ресурсів іншу продукцію. Візьмемо до уваги те ж саме молоко, з молока можна виготовити сир, творог, кефір, тощо. Ресурси ті ж, продукція різна. Наслідком реалізації такої стратегії може бути зниження конкурентноспроможності. На сьогоднішній день багато українських підприємств надають перевагу більше вертикальній ніж концентричній диверсифікації.

Успішно проведена стратегія диференціації, що також є видом товарної стратегії, дозволить підприємству мати хороші наслідки: завоювати конкурентну перевагу, збільшити ціну, збільшити обсяг продажу, завоювати лояльність споживачів, підвищити імідж підприємства. Модифікація як вид товарної стратегії має на меті змінити властивості товару. Це робиться для того, щоб підвищити конкурентноспроможність щодо замінників товару. Імітування- це коли виготовляють такі ж самі товари. Таким чином, вони скорочують собівартість, знижують ризик невдачі в реалізації товару. Наслідком буде також конкурентна перевага товару. У товарній стратегії може бути присутнім такий вид як елімінація. При цьому виді відбувається постійний контроль і регулювання виробництва. Це робиться при старінні продукту, зміні смаків, зростання конкуренції на ринку. Якщо ця стратегія буде не реалізована певним чином, то може статись втрата споживачів, зниження конкурентних переваг на ринку, також може постраждати імідж підприємства. При варіації організація свідомо змінює параметри товару. Таким чином, при використанні цієї стратегії підприємство може збільшити або зменшити ціну на товар за рахунок додаткових функцій товару, вигляду, фізичним і технологічним властивостям. Наслідками такого виду товарної стратегії буде збільшення прибутку, утримання уже існуючих та поява нових клієнтів.

Отже, при розгляді цієї проблеми, ми можемо виділити кілька позитивних і негативних наслідків реалізації товарної стратегії. Позитивними буде: збільшення конкурентності, збільшення об'єму виробництва, завоювання лояльності споживачів, а головне максимізація прибутку, можливо, навіть вихід на світовий ринок. Негативними наслідками буде: зменшення конкурентних переваг перед іншими підприємствами на ринку, зменшення попиту на товар, який виробляється, отримання збитку фірми, навіть банкрутство. Важливо точно і якісно розробити товарну стратегію, щоб негативних наслідків при організації не було.

Список використаних джерел

1. Болотна О. В. Актуальність впровадження ефективної товарної стратегії бренду на підприємстві. Ефективна економіка. - 2016. - № 7. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5095> (дата звернення: 15.11.2021).
2. Товарні стратегії. URL: https://stud.com.ua/48448/marketing/tovarni_strategiyi (дата звернення: 19.11.2021).
3. Шостак Л.В., Павлова С.В. Розробка корпоративної стратегії операторів сфери телекомунікацій. Ефективна економіка. № 4, квітень 2013 р. <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1948>

Скоробогатова Н., к.е.н., доцент
 КПІ ім. Ігоря Сікорського, м. Київ, Україна
Кухар Л., студентка, гр. УС-91
 КПІ ім. Ігоря Сікорського, м. Київ, Україна

ІНФОРМАЦІЙНА БЕЗПЕКА ЯК СКЛАДОВА ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

Стрімкий розвиток інформаційних технологій обумовлює актуальність питання підвищення рівня інформаційної безпеки підприємств, що є важливою частиною їх функціонування та ефективної роботи. Саме інформація, нові науково-технічні рішення та підходи, безперервна передача даних мають високу цінність на сьогоднішній день. Економічна безпека підприємства напряму залежить від рівня його інформаційної захищеності. Така залежність обумовлена напрочуд високим рівнем важливості інформаційної складової в економічному, політичному та соціальному аспектах. Огляд наукових джерел свідчить про наявність різноманітних підходів до ідентифікації поняття інформаційна безпека [4]. Вважаємо найбільш ґрунтовним визначення понять «безпека інформаційних систем» та «інформаційна безпека», що наведено в Глосарії безпеки національних інформаційних систем Сполучених Штатів Америки [2]. Згідно з даним документом, безпека інформаційних систем – це захист інформаційних систем від несанкціонованого доступу або модифікації інформації, незалежно від того, чи вона зберігається, обробляється або передається, а також від відмови в обслуговуванні авторизованих користувачів, включаючи заходи, необхідні для виявлення, документування та протидії таким загрозам. Інформаційна безпека – це захист інформації та інформаційних систем від несанкціонованого доступу, використання, розкриття, порушення, модифікації або знищення з метою забезпечення конфіденційності, цілісності та доступності [2].

Важливість інформаційної безпеки підприємств обґрунтована функціями, які на неї покладені, насамперед це захищення даних, які збирає, обробляє та використовує підприємство у своїй діяльності; підтримання безпечної роботи необхідних програм, якими користується підприємство задля забезпечення ефективної роботи; захищення технологічних активів, використовуваних на підприємстві; забезпечення належного функціонування підприємства та можливості виконання, поставлених на нього, цілей.

Оскільки інформація – це важливий комерційний актив компанії, вона потребує належного захисту. Тому вважаємо, що посилення аналізу та дій щодо підвищення інформаційної безпеки на підприємстві дозволить убезпечити комерційну, конфіденційну інформацію, захистити технологічні активи, гарантувати безпеку клієнтських даних, тощо.

Аналіз даних досліджень Allianz Risk Barometer, що базуються на опитуванні 2769 експертів (генеральних директорів, брокерів, ризик-менеджерів, експертів зі страхування) з 92 країн світу, показав те, що кіберінциденти є однією з основних загроз для розвитку бізнесу. За останніх п'ять років, за винятком 2019 року, прослідковується тенденція до зростання ризику кіберінцидентів для бізнесу (рис. 1).

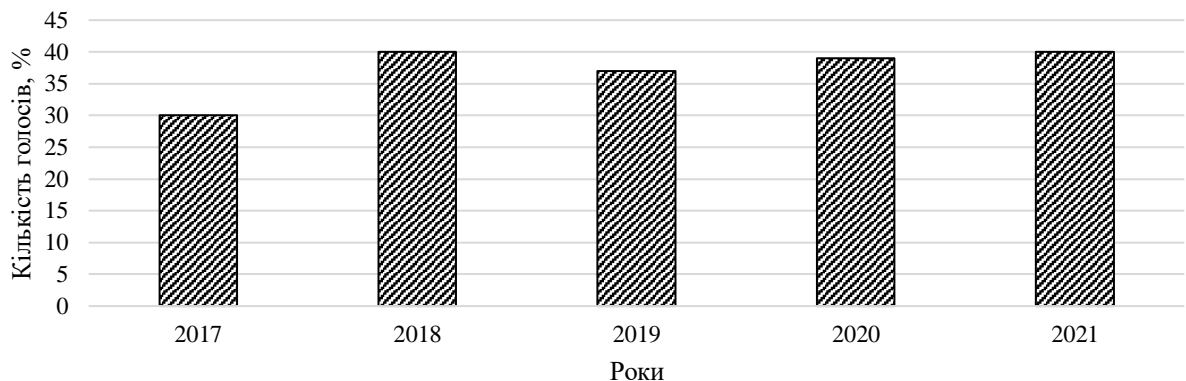


Рисунок 1 – Динаміка ризику кіберінцидентів для бізнесу
(побудовано за даними [1])

Враховуючи виявлену тенденцію, компанії мають посилити захист інформаційних систем задля уникнення хакерських атак, що можуть негативно вплинути як на репутацію, так і на фінансове положення підприємства. Водночас, загрози інформаційній безпеці підприємства можуть поступати як із зовнішнього середовища, так і з внутрішнього. До зовнішніх інформаційних загроз відносять: копіюванні цінних документів, або викрадення файлів; викрадення флеш-карт; викрадення інформації у процесі її передавання по мережі Інтернет; пошкодження носіїв з інформацією; донесення інформації до фірм-конкурентів, або взагалі до іншої країни; викрадення інформації за допомогою інсайдерів; переманювання персоналу на іншу фірму [3].

До основних внутрішніх загроз інформації на підприємстві належать наступні: викрадення та розголошення інформації працівниками; зараження інформації вірусами; нанесення шкоди файлам.

Таким чином, вважаємо, що забезпечення інформаційної безпеки має стати складовою стратегії розвитку підприємства в умовах активного розвитку інформаційних систем та нестабільності і невизначеності зовнішнього середовища, що дозволить забезпечити економічну безпеку підприємства та його сталий розвиток.

Список використаних джерел

1. Allianz Global Corporate & Specialty. URL: <https://www.agcs.allianz.com/about-us/about-agcs.html>
2. Committee on National Security Systems. (2010, April 26). National Information Assurance (IA) Glossary. CNSS Instruction No. 4009. URL: <https://rmf.org/wp-content/uploads/2017/10/CNSSI-4009.pdf>.
3. Качан О. І. Інформаційна безпека підприємства в умовах глобалізації. URL: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2017/09/234.pdf>.
4. Скоробогатова Н.Є. Проблеми аналізу статистичної інформації з врахуванням безпеки даних. Науковий пошук у сфері обробки та аналізу статистичних даних: Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, м. Житомир, 15 грудня 2020 року / за загальною редакцією О.А. Сарани, С.В. Чугаєвської. Житомир: Видавництво ЖДУ ім. Івана Франка. С. 41-44. URL: <http://eprints.zu.edu.ua/32117/1/%D0%97%D0%B1%D1%96%D1%80%D0%BD%D0%B8%D0%BA%20%D1%82%D0%B5%D0%B7%2015.12.2020.pdf#page=41>

Скороход І., д.е.н., доцент,
професор кафедри міжнародних економічних відносин
та управління проектами

Скороход Д., студентка факультету економіки та управління
Волинського національного університету імені Лесі Українки

РОЛЬ СТАЛОГО МАРКЕТИНГУ В ПРОСУВАННІ ОРГАНІЧНИХ ПРОДУКТІВ НА ЄВРОПЕЙСЬКОМУ РИНКУ

Зважаючи на європейський досвід формування та реалізації Стратегії сталого розвитку до 2030 року, набуває актуальності розвиток ринку органічної продукції задля покращення здоров'я та якості життя населення і досягнення екологічної безпеки.

Відповідно до реалізації Угоди про асоціацію з Європейським Союзом та підтримки Україною цілей Європейського Зеленого курсу, важливим є дотримання норм і стандартів організації виробництва та збуту продукції. Вирішення цієї проблеми потребує якісно нових змін у способах господарювання в напрямках модернізації і екологізації цих процесів.

Згідно Закону України «Про основні принципи та вимоги до органічного виробництва, обігу та маркування органічної продукції», органічна продукція – це сільськогосподарська продукція, у тому числі харчові продукти та корми, отримані в результаті органічного виробництва. А органічним виробництвом називається сертифікована діяльність, пов'язана з виробництвом сільськогосподарської продукції, підготовка, обробка, змішування та пов'язані з цим процедури, наповнення, пакування, переробка, відновлення та інші зміни стану продукції,

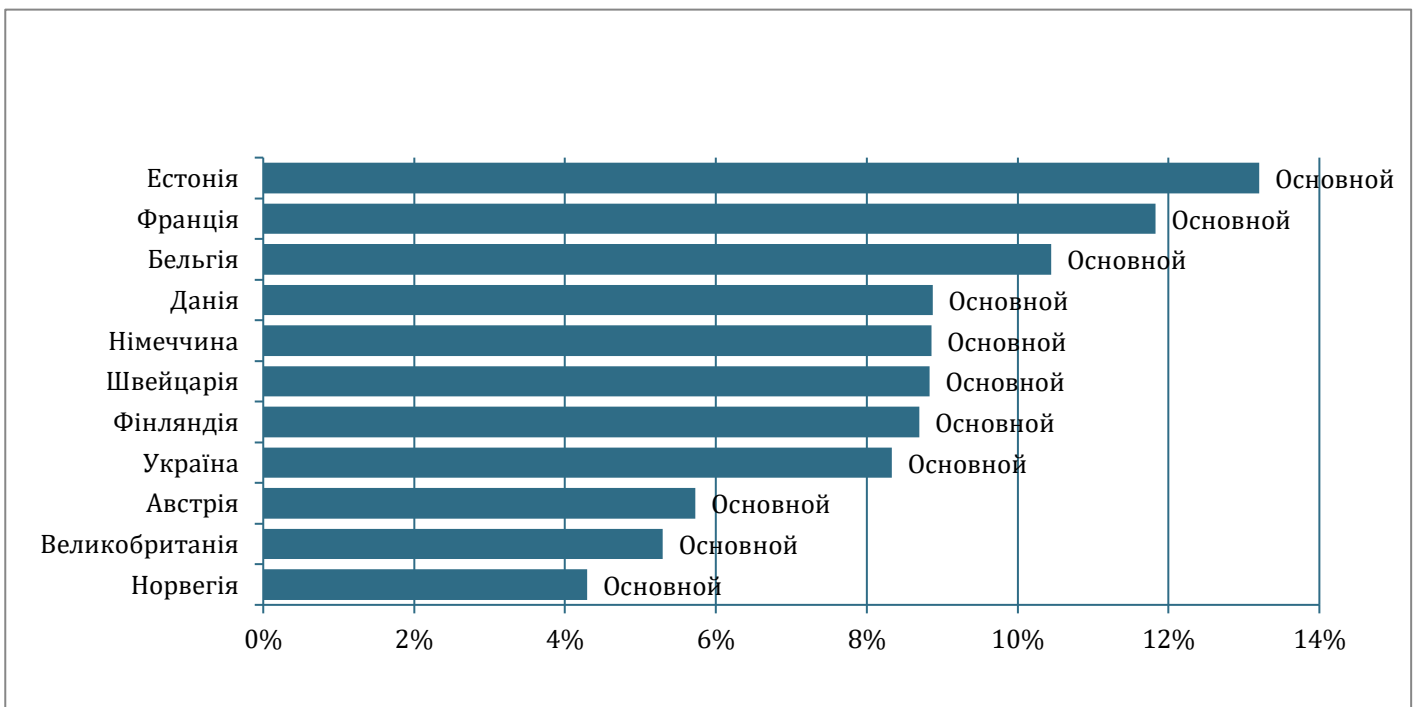
що провадиться із дотриманням вимог законодавства у сфері органічного виробництва, обігу та маркування органічної продукції [1].

У законодавстві ЄС поняття органічного сільського господарства трактується як «сільськогосподарський метод, який має на меті виробництво харчових продуктів з використанням природних речовин і процесів. Він означає, що органічне сільське господарство має обмежений вплив на навколишнє середовище та заохочує: відповідальне використання енергії та природних ресурсів, збереження біорізноманіття, збереження регіональних екологічних балансів, підвищення родючості ґрунтів, забезпечення якості води» [2].

Враховуючи екологічну ситуацію у світі, уряди країн ЄС велику увагу приділяють безпечності та екологічності продукції. Тому в останні десятиліття особливого значення набуває вдосконалення нормативно-правової бази задля контролю над екологічністю продукції. У світі вимоги щодо органічного виробництва встановлені у міжнародних базових стандартах IFOAM. Це настанови для національних урядів стосовно мінімальних вимог до органічного виробництва та сертифікації, відповідно до них формуються національні стандарти.

Стале виробництво спрямоване на вдосконалення продукції та виробничих процесів з метою зменшення споживання ресурсів, використання небезпечних матеріалів та виробництва відходів та забруднюючих речовин у забезпеченні продукції. Використання сталого маркетингу на підприємствах надає конкурентні переваги, збільшує позитивний вплив на розвиток суспільства та зовнішнього середовища [3].

Впровадження концепцій сталого виробництва та споживання формують основу для розвитку концепції сталого маркетингу, яка базується на зміні поведінки сучасних споживачів на



користь усвідомленого споживання задля досягнення цілей сталого розвитку суспільства в цілому. В свою чергу, стале споживання передбачає усвідомлене надання переваги товарам, які не наносять шкоди здоров'ю, не забруднюють довкілля і заощаджують природні ресурси для майбутніх поколінь. Серед найбільш поширених напрямів сталого споживання слід виділити споживання органічної продукції.

Дослідження показали, що за останній період часу європейський органічний ринок динамічно розвивається (рис. 1). Естонія, Франція та Бельгія є лідерами у цій галузі. Ринок характеризується стійким зростанням площ, що використовуються під органічне виробництво аграрної продукції.

Рис. 1. Динаміка розвитку ринку органічної продукції у країнах Європи та Україні за 2018-2019 рр.

Джерело: складено авторами за [4]

Однією з особливостей розвитку ринку органічної продукції ЄС є постійне зростання попиту та збільшення ціни на 20-50%, на відміну від традиційного ринку. Основні європейські

канали збуту для органічної продукції – це мережа роздрібною торгівлі (70%); прямі продажі з підприємств і продажі через ринки, які забезпечують приблизно 15% збуту; продажі через спеціалізовані магазини до 15%. Покупці в середньому переплачують за органічні продукти 40-60% [5].

Таким чином, сприяння сталому споживанню та виробництву є важливими аспектами сталого маркетингу. Серед напрямів сталого споживання виділяють споживання органічної продукції. Основним мотивом споживання органіки для споживачів є збереження здоров'я, а для виробників – це засіб позиціонування на ринку і інструмент отримання додаткових прибутків.

Список використаних джерел

1. Про основні принципи та вимоги до органічного виробництва, обігу та маркування органічної продукції: Закон України від 10 липня 2018 року № 2496-VIII. *Відомості Верховної Ради*. 2018. № 36. ст.275.
2. Organics at a glance. Official website of European Commission. URL: https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/farming/organic-farming/organics-glance_en
3. Обухова Н. А., Прима Д. А. Стратегія сталого маркетингу в рамках загальної програми сестейного розвитку. *Theoretical and Practical Aspects of Economics and Intellectual Property*. 2018. № 18. С. 199–204.
4. FiBL-AMI surveys 2006-2021 based on national data sources and Eurostat URL: https://www.organic-world.net/fileadmin/images_organicworld/yearbook/2021/Presentations/FiBL-2021-Global-data-2019.pptx
5. FiBL & IFOAM – Organics International. The World of organic agriculture statistics & emerging trends 2019. URL: <https://shop.fibl.org/CHde/mwdownloads/download/link/id/1093/?ref=1>.

Соболевська О.

аспірантка кафедри підприємництва,
торгівлі та біржової діяльності
ТДАТУ імені Дмитра Моторного,
м. Мелітополь

ВДОСКОНАЛЕННЯ СТРУКТУРИ ДЖЕРЕЛ ДОХОДІВ МИСЛИВСЬКИХ ГОСПОДАРСТВ

Завдання максимізації доходів в умовах зростання внутрішньої та міжнародної конкуренції, неефективності традиційних форм управління, недосконалості методів та засад державного регулювання, особливо аграрної сфери, сьогодні є достатньо складним для підприємств різних організаційно-правових форм господарювання. Сучасний незадовільний економічний стан мисливських господарств вимагає всебічного аналізу показників їх фінансової діяльності. Ефективність ведення цієї діяльності ґрунтується, перш за все, на своєчасному та правильному визначенні джерел доходів, їх структури та обсягів.

Структура джерел доходів мисливських господарств складається з: плати за відстріл мисливських тварин (продажу ліцензій, відстрільних карток); надходжень від реалізації натуральної мисливської продукції; надходжень від продажу живих відновлених мисливських тварин; надходжень від вступних, членських та інших внесків членів мисливських товариств; надходжень за оренду спеціальних будівель (мисливських будиночків, укриттів тощо), мисливських собак, автотранспорту, обслуговування мисливців тощо; грошового еквіваленту оцінки корисності деяких видів диких тварин і птахів в сільському і лісовому господарстві; грошового еквіваленту оцінки оздоровчого, культурного (виховного), спортивного і рекреаційного значення мисливського господарства; доходів від власної діяльності мисливських господарств; спеціальних коштів (надходжень від трофеїв, штрафів, конфіскацій тощо); дотацій, спонсорської допомоги тощо [4].

Аналіз структури джерел доходів мисливських господарств показує їх великі можливості для отримання доходів від своєї діяльності. Проте, за статистичною звітністю та дослідженнями вчених можна зробити висновок, що мисливське господарство в Україні є дотаційним та переважно збитковим. При цьому закордонний досвід свідчить про більш широкий перелік джерел та обсягів доходів у даних видах господарств [2]. Наприклад, у Польщі фінансові

надходження від ведення мисливського господарства формуються за рахунок продуктів тваринного походження, проведення полювань для мисливців, які не входять до їхнього товариства та організації туристичних полювань. Одним з найбільш об'єктивних показників ведення мисливського господарства у європейських країнах є кількість добування копитних тварин, вартість полювання на яких є значно дорожчою, ніж полювання на пернатих чи хутрових тварин, і становить значну частку доходів мисливських господарств [1]. В Україні також найпрестижнішим є ліцензоване полювання на копитних мисливських тварин (кабан, козуля, олень благородний), а особливо їх трофеїв. Але проведений аналіз свідчить, що не всі мисливські господарства можуть використати свій потенціал і можливість заробляти кошти для розвитку галузі.

Отримання ефективного та рентабельного національного мисливського господарства, згідно з принципами сталого управління природними ресурсами, потребує фінансової та правової підтримки від держави. Ця допомога має бути направлена у першу чергу на застосування відповідних до нанесеної шкоди економічних штрафів та санкцій в боротьбі з браконьєрством та нераціональним використанням мисливських ресурсів [3], підвищення контролю за обігом відстріляних карток, розвиток мисливського туризму та організацію вольєрного розведення мисливських видів дичини. Мисливський туризм є найважливішою складовою надходжень від ведення мисливського господарства. Його розвиток передбачає створення нової і вдосконалення існуючої інфраструктури, яка б відповідала сучасними вимогам світового рівня. Вольєрне розведення мисливських видів дичини, як показує закордонний досвід, також дозволяє отримувати значні кошти для розвитку мисливства. Мисливським господарствам для визначення джерел фінансового забезпечення та отримання доходів від своєї діяльності, необхідне застосування такого інструменту, як бізнес-планування та розробка стратегії розвитку. Насамперед це дасть можливість конкретизувати та знизити ризики господарської діяльності, розширити джерела доходів мисливських господарств та, при достатньому рівні державного стимулювання, вивести галузь на прибутковий рівень.

Список використаних джерел

1. Бондаренко В. Д. Актуальні питання стану і ведення мисливського господарства в Україні та можливі напрямки їх вирішення. *Наукові праці Лісівничої академії наук України*: збірник наукових праць. 2018. № 14. С. 181.
2. Музика В. Європейський досвід ведення мисливського господарства: перспективи для України. *Проблеми і перспективи економіки та управління*. 2019. № 63. С. 119–125.
3. Муравйов Ю. В. Дослідження витрат і джерел надходжень від ведення мисливського господарства Львівської області. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2019. Т. 29, № 4. С. 50–52.
4. Торосов А. С. Економіко-правові аспекти грошової оцінки мисливства. *Лісництво і агролісомеліорація*. 2012. № 120. С. 149–154.

Стеценко С., д.е.н., проф.

Артюх С., магістр

Вільхівський Ю., магістр

Київський національний університет будівництва і архітектури

ЕКОЛОГІЧНЕ, ЕКОНОМІЧНЕ І СОЦІАЛЬНЕ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ БУДІВЕЛЬНОГО СЕКТОРУ

Будівництво є ключовою галуззю економіки, у якій задіяно велика кількість підприємств і організацій, робочої сили. При цьому будівельна галузь забезпечує економіку основними засобами, будуючи нові виробничі фонди, реконструюючи, модернізуючи, оновлюючи будівлі і споруди. Також розвиток будівництва суттєво впливає на населення країни, оскільки житловий фонд оновлюється саме підприємствами даного сектору. Хоча в Україні наразі будівельних підприємств тільки близько 8% від загальної кількості підприємств і організацій, але вони тісно пов'язані фінансово-економічними, договірними та іншими зв'язками із підприємствами інших галузей економіки, що впливає на економічну безпеку регіонів [1].

Дивлячись на надзвичайну важливість галузі «будівництво» для усіх сфер економіки, перехід підприємств цього сектору на засади сталого розвитку є дуже важливим і дозволить перейти підприємствам на новий рівень розвитку, забезпечуючи соціальні, економічні, екологічні потреби інвесторів, постачальників, транспортних підприємств, населення, місцевих і державних органів влади та інших зацікавлених сторін. Це дозволить не тільки покращити фінансовий стан та взаємодію із зацікавленими сторонами будівельних проектів, уникаючи конфліктів, але й сформуванати нові ціноутворюючі параметри нерухомості [2].

Останнім часом в Україні пришвидшився перехід на принципи сталого розвитку [3], збільшилась увага до впровадження енергоефективних заходів [4], також здійснюється оцінка соціальної, екологічної і економічної ефективності при впровадженні проектного фінансування та техніко-економічного обґрунтування інвестиційних проектів [5] і вибір та обґрунтування нових інноваційних архітектурно-конструктивних, технічних, організаційно-технологічних рішень при зведенні нового, реконструкції, реставрації, технічному переоснащенні, модернізації та капітальному ремонті житла [6-7]. Велике значення при цьому має державна політика сталого розвитку, адже вона демонструє можливість підприємств до зміни політики надлишкового енерго і ресурсоспоживання, соціальної відповідальності, екологічної відповідальності та устрою підприємницької діяльності в цілому відповідно до засад сталого розвитку.

Для того, щоб перехід будівельних підприємств до сталого розвитку бу успішним, необхідним є виконання ряду умов:

- Наявність розробленої до конкретний законів, указів, підзаконних нормативних актів сприятливої законодавчої бази;
- Приведення нормативної бази до вимог цілей сталого розвитку, наприклад нормативне визначення вимог до енергоспоживання, екологічності, термінів придатності будівельної продукції тощо.
 - Надання більше прав і свобод у спровадженні цілей сталого розвитку місцевим громадам і органам місцевого самоврядування, які мають вплив на об'єкти що будуються на їх території. Постійний діалог між місцевими мешканцями і будівельними підприємствами стосовно соціальних і екологічних потреб громади.
 - Наявність необхідних ресурсів, розвиненої інфраструктури.
 - Наявність у керівництва лідерських якостей та бажання переходу до забезпечення стандартів і цілей сталого розвитку.
 - Ефективні комунікації зі стейкхолдерами будівництва у межах реалізованих інвестиційно-будівельних проектів різної спрямованості, вартості та розміру.

Надання проектувальникам баз даних щодо можливих проектних рішень, які не суперечать вимогам до сталого розвитку, енергоефективності, екологічної сприятливості та іншим параметрам дозволить пришвидшити перехід до сталого розвитку галузі «будівництво» і пов'язаних із нею секторів економіки.

Останнім часом більш широкого поширення у будівництві набуває концепція «суспільно відповідального девелопменту», під якою розуміють [8, с.87]: «розвиток будівництва на засадах усвідомлення сучасних і майбутніх економічних, соціальних та екологічних наслідків для інвесторів нерухомості, інших стейкхолдерів, населення, усього суспільства і навколишнього середовища», що повністю відповідає концепції сталого розвитку на рівні країни, регіонів, галузей та окремих підприємств і домогосподарств. Більш того, пропонується здійснювати оцінку діяльності девелоперських компаній у будівництві, а також інших учасників ринку, враховуючи окремі вимоги сталого розвитку, які втім у праці [9] ще не поєднані в єдину систему, спрямовану на забезпечення екологічності, економічності, екологічності проектів будівництва житла, а скоріше на оцінку таких параметрів на рівні інвестиційно-будівельного проекту.

Практика договірних відносин, особливо використання міжнародних типів контрактів на зведення будівель і споруд, а також виконання окремих видів будівельних робіт також вже передбачає впровадження принципів сталого розвитку на рівні будівельних підприємств [10], але подібні типи контрактів використовуються українськими підприємствами здебільшого при роботі із міжнародними замовниками. Для досягнення цілей сталого розвитку, будівельним підприємствам слід більше уваги приділяти урахуванню вимог до забезпечення екологічності, економічності, екологічності проектів будівництва ще на рівні розробки технічного завдання або

під час тендерних процедур. Але найбільш перспективним напрямком є впровадження заходів із сталого розвитку під час проектування, коли є можливість впливати на якісні і кількісні характеристики, не порушуючи цілісність і концепцію будівельного об'єкту, враховуючи побажання замовника і можливості підрядних підприємств до виконання подібного типу робіт.

Список використаних джерел

1. Стеценко С. П. Теоретичні аспекти дослідження економічної безпеки регіону на основі соціально-економічного моніторингу. *Інвестиції: практика та досвід*, 2013. № 23. С. 121–123.
2. Сорокіна Л.В. Дослідження ціноутворюючих характеристик нерухомості за допомогою вейвлет-перетворень часових рядів [Текст] / Л.В.Сорокіна, А.Ф.Гойко// Шляхи підвищення ефективності будівництва в умовах формування ринкових відносин. –2020. –№ 44. –С.3–16.
3. Беленкова О.Ю. Теоретичні підходи до забезпечення стратегічної конкурентоспроможності підприємств на базі сталого розвитку. *Управління розвитком складних систем*. 2020. Вип. 42. С. 153 – 158.
4. Измайлова К.В. Регресивна модель впливу проектних рішень на енергоефективність будівлі. *Шляхи підвищення ефективності будівництва в умовах формування ринкових відносин*. 2020. № 44. С. 108–115.
5. Марчук Т., Рижаків Д., Рижаків Г., Стеценко С. Визначення основних елементів інноваційно-аналітичної платформи для фінансування енергоефективних проектів. *Інвестиційний менеджмент та фінансові інновації*. 2017. № 14. С. 12 -20.
6. Nikolaiev V.P., Hryhorovskiy P.Ye., Khyzhniak V.O., Ryzhakova G.M., Bielienkova O.Yu., Molodid O.S. Technical and economic aspects of real estate properties: collective monograph. Lviv-Torun: Liha-Pres, 2019. 124 p.
7. Зельцер Р.Я. Інноваційні моделі і методи організації, управління і економічної оцінки технологічних процесів будівельного виробництва: монографія. Київ: «МП Леся», 2018. 208 с.
8. Беленкова О.Ю. Теоретичні передумови формування поняття «соціально відповідальний девелопмент». Шляхи підвищення ефективності будівництва в умовах формування ринкових відносин. 2018. № 38. С. 17 – 24.
9. Беленкова О.Ю., Шаоцин Гао. Оцінка профілю девелоперської компанії (на прикладі реконструкції житлового фонду КНР). *Науковий вісник Буковинського державного фінанс.-економічного університету. екон. науки*. 2015. Вип. 28 (Ч. 4). С. 51–54.
10. Галінський О.М., Вахович І.В., Цифра Т.Ю. Міжнародна практика формування договірних відносин в будівництві / Будівельне виробництво. №54, 2012. – С. 3-7.

Тимошенко В.

ТНУ ім. В.І.Вернадського, Київ

ВПЛИВ ПОВЕДІНКОВОЇ ЕКОНОМІКИ НА РИНОК ПРАЦІ

Сучасний світ швидко еволюціонує і доводиться брати до уваги цей факт кожному індивіду у зростаючій мірі протягом життя. На людину протягом життя падають дедалі більші еволюційні навантаження. Наше мислення вимушено ставати все більш швидким і доводиться пристосовуватися до нових реалій зі зміною професії і звичок.

Поведінкова економіка, яка вивчає вплив психологічних, соціальних, когнітивних та емоційних факторів на економічні рішення людьми та інституціями та наслідки таких рішень на ринок. Цей науковий напрямок в першу чергу визначає обмеження раціональності людини. Обмежена раціональність полягає в тому, що коли люди приймають рішення, їх раціональність обмежується проблемою вибору, пізнавальними обмеженнями їх розуму та часом, доступними для прийняття рішення. Приймачі рішень у цьому випадку виступають агентами, що задовольняють свої потреби, які прагнуть знайти задовільний, а не оптимальний варіант.

Поведінкова економічна спостерігається у сучасному житті у людей при виборі роботи і особливо проявляється, коли винагорода за виконану працю знижується і працівники припиняють роботу, або працюють менше. Дослідники вважають, що така поведінка людей є схожою до сучасних пропозицій робочої сили на ринку праці.

Конкурентоспроможність на ринку праці дедалі більше залежить від технологій праці, в основі якої лежать знання. Вивчення попиту і пропозиції на ринку праці змушує розробляти нововведення, які потребують певної послідовності дій. Кожне нововведення сприяє виведенню на ринок нових технологій праці, які можна використовувати ефективніше, ніж раніше і це впливатиме на формування підприємницького середовища країни.

Сучасне становище на ринку праці дозволяє деяким категоріям працівників зменшити частоту появи в офісі і навіть повністю перейти на віддалену роботу. Компанії або окремі фізичні особи наймають фрілансерів для виконання певних окремих разових завдань, а іноді і для постійної роботи. При цьому співробітник може знаходитися в іншому місті або навіть в іншій країні.

Фрілансерами називають фахівців, які виконують свою роботу без укладання довгострокового договору з роботодавцем. Фрілансери це співробітники, запрошені в компанію для виконання певного завдання за системою аутстафінгу, тобто за результатами роботи виконавця вирішується питання про доцільність оформлення його в штат компанії-провайдера, при цьому він може продовжувати працювати на колишньому місці і виконувати свої колишні обов'язки.

Для знаходження замовників найбільш ефективним є користування Фрілансерськими порталами, через які і знаходять один одного більшість фрілансерів-виконавців і замовників, що бажають отримати разове аутсорсингове виконання завдання. Найчастіше, нинішні портали мають як безкоштовні економ-функції, так і платні преміум-можливості просування себе як виконавця завдань.

Одним із розповсюджених порталів для виконавців і замовників є біржі для фрілансерів, крім цих порталів існують профільні біржі фрілансу для дизайнерів, фотографів, програмістів, копірайтерів та інших працівників - а також веб-агрегатори, що збирають фріланс-оголошення відразу з кількох бірж.

Виконавці або фрілансери, співпрацюючи з біржами, мають можливість заробляти гроші. Більшість завдань на біржі не вимагає високої спеціалізації, і виконати їх може практично кожен. Але від якості виконаної роботи, кількості виконаних завдань буде залежати рейтинг фрілансера. Проявивши свої знання і вміння, велика можливість отримати виконувати більш складні завдання, а це, в поєднанні з високим рейтингом, веде до більш серйозного заробітку.

Ще одним сучасним напрямів роботи на ринку праці є коворкінг. Коворкінг створений для тих людей, хто бажає поєднувати переваги фрілансу – вільний графік та самостійність – з корисними атрибутами офісного життя: спілкуванням, допомогою колег, робочим місцем, обладнаним сучасною технікою, можливістю спілкування, проводити масові семінари, тренінги, конференції, святкові заходи для всіх бажаючих. Автором цієї бізнес-ідеї вважається молодий американський програміст Бред Ньюберг, який у 2005 році вперше об'єднав під одним дахом усіх «вільних художників». Бред Ньюберг дослідив, як суспільство змушує вибирати між роботою дома на себе і роботою в офісі на компанію. «Якщо ми проводимо на роботі дев'ять годин п'ять днів на тиждень, ми отримуємо спілкування, наше життя структуроване, але при цьому втрачаємо свободу та можливість контролювати своє життя. Якщо ж ми працюємо самі на себе з дому, то отримуємо незалежність, але страждаємо від самотності та поганих звичок, які виникають через відсутність робочої атмосфери. Коворкінг – вирішення цієї проблеми».

За прогнозами, очікується бурхливий розвиток цього бізнесу в Україні. Коворкінг дає змогу людям винаймати загальне приміщення це може бути офіс, або два-три офіси – або цілий будинок, центр, при цьому залишатися незалежними та вільними. При цьому не накладаються особливі обмеження ні на професію та статус учасника, ні на параметри приміщення та спільноти. Такі офіси користуються попитом не тільки фрілансерів, а й у компаній, співробітники яких мешкають по різних містах або країнах, і у підприємців-початківців, бюджет яких не дозволяє купити комерційну нерухомість.

Список використаних джерел

1. Чому в Україні росте ринок фриланса Режим доступу: <https://ain.ua/2020/11/05/rochemu-v-ukraine-rastet-rynok-frilansa/>
2. Благой В.В., Блага В.В., Тихомирова А.О. Коворкінг у контексті розвитку бізнес-туризму/Глобальні та національні проблеми економіки Режим доступу: <http://hi.dn.ua/>

Тихончук Л.Х., д.держ.упр., доцент,
Цехмейструк Д.О., студент ПУАз-21інт
Національний університет водного господарства
та природокористування, м. Рівне

КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА В ПРАВООХОРОННИХ ОРГАНАХ, СУДОВІЙ СИСТЕМІ ТА ЗБРОЙНИХ СИЛАХ. ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ

Суспільство та держава перебувають сьогодні на надзвичайному етапі свого розвитку. Громадськість висуває всім державним інституціям високі вимоги щодо доброчесності та ефективності діяльності.

У ХХІ столітті особливого значення і актуальності набуває корпоративна культура органів державної влади.

Корпоративна культура – це сукупність норм, правил, звичаїв та традицій, які підтримуються в органі державної влади і задають загальні напрямки поведінки у всіх сферах діяльності державних службовців.

Питання оцінки та діагностики корпоративної культури, управління нею почали активно вивчатись науковцями та практиками, починаючи з 1980-х років. У зв'язку з цим все це має здійснюватися в контексті загального розвитку того чи іншого органу влади із урахуванням комплексної стратегії і визначених цілей.

Корпоративна культура в правоохоронних органах. Правоохоронці, насамперед працівники органів внутрішніх справ, перебувають на передньому рубежі боротьби за закон, порядок, справедливість, виконуючи при цьому й профілактичну функцію.

Передумовою ефективного виконання ними своїх функцій є взаєморозуміння поліції і громадян.

Необхідно вдосконалювати організаційно-управлінські механізми роботи з персоналом – комплексний підхід до формування корпоративної культури – сприйняття кожним місії української поліції, норм корпоративної поведінки, створення позитивного соціально-психологічного клімату, покращення умов праці, підвищення культури начальницького складу та удосконалення професійної підготовки, поліпшення іміджу поліції у суспільстві.

Основними напрямками формування корпоративної культури у правоохоронних органах є: осучаснення місії правоохоронних органів, усвідомлення та прийняття її співробітниками поліції і розуміння громадянами соціального призначення поліції; відбір і пропаганда позитивних зразків з історії та сьогодення діяльності працівників поліції; формування усвідомлення причетності особистості до колективної діяльності, своєї невід'ємності від неї; удосконалення морально-іміджевих складників (символи, образи, звичаї, ритуали, традиції); удосконалення візуальної атрибутики (естетичного стану приміщень, оформлення інтер'єрів, службової форми); чітке формування перспектив професії, її функцій та місця в суспільстві та особистих перспектив поліцейського; кадрова політика (відбір персоналу нижньої ланки та створення кадрового резерву начальницького складу за критеріями розвитку персоналу, які здатні створити і підняти корпоративний дух, підвищення кваліфікації); корекція соціально-психологічного клімату в поліцейських колективах; належний правовий захист поліцейського в складних професійних ситуаціях; матеріальна підтримка сімей поліцейських; пенсійне забезпечення поліцейських та інші.

Додаткового аналізу потребує проблема розроблення індикаторів і моніторингу стану корпоративної культури, шляхи оптимізації корпоративної культури Національної поліції України, питання нульової толерантності та дієвої боротьби з виявами корупції, значущість поваги до людини та її гідності як передумови ефективною професійною діяльності.

Корпоративна культура в судовій системі. Довіра громадян до правосуддя залежить не лише від діяльності самих суддів, від організаційного та матеріально-технічного забезпечення всіх процесів, а й від дотримання працівниками судової системи корпоративної культури та етики, адже це формує імідж як кожної окремої установи, так і судової системи в цілому.

Суддівський корпус постійно перебуває під наглядом громадськості, адже професія судді є досить специфічною, перш за все, тому, що кожен суддя особисто є уособленням правосуддя в державі, а тому добровільно бере на себе колосальні обмеження щодо своєї поведінки, а отже повинен поводитись бездоганно як під час відправлення правосуддя, так і у позасудовій діяльності.

Цього вимагає високий статус судді у суспільстві. Саме бездоганна поведінка в очах громадськості має сприяти формуванню довіри як до окремого судді, так і до судової влади загалом.

Сьогодні трапляються численні випадки порушення суддями та працівниками суду норм етичної поведінки та корпоративної культури, тому вказана проблема потребує постійного вивчення та вироблення рекомендацій задля покращення ситуації.

Суддівська корпоративна культура – це певна система базових принципів регламентації поведінки суддів у судовому засіданні, в суді та позасудової поведінки, які побудовані з урахуванням особливостей професійної діяльності судді та створені для підтримки суддівських стандартів, діють об'єктивно і незалежно з метою збільшення значущості наявних правових норм та правил поведінки для суддів.

Суддя повинен проявляти такі моральні якості, як чесність, об'єктивність, безсторонність, неупередженість, толерантність, добросовісність, справедливість, збалансованість, розумність, розсудливість, стриманість, уважність, ввічливість, повагу до оточуючих.

У виробленні норм і принципів професійної суддівської корпоративної культури істотну роль відіграють міжнародні документи: «Основні принципи незалежності судових органів», прийняті Конгресом ООН, «Бангалорські принципи поведінки суддів», схвалені Резолюцією Економічної та Соціальної ради ООН, Європейська хартія про закон «Про статус суддів», «Загальна (універсальна) хартія судді.

Корпоративна культура суддів має включати такі основні встановлення: 1) незалежність як передумову забезпечення правопорядку і основну гарантію справедливого вирішення справи в суді; 2) об'єктивність як умову довіри громадян до судді і системи судочинства в цілому; 3) чесність і невідкупність як умову належного виконання суддею своїх обов'язків; 4) дотримання етичних норм як невід'ємний компонент професійної діяльності судді та його поведінки в позаслужбовій сфері; 5) забезпечення рівності сторін, що беруть участь у процесі, як умову справедливого і неупередженого розгляду справи в суді; 6) компетентність і старанність як умови, в яких знаходять закріплення вимоги, звернені безпосередньо до особистісних якостей судді.

В Україні розроблений і діє Кодекс суддівської етики, який затверджено 2013 року. Проте актуальним залишається розробка окремого Кодексу професійної поведінки працівників суду або ж доповнення Кодексу суддівської етики положеннями щодо працівників суду.

Основна проблема, яка поки що залишається, – це усвідомлення важливості дотримання правил корпоративної культури та етичної поведінки самими представниками судової гілки влади. Результатом високої етичної поведінки судді та працівників суду має стати довіра кожного громадянина і суспільства в цілому до судової системи, окремого суду та певного судді.

Корпоративна культура в збройних силах. Збройні сили є одним з найважливіших елементів політичної системи суспільства і держави. Їх призначення — захист національних інтересів, територіальної цілісності, недоторканності кордонів держави.

У рейтингу найсильніших військових держав світу Україна в 2020 році посіла 27 сходинку зі 138, а серед країн Європи – 9 місце із 50. Такі дані оприлюднив веб-ресурс Global Firepower, який щороку здійснює оцінку сукупної військової потужності кожної з країн світу.

Це є свідченням того, що українська армія за роки активної боротьби за незалежність нашої держави та відбиття ворожої агресії на сході України поступово виходить на новий рівень свого розвитку за всіма напрямками.

Проте, незважаючи на велику кількість позитивних змін, залишається ще чимало питань, які потребують якнайшвидшого вирішення. Одним із них є корпоративна культура у військових колективах.

Чесність та правдивість, відповідальність за власні дії і рішення, сприяння формуванню та підтримці позитивного командного духу, дотримання об'єктивності та незалежності в роботі,

прагнення бути справедливим у всіх аспектах діяльності, підтримувати найвищий рівень компетенції та зразково виконувати професійний обов'язок, у відносинах поважати конфіденційність приватної сфери, гендерну ідентичність та соціальну різноманітність, не переслідувати та не дискримінувати інших, вимагати того ж від інших – всі ці пункти повинні обов'язковими елементами корпоративної культури сучасних Збройних Сил України.

Список використаних джерел

1. Статус поліції: міжнародні стандарти і зарубіжне законодавство / за заг. ред. О. А. Банчука. Київ.: Москаленко О. М., 2013. 588 с.
2. Білас, А. І. Професійна етика працівників правоохоронних органів (соціально-етичні відносини) / А. І. Білас, Є. В. Кузнєцов // Право.ua. - 2014.
3. Бангалорські принципи поведінки суддів, схвалені резолюцією 2006/23 Економічної та Соціальної Ради ООН від 27 липня 2006 р. // Європейські та міжнародні стандарти у сфері судочинства, Київ, 2015. – 756 с.
4. Кодекс суддівської етики, затверджений XI черговим З'їздом суддів України 22 лютого 2013 року.
5. Правила поведінки працівника суду, затверджені рішенням Ради суддів України від 6 лютого 2009 року № 33.
6. Шмаленко Ю.І. Корпоративна культура та етика вищого навчального закладу / Ю.І. Шмаленко // Роль та місце правоохоронних органів у розбудові демократичної правової держави: матеріали VIII міжнар. наук.-практ. конф., м. Одеса, 25 березня 2016 р. — Одеса: ОДУВС, 2016.
7. Сайт <https://www.globalfirepower.com/>.
8. Сайт <https://www.ukrmilitary.com/2020/05/top-army-2020.html>.
9. Сайт <https://www.mil.gov.ua/ministry/zmi-pro-nas/2020/05/05/zsu-potrapili-v-top-30-najsilnishih-armij-svitu/>.

Томащук О., к.пед.н.,

доцент кафедри теорії фізичного виховання та рекреації

Терпіль Д., студентка

Волинський національний університет
імені Лесі Українки, м. Луцьк, Україна

АКТУАЛЬНІСТЬ АНТИКРИЗОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В МОВАХ ПАНДЕМІЇ

Під час всесвітньої пандемії, головною метою управління підприємством є створення продуктивної системи антикризового менеджменту. Управління підприємством та персоналом під час кризових ситуацій розглядається в діяльності як планомірна робота керівництва, для забезпечення налагоджених трудових відносин та протистояння кризовим явищам. На сучасному етапі економіка є досить нестабільною та непередбачуваною. У 2021 році економічну ситуацію можна описати двома словами «економічна криза» та «пандемія». Ситуація із COVID-19 показала неготовність підприємств до протистояння кризовим явищам. В умовах кризових явищ перед антикризовим менеджментом постають стресові та напружені ситуації. Виходячи із цього, можна зазначити, що управління робочим процесом під час карантинних обмежень має свої складності та непередбачувані події. Наразі актуальним є питання, поліпшення діяльності підприємств та дотримання принципів управління персоналом під час коронавірусу COVID-19.

Антикризове управління є однією із важливих ролей в управлінні підприємством та усім його персоналом, адже передбачає вирішення різноманітних проблем, безупинне управління за допомогою нових методик, форм та процедур. Воно розпочинає свій шлях, ще із зародження підприємства. Адже, тоді власник повинен проаналізувати усі можливі перешкоди, та знайти шляхи як їх обійти[1]. Також, антикризове управління є ефективним способом виходу із різноманітних кризових явищ, неплатоспроможності та уникнення банкрутства [2].

До головних завдань антикризового менеджменту, можна віднести:

- Постійний аналіз не тільки слабких, а й сильних сторін підприємства.
- Зменшення ризику підприємства до мінімуму.
- Розроблення альтернативних варіантів для вирішення кризової ситуації.

- Введення інноваційних змін у роботу підприємства.
- Стабілізування фінансового стану у підприємстві. [3].

Антикризове управління – це складний, трудомісткий процес управління підприємством, що спрямоване на побудування стратегії та плану у критичних ситуаціях. Якісний аналіз сучасних тенденцій та криз, допомагає меншою мірою реагувати на зовнішні імпульси. Дослідження можливих і реальних причин що спричинили кризу, також фактори, ознаки та наслідки, що погіршують роботу підприємства – це предмет досліду антикризового менеджменту.

Криза, що виникла через пандемію, найбільшу загрозу створила малому бізнесу. У цей період, власники часто стверджували про різке падіння доходу, унаслідок чого скорочували працівників, а в найгіршому випадку закривали підприємство. Тут, слід виділити основні симптоми кризи: зниження прибутковості; скорочення, або ж втрата частини фірми.

Антикризове управління здійснюється поетапно, та має чотири послідовні етапи:

1. Етап планування.
2. Організаційний етап.
3. Етап мотивування.
4. Етап контролю.

Під час розробки стратегії антикризового управління в Україні потрібно враховувати усі фактори та тенденції (короткострокові, середньо- та довгострокові). Головне пам'ятати, що більша частина економіки складається з аграрно-добувної промисловості. Тому, така економіка напряму залежить від імпорту ресурсів та ресурсних ринків. Карантин та усі обмеження, проведені для запобігання пандемії, призвели до спаду в економіці. В Україні на другий квартал 2020 року, припав карантин із жорсткими обмеженнями. І саме тоді, спад реального ВВП дорівнював 11,4%.

Криза, що виникла в Україні, показала неготовність до нестабільних та непередбачуваних ситуацій, виявила слабкі місця та вдарила по них. Антикризове управління підприємствами, повинне вирішити безліч питань щодо оцінення загрози, та методи їх вирішення. Це поширює актуальність удосконалення управління. Цей спосіб управління проводить, усі можливі заходи, щоб підприємство «залишалося на плаву», незалежно від зовнішніх чинників та факторів.

Отже, підводячи підсумки, всього вище згаданого, можна сказати, що антикризове управління - це система складного управління, не тільки підприємством, а й ще усім персоналом. Створене для запобігання банкрутства чи закриття під час різноманітних кризових явищ.

Список використаних джерел

1. Шпак Н. О. Економічна стабільність суб'єктів господарювання в умовах хаотичного розвитку національної економіки України : монографія. Львів : 2015. 216с.
2. Бавико О. Є., Бавико О. О., Козаков І. О. Організаційна оптимізація антикризового управління бізнес-процесами підприємства в умовах пандемії covid-19. Ефективна економіка. 2020. № 12. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=8477> (дата звернення: 09.12.2021).
3. Стешенко О.Д. Антикризове управління в умовах пандемії. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2020. № 70-71. С. 75-82. URL: <http://btie.kart.edu.ua/article/view/222131> (дата звернення: 09.12.2021).
4. Шостак Л.В., Близнюк А.Л., Богдан М. А. Зарубіжний досвід антикризового управління підприємствами. *Вісник Волинського інституту економіки та менеджменту*. 2018. випуск 20. ст. 315-321. URL: <http://repository.vsau.org/getfile.php/19621.pdf>

Трохлюк Т., к.е.н, ст. викладач,
Скрипчук В., студент, НУВГП

ЕКСПОРТНО-ІМПОРТНІ ОПЕРАЦІЇ УКРАЇНИ: СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ

Економічний успіх будь-якої країни значно залежить від її зовнішньої торгівлі. Тому дослідження сучасного стану, динаміки та структури тенденцій експортно-імпортних операцій

України допоможуть визначити основні вектори напрямку розвитку зовнішньоторговельних відносин країни. Питання аналізу експортно-імпортних операцій у контексті трансформації зовнішньої торгівлі України вивчають О. П'якова, А. Задоя, Ю. Туницька, В. Тихонова, А. Дунська, Ю. Ішук, О. Ралко, Ю. Туницька, В. Рогов, С. Бойко, Н. Пирець, О. Попова, Н. Карпенко, Ю. Кузміньський, Ф. Бутинець, З. Омельницька [1 - 5].

Для аналізу сучасного стану зовнішньої торгівлі країни використовували якісні та кількісні методи. Зокрема, факторний підхід є доволі ефективним засобом для виявлення загальних закономірностей міжнародної спеціалізації країни та статистичні методи.

Українська економіка глибоко інтегрована до глобальної системи міжнародного поділу праці, що особливо посилюється в умовах глобалізації світової економіки. За таких обставин стан зовнішньої торгівлі має важливе значення для економічного розвитку нашої держави під впливом міжнародних, гео економічних і геополітичних тенденцій. Тому для збільшення експорту продукції України необхідні: підвищення світових рейтингів надійності для інвестицій; подальша гармонізація норм українського законодавства; розвиток вітчизняних систем сертифікації та контролю якості й безпеки експортних товарів особливо до вимог країни імпортера тощо. Аналізуючи основні показники зовнішньої торгівлі України за 2012-2020 рр. встановлено, що у 2017 році спостерігалось зростання експорту, в тому числі і на сільськогосподарську продукцію. За 2017 рік загальний експорт продукції склав 43,3 млрд дол. США, що на 19% більше ніж за 2016 рік. А за результатами 2018 року загальний експорт продукції з України збільшився на 9% більше порівняно з 2017 роком. Таким чином, в останні роки експорт агропродовольчої продукції з України має позитивну тенденцію до зростання (рис 1.).

Експорт товарів і послуг за підсумками 2020 року зменшився на 7,8% у порівнянні з показниками 2019 року та склав 59,0 млрд дол. Зменшення обсягів експорту товарів відбулось за наступними товарними групами: продукція металургійного комплексу – на 11,9%; продукція машинобудування – на 2,2%, легкої промисловості – на 9,0%; деревина та вироби з неї – на 1,3%; продукція аграрного виробництва та харчової промисловості – на 0,2% та ін. Найбільша питома вага в українському експорті належить: продукції аграрного виробництва та харчовій промисловості (45,1%); продукції металургійного комплексу (18,3%); продукції машинобудування (11,0%); мінеральним продуктам (10,8%); продукції хімічної промисловості (5,5%).

Найбільша питома вага 2020 року в українському експорті належить: продукції аграрного виробництва та харчовій промисловості (45,1%); продукції металургійного комплексу (18,3%); продукції машинобудування (11,0%); мінеральним продуктам (10,8%); продукції хімічної промисловості (5,5%). Зменшення експорту товарів відбулося до країн: Африки – на 18,6%; СНД – на 12,1%; Європи – на 10,4%. Збільшення експорту товарів відбулося до країн: Азії – на 20,0%; Австралії та Океанії – на 13,8%; Америки – на 5,5%.

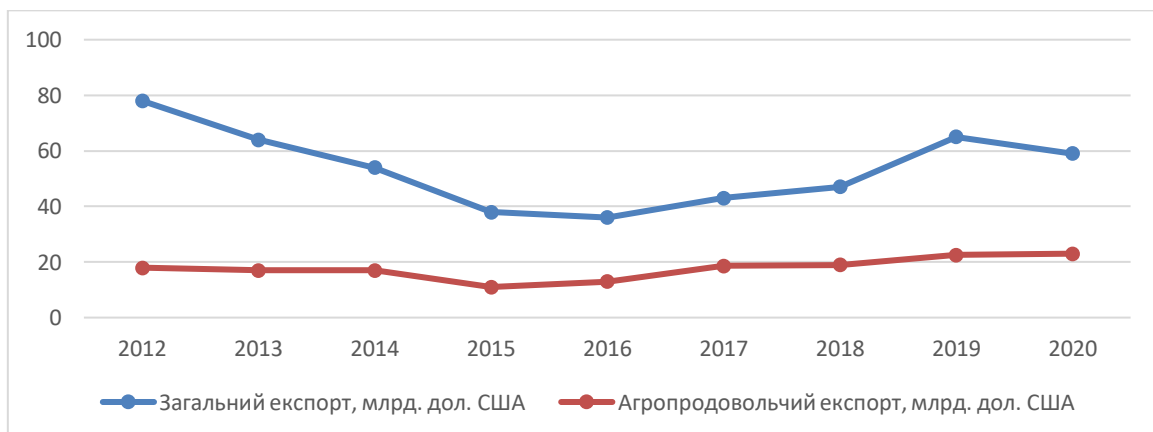


Рис.1. Динаміка експорту з України у млрд. дол. США (2012-2020 роки, не враховуючи окуповані території України), (Джерело: Державна служба статистики України)

Аналіз міжнародних подій дає підстави припускати, що через зміну геополітичних

інтересів в економічно розвинутих країнах, існує ймовірність змін у системі міжнародної торгівлі загалом. Найбільший вплив на подальший розвиток міжнародної торгівлі визначатиметься насамперед можливостями трансформації економічних відносин щодо США, Китаю та Європейського Союзу. Отже, на перспективи розвитку української зовнішньої торгівлі впливатимуть зміни в зовнішньоторговельній орієнтації провідних суб'єктів світового ринку та зміни в правилах міжнародної торгівлі. Наприклад, у 2020 році було запущено Єдиний експортний веб-портал та затверджено Стратегію розвитку сфери інноваційної діяльності на період до 2030 року.

Список використаних джерел

1. Задоя А.О. Зовнішня торгівля України: сучасні масштаби, структура і тенденції. *Академічний огляд*. 2016. № 2(45). С. 110–117.
2. Туніцька Ю.М. Проблеми розвитку зовнішньої торгівлі товарами України. URL : <http://journals.urau.ua/index.php/2225-6407/article/view/95631> (дата звернення: 22.12.2019).
3. Дунська А. Експортно-імпортна діяльність України. URL : [http://zt.knteu.kiev.ua/files/2016/3\(86\)/5.pdf](http://zt.knteu.kiev.ua/files/2016/3(86)/5.pdf) (дата звернення: 22.12.2019).
4. Зовнішня торгівля України: XXI століття [Текст] : монографія / А.А. Мазаракі, Т.М. Мельник, Н.О. Іксарова [та ін.] ; за заг. ред. А.А. Мазаракі. – Київ. нац. торг.- екон. ун-т, 2016. – 600 с.
5. Іляш О. І., Дорошкевич Д. В., Даценко Ю. В. Зміна експортно-імпорتنих товарних потоків України у міжнародній торгівлі внаслідок російської окупації. Інвестиції: практика та досвід. 2019. № 8. С. 11–18.

Уманська Ю., аспірантка

Вінницький державний педагогічний університет ім. Михайла Коцюбинського

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ КОМУНІКАТИВНИХ СТРАТЕГІЙ В УКРАЇНСЬКОМОВНОМУ ТА АНГЛІЙСЬКОМОВНОМУ ДИСКУРСІ СОЦМЕРЕЖ

Вступ. Потреба дослідження мовних засобів презентації комунікативної поведінки українськомовних та англійськомовних користувачів соціальних мереж у стратегічному вимірі в порівняльно-типологічному аспекті зумовила актуальність даного дослідження. Комплексний аналіз комунікативних стратегій, представлених у спілкуванні мовців та адресатів – користувачів соцмереж – потребує уваги саме в порівняльно-типологічному аспекті, із залученням матеріалу різносистемних мов.

Сучасний комунікативний простір характеризується активним розвитком соціальних мереж, що спричинило розвиток інтернет-лінгвістики та вивчення віртуального дискурсу в мовознавстві. Утім, комплексного зіставного і порівняльно-типологічного дослідження комунікативних стратегій у дискурсі соцмереж наразі не представлено в українському мовознавстві.

Основна частина. Комуніканти залучають певний комплекс комунікативних стратегій і тактик, які визначені особливостями їхньої лінгвоментальності та дискурсивної діяльності. Відповідно специфіка мережевого спілкування увиразнює ці відмінності й характерні риси насамперед на лінгвопрагматичному рівні, визначаючи вибір домінуючих мовленнєвих жанрів, стратегій і тактик, мовленнєвих актів і мовних засобів у порівнювальних мовах. Виокремлення типів мовленнєвої поведінки – кооперативного і конфліктного – спричиняє потрактування стратегічного аспекту спілкування з огляду на це розмежування: основну увагу приділено кооперативним і конфліктним стратегіям взаємодії комунікантів у дискурсі соцмереж. Кожна стратегія ґрунтується на конкретних комунікативних тактиках і мовних засобах їхньої реалізації, специфічних для української та англійської мов, та мовленнєвих актах, визначених особливостями мовленнєвих жанрів спілкування.

У сучасній лінгвістиці визначено й схарактеризовано поняття віртуального

дискурсу (Н. Асмус, Н. Ахренова, А. Белова, О. Горошко, Л. Компанцева, О. Лутовинова, Л. Щипіцина та ін.), одним із виявів якого є мережевий дискурс. Головним комунікативним простором функціонування віртуального дискурсу є інтернет-середовище, яке використовує електронний канал передачі даних. Тенденції до віртуалізації масмедіа, самопрезентації, комунікативної і розважальної діяльності людини спричинили появу соціальних мереж як однієї із найпопулярніших форм взаємодії, які виконують інформаційну, комунікативну, персуазивну, розважальну тощо функції та використовуються не лише в міжособистісному спілкуванні, а й в інституційному. Потраковуємо дискурс соціальних мереж (мережевий дискурс) як комунікативну взаємодію у віртуальному просторі користувачів соціальних мереж, що має ознаки інтерактивності, оперативності, анонімності, полікодовості та опосередкованості.

Віртуальний дискурс, представлений у соціальній мережі Twitter, характеризується інтерактивністю та синкретичністю. Його основним жанром є твіт (повідомлення обсягом 140 символів), відзначений лаконічністю та афористичністю, що зумовлено актуалізацією основних текстових категорій комунікативності та інформативності. В українськомовних користувачів спостерігаємо переважно дублювання зі стислим варіантом твіту і повним текстом у дописі Facebook. В англійськомовних користувачів такого дублювання не зафіксовано: Twitter демонструє оперативну, миттєву реакцію користувачів на певні події, наслідком чого є численні твіти, представлені упродовж одного дня (до 10–15 твітів), а в мережі Facebook дописи з'являються не частіше 1–2 разів на день.

В українськомовному твітингу домінує фактична нейтральна інформація, натомість в англійськомовному переважають поліфункційні повідомлення з актуалізованою авторською позицією. Посилення чинника автора в англійськомовному твітингу супроводжується використанням адресно скерованих комунікативних стратегій, здебільшого конфліктного типу. В українськомовному мережевому просторі твіти переважно нейтрального характеру, їхній зміст здебільшого орієнтований на репрезентацію позиції мовця, а не приниження співрозмовників. Соцмережа Facebook є переважно віртуальним простором для персональної, міжособистісної комунікації – для спілкування і розваги, для публічних професійних і соціально-політичних дискусій. Основними жанрами спілкування у соцмережі Facebook є допис і коментар. На відміну від соцмережі Twitter, що є обміном лаконічними повідомленнями, Facebook уможливорює повноцінне спілкування. Допису великого розміру, лонгріди дають змогу висловити користувачам свою точку зору, аргументувати позицію. Зважаючи на це, Facebook використовують для наукових дискусій, літературно-художніх і політичних дебатів. Українськомовні користувачі надають перевагу соцмережі Facebook для віртуального спілкування, натомість англійськомовні користувачі здебільшого залучають полікодовий контент у цій соцмережі.

Висновки та пропозиції. Скерування наукових пошуків сучасного типологічного і порівняльного мовознавства в бік дискурсології та лінгвопрагматики зумовило вивчення мовленнєвої діяльності носіїв різносистемних мов у дискурсах різних типів, серед яких особливого значення набуває комунікативна діяльність у соціальних мережах. Комуніканти здійснюють взаємодію в мережевому дискурсі як у персональній, так і в інституційній сферах, спрямовуючи спілкування в заданому напрямі, визначеному на стратегічному рівні. З метою ефективного впливу на адресатів мовці послуговуються різноманітними стратегіями і тактиками, що ґрунтуються на лінгвопрагматичних параметрах комунікативної взаємодії. Специфіку спілкування в соцмережах насамперед вияскравлено у зіставному аналізі різносистемних мов та порівнянні комунікативної поведінки носіїв української та англійської мов. Зіставний аналіз уможливило виявлення особливостей використання різних мов у соцмережах та порівняння комунікативної поведінки українськомовних та англійськомовних користувачів популярних соціальних мереж.

Список використаних джерел

1. Мітіна О. М., Швелідзе Л. Д. Methodological Principles of Verbalization of Concept «SMELL» in English. Науковий вісник. 2015. Вип. 1. Одеса: ПДПУ ім. К. Д. Ушинського. 2015. С. 46–53.

2. Швелідзе Л. Д. Міжкультурна комунікація в умовах глобалізації. Європейський мовний аспект: історія та сучасний стан: Матеріали круглого столу (Одеса, 3 квітня 2015 року). Одеса: ОДУВС, 2015. С. 69–71.

3. Швелідзе Л. Д. Коннотативний рівень описання рекламних текстів. Актуальні проблеми філологічної науки: сучасні наукові дискусії. Одеса: МГУ, 25–26 березня 2016. С.102–104

Fabus M., PhD, assoc. prof. Ing,
vice-rector for Foreign Affairs "Bratislava University
of Economics and Management", Slovak Republic

Збожинський М., студент
Волинський національний університет
імені Лесі Українки

ПЕРСПЕКТИВИ ІНВЕСТИЦІЙНОГО РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ

Останнім часом інвестиції набувають великої популярності. По-перше, інвестувати легко, тому що держава сприяє цьому, заохочуючи та створюючи різні комфортні умови. По-друге, це зручно, адже окрім того, що в нашій країні є спеціально навчені люди, які можуть вас у будь-який час проконсультувати, вже створені різні програми, через які можна вкласти гроші в якусь організацію або крипто валюту просто сидячи вдома. А так, як зараз пандемія, то це ще й забезпечує вас від зайвого контакту з людьми. Ще інвестування зручне, тому що можна поєднати з ним свою основну роботу і мати додатковий дохід. Але потрібно також і звернути увагу на те, що не зразу такий бізнес може приносити прибуток. Тому, перед початком завжди рекомендують ознайомитися з усіма нюансами.

Інвестиційна діяльність займає значне місце в розвитку та ефективному функціонуванні підприємств, адже саме інвестиції забезпечують поширення підприємницької діяльності та опанування свіжих галузей бізнесу й технологій. Від кількості капіталовкладень залежить процвітання особистого виробництва підприємства та розвиток економіки загалом. Без належного інвестування доволі важко розраховувати на ефективне функціонування виробництва. Відповідно до Закону України «Про інвестиційну діяльність» інвестиції – це всі види статків та інтелектуальних надбань, що вкладаються в об'єкти підприємницької та інших видів акцій, в підсумку яких створюється прибуток (дохід) або здобувається соціальний та екологічний вплив. Для розгляду сучасної ситуації інвестиційної діяльності в Україні варто концентруватися на ознаках, що її характеризують. Перш за все важливе місце відводиться таким ознакам, як обсяг безпосередніх іноземних інвестицій в економіку України. За даними можна зробити висновок, що продовж досліджуваного періоду обсяг прямих іноземних інвестицій надзвичайно скоротився. Основними підставами такого пониження інвестицій можна вважати бойові дії на Сході, нестабільність країни в економічній та політичній галузях, а також значні хабарі та дефект належних реформ.

Найбільший об'єм прямих іноземних інвестицій занотовано у 2014 р., а саме 53,7 млрд. дол. США, що порівнюючи з 2013 роком більше на 2 млрд. доларів США. Найбільшими вкладчиками в Україну є такі країни, як Кіпр, Нідерланди, Німеччина, Австрія, Велика Британія, Франція. Станом на 2017 рік найвагомійші обсяги прямих іноземних інвестицій були направлені до установ та організацій, що здійснюють фінансову та страхову дійсність, а також підприємства промисловості. В Україні більшість інвестицій реалізується в капітальній формі, тому проаналізуємо, як змінилась частка капітальних інвестицій в країні протягом 5 років [1].

Також інвестувати можна в різні компанії, нерухомості, навіть в акції компанії Tesla, якщо сказати коротко про все щовитільки можете подумати інвестувати гроші реально. Але на даний час популярністю користується вкладання грошей в криптовалюту. Очевидно з даних, обсяг капітальних інвестицій протягом 2013–2017 рр. збільшився на 145,1 млрд. дол. США. Найбільший обсяг був у 2017 р., а саме 412,8 млрд. дол. США. Аналіз структури головних інвестицій є свідченням перспективності напрямів їх забезпечення. Об'єктами такого аналізу можуть бути – виробнича (галузева) структура основних вкладень підприємства, яка

характеризує перспективний наступної галузевої диверсифікації; – технологічна структура капітальних вкладень, тобто співвідношення виплати на будівельно-вантажні роботи (пасивна частина капітальних вкладень) та набуток обладнання, машин, інструментів (активна частина); – відтворювальна структура капітальних вкладень; співвідношення вкладень в новітнє будівництво, розширення діючих можливостей, технологічне переозброєння та реконструкцію. Провідними сферами економічно і діяльності за обсягами опанування капітальних інвестицій у 2017 р. залишається промисловість, будівництво, сільське, лісове та рибне господарство, інформація та телекомунікації, оптова та роздрібна торгівля, ремонт автомобілів і мотоциклів, транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність, державне управління й оборона, обов'язкове соціальне страхування. Головним джерелом фінансування капітальних інвестицій, як і раніше, залишаються особисті кошти підприємств та організацій, за рахунок яких у 2017 р. освоєно 69,9% капіталовкладень.

В теперішніх умовах інвестиційний обставини країни потребує поліпшення і покращення правової, соціально-економічної, матеріальної та суспільнополітичної складових, що зможе залучити більш великий обсяг інвестиційних ресурсів і сприятиме суцільному соціально-економічному розвитку України. Залучення інвестицій є дуже важливим для діяльності фірми і це вимагає від керівництва постійного піднесення господарської діяльності та підвищення рівня інвестиційних переваг порівняно з іншими підприємствами [2].

Щоб ефективно працювала економіка та підприємства України потрібно підвищувати інвестиційні активності інвесторів, тому що найбільше інвестиційні ресурси сприяють підприємствам та економіці, щоб вони якнайшвидше розвивалися. Інвестиції створюють головну зі складових, які визначають конкретні місця країни на світовому ринку. Інвестиційна ситуація в Україні є не зовсім стабільною тому що спостерігається відсутність належного об'єму інвестицій, що створено несприятливим кліматом інвестицій в країні, тому фіксованою проблемою залишається дослідження стану та перспективи розвитку інвестиційної діяльності підприємств в Україні.

Інвестиції для нас несуть користь з двох, або навіть з трьох сторін. Перша – це додатковий або основний дохід. Друга – це сприяння розвитку підприємств країни. А третя – сприяння розвитку та розквіту держави. Отож, слід далекоглядно вибирати ціль і інвестувати в крипто валюту, в державні організації, а ще краще – в закордонні великі компанії.

Список використаних джерел

1. Віблій П.І., Горбова Х.В. Перспективи інвестиційного розвитку фінансовопромислових груп в Україні. Регіональна економіка. 2013. URL : https://re.gov.ua/re201301/re201301_060_ViblyiPI.GorbovaKhV.pdf.
2. Крейдич І. М. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПРОЦЕСУ В УКРАЇНІ. Національний технічний університет України "КПІ". 2009. URL

Федонюк А., к.фіз.-мат.н., доцент кафедри загальної математики та методики навчання інформатики
Більо І., Проточук Я., студенти
 Волинський національний університет імені Лесі Українки

ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ БІЗНЕСУ: СТРУКТУРА І ОЗНАКИ

Вступ. Науково-технологічний прогрес був впроваджений в економіку ще в кінці 20 ст. З кожним роком ця система все більше розвивається. Соціальні мережі, телефони, різні електронні пристрої, банківські рахунки формують значку кількість інформації про користувача. Сьогодні завдяки обробці цих даних різноманітні компанії пропонують товари та послуги, які цікаві та унікальні конкретному споживачу. Основна задача цифрових технологій - мінімізувати дії людей в досягненні певної цілі, що є набагато зручніше.

Основана частина. Цифрова трансформація має здійснюватися на основі чіткого керівництва, контролю та порівняння необхідних показників. Роль менеджера також полягає у формуванні відповідної корпоративної культури та співпраці з працівниками. Великі зміни

часто призводять до опору з боку співробітників, а впровадження технологій, які можуть замінити ручну працю, скоротити функції та об'єднати різні бізнес-процеси в один, призведе до реорганізації всієї бізнес-моделі. Також важливою є мотивація, переконання працівників у позитивній ролі трансформації, її необхідності для покращення показників діяльності та результативності. Окремо стоїть питання навчання співробітників, оскільки нові технології потребують зовсім іншого рівня знань, умінь, навичок роботи з ними. Водночас важливо також ліквідувати старі технології, оскільки для їх утримання в робочому стані потрібні зусилля, що фактично є дублюванням витрат – фінансів, праці, інтелекту.

Сьогодні багато людей говорять про технології Індустрії 4.0, до яких належать [1]:

Великі дані (англ. Big data). Величезні обсяги інформації, що накопичуються в результаті «оцифрування» фізичного світу, можуть бути ефективно оброблені тільки комп'ютерами (в майбутньому, можливо, квантовими), із застосуванням хмарних обчислень і технологій штучного інтелекту (англ. Artificial intelligence).

Кіберфізичні системи (англ. Cyber physical systems). Так називають гібрид технологій і фізичних процесів, наприклад, розумне виробництво. Головна ідея кіберфізичних систем – максимальна автоматизація, часткове або повне виключення людини з виробничих і бізнес-процесів.

Розвиток цифрової економіки України полягає у створенні мотивації, потреб і запитів на використання цифрових технологій, продуктів у промисловості, побуті, бізнесі та соціальному секторі України з метою підвищення ефективності, конкурентоспроможності та національного розвитку, високого зростання-технологічності, продукти та переваги для людей.

Шлях до веб-економіки пролягає через внутрішній ринок виробництва, використання та споживання ні потреб щодо використання цифрових технологій, продуктів та послуг серед українських секторів промисловості, сфер життєдіяльності, бізнесу та суспільства для їх ефективності, конкурентоздатності та національного розвитку, зростання обсягів виробництва високотехнологічної продукції та благополуччя населення [2].

Ця Концепція передбачає впровадження відповідних стимулів для цифровізації економічної, громадської та соціальної сфер, усвідомлення існуючих викликів та інструментів розвитку цифрової інфраструктури, набуття громадянами цифрових можливостей, стимулювати внутрішній ринок використання та споживання технологій.

У класичному розумінні поняття “цифрова економіка” означає діяльність, в якій основними засобами (факторами) виробництва є цифрові (електронні, віртуальні) дані як числові, так і текстові.

Цифрова економіка ґрунтується на інформаційно-комунікаційних та цифрових технологіях, тому це вплинуло на традиційну економіку, яка швидко розповсюджується, перетворюючи її від тої, що споживає ресурси, до економіки, що створює ресурси. Якраз дані є основним ресурсом цифрової економіки, вони утворюються та покривають електронно-комунікаційну взаємодію функціонуванням електронно-цифрових пристроїв, способів та систем.

Цифрові технології сучасного світу є вимогою цього століття. Використання цифрових технологій охоплює всі сфери життя і дозволяє застосовувати нові можливості. Медицина, освіта, промисловість, сфера послуг, у тому числі створення високоточного обладнання для діагностики, аналізу та лікування, впровадження цифрових технологій у виробництво можуть збільшити випуск продукції та прискорити економічний розвиток. Розвинення сучасних цифрових технологій просунуло сферу інтернет-технологій на передній план інновацій. Діяльність цифрової техніки виходить з дискретної системи, створених на методах кодування та передачі інформації, які дають змогу виконувати безліч різноманітних операцій за найкоротший час. Феномен цифрових технологій полягає в тому, що вони є універсальними, швидкими і часто автоматизованими робочими рішеннями. Проте основною функцією цифрових технологій все ж залишається обмін інформацією.

Висновок. Україна має всі умови для переходу на вищий рівень

технологічного розвитку: можливість виробляти та використовувати інформаційно-комунікаційні та цифрові технології, наявність професіоналів. Про це свідчить статистика справжнього успіху українських ІТ-компаній на міжнародному ринку. Придбати відповідне обладнання та технології, поширювати їх серед громадян і підприємств. Ринкові «історії

успіху» в різних сферах життя та економіки, існування місцевих представництв виробників технологій, розповсюдження високотехнологічного обладнання – все це довели.

Список використаних джерел

1. Індустрія 4.0. IT-Enterprise. URL: <https://www.it.ua/knowledge-base/technologyinnovation/industry-4> (дата звернення 20.11.2021)
2. Про схвалення Концепції розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018-2020 роки та затвердження плану заходів щодо її реалізації. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/67-2018-%D1%80#Text> (дата звернення 20.11.2021)
3. Л. Шостак, І. Більо, Є. Микитюк Потенціал цифровізації вітчизняного бізнес-середовища. Економічний аналіз. 2021 рік. Том 31. № 1.ст. 245-251. URL : [file:///C:/Users/user/Downloads/1864-6565657712-1-PB%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/user/Downloads/1864-6565657712-1-PB%20(1).pdf)
4. Шостак Л.В., Мохнюк А.М. Розвиток Інтернет-бізнесу як важливого елементу комунікацій в логістиці. Інфраструктура ринку. Випуск №60, жовтень 2021. Ст. 123-128. URL: <http://socrates.vsau.org/repository/getfile.php/30486.pdf>

Фроленкова Н., к.е.н., доцент
Євгейчук А., студентка

Національний університет водного господарства та природокористування

ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЯГІДНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

В даний час ягоди - це найбільш динамічно зростаючий сегмент світового ринку фруктів. На думку фахівців, ринок ягід може зростати у Європі нескінченно, вони вважають, що споживання ягід зростатиме надзвичайно швидко. Глобальний ринок відреагував на збільшення попиту пошуком можливостей забезпечення споживачів ягодами незалежно від пори року з урахуванням особливостей логістики ягід з різних регіонів планети. Відтак, підвищується пропозиція не лише свіжих, а й заморожених ягід, які легко зберігаються, транспортуються і доступні протягом усього року. Попит на цю продукцію в країнах ЄС стабільно високий.

Аналітики прогнозують на найближчі роки розвиток ринку замороженої продукції, який формуватиметься відповідно до тенденцій експорту. Попит на ринках, насамперед європейських країн, стимулюватиме українські підприємства до збільшення випуску замороженої продукції. Експерти прогнозують, що у разі збереження поточних тенденцій попиту на внутрішньому й зовнішньому ринках, виробництво заморожених ягід в Україні буде помірно зростати, особливо за рахунок відновлення поставок чорниці та лохини.

Сьогодні внутрішній ринок замороженої продукції характеризується парадоксальними фактами – на прилавках представлена не українська, а імпортована заморожена продукція. Причому часто це та продукція, яку продали у свіжому вигляді наші фермери, потім вона була продана, наприклад, полякам, дороблена та запакована, і реекспортована назад, до України. Враховуючи світові тенденції, розвиток ягідного бізнесу в Україні тільки починається, і перспективи у нас величезні.

В ягодах органіка вже не є «золотою жилою», як 5 років тому. Різниця в ціні, порівнюючи з конвенційною ягодою, сьогодні становить 20–30%. Але споживання органічних продуктів у всьому світі показує позитивну динаміку. І навіть у складний «ковідний» 2020 рік саме органіка в ягодах стала драйвером розвитку ринку. Більш того, споживачі розширюють бажаний асортимент органічних продуктів. У сезон 2020-2021 клієнти хочуть купувати органічну бузину, агрус, черешню, чорницю, лохину, ожину та малину.

Ще один глобальний тренд 2021 року, який напевно буде популярним і далі, – це запит на здоров'я і довголіття. Люди можуть і хочуть жити довше! Адже ягода не просто літній десерт або солодкий перекус. Це джерело корисних мікроелементів, на яких ґрунтується фарміндустрія. Кілька років тому, я побачила, наскільки нестандартним може бути використання наших, українських ягід і наскільки ми ще далекі від високотехнологічних ягідних виробництв. Україна щорічно експортує в країни Азії більше ніж 8 тисяч тонн замороженої чорниці. Після переробки на заводах Китаю та Японії наша ягода перетворюється на екстракт антоціану, вартість якого в

сотні разів перевищує вартість проданої нами сировини. Ми – на початку ланцюжка. Хочемо рухатися вперед і заробляти більше? Треба створювати унікальний і дорогий продукт в Україні.

Попит на ягоди різко виріс в розпал пандемії коронакризи, тому ціни є досить високими. Очікується, що найближчим часом на ринку України збільшиться пропозиція імпортованих ягід, в т.ч. заморожених.

Останнім часом на світовому ринку виробляється та споживається велика кількість замороженої ягідної сировини. Лідерами в її споживанні є Велика Британія, Німеччина, Франція (понад 100 кг за рік на душу населення). В Україні ця частка поки що майже у 20 разів менша. На ринку замороженої плодоовочевої продукції в Україні у роздрібній торговельній мережі переважають заморожені фрукти й овочі виробництва польських фірм (Zgoda, Hortex та інші), що обумовлено високою конкурентоспроможністю продукції польського виробництва. Серед країн-постачальників також Франція, Німеччина, Молдова, Італія .

Важливим чинником є можливість повноцінної заміни свіжих ягід замороженою високовітамінною продукцією в міжсезонний період. Виробників приваблює стабільний сировинний ринок, у тому числі завдяки дикорослій сировині, з прогнозованими обсягами заготівель і укладанням довгострокових контрактів за фіксованими цінами.

Про динаміку розвитку ринку заморожених напівфабрикатів свідчать такі цифри: у 2008 р. обсяг заморожених ягід зріс на 32% відповідно. Це привернуло до ринку замороженої продукції увагу потужних компаній, тому у 2021 р. частка українського виробника склала вже 40% ягід.

Україна є має резерви стати потужним експортером ягід. Головною тенденцією на європейському ринку є зростаючий попит на ягоди в північних країнах, там віддають перевагу темним ягодам (смородина, чорниця, лохина). Основна частина заморожених ягід відсилається до Польщі, ця країна разом з Італією є замовниками близько половини загального обсягу поставок. Серед інших споживачів також здебільшого представлені країни Європейського Союзу. Аналітики прогнозують у 2020–2021 рр. розвиток ринку, який формуватиметься відповідно до тенденцій експорту. Попит на ринках насамперед європейських країн стимулюватиме українські підприємства до збільшення випуску замороженої продукції. На сьогодні лише продукція польських фірм за низкою найменувань (вишні, черешні) зрівнялася з рівнем цін українських аналогів; інші закордонні марки демонструють ціни на 20...50% вищі.

Головними чинниками, які перешкоджають нарощуванню експорту ягід, є те, що невеликі бізнес-одиниці, що переважають в українському ягідництві, не в змозі забезпечити міжнародний рівень якості та сформувати великі експортні партії, організувати їх доведення до експортних стандартів і заморожування, потрібні потужності для післяурожайної обробки та охолодження тощо. Істотними бар'єрами для експорту є також замалий обсяг партій, неспроможність самостійно зібрати необхідний пакет документів, знайти виходи на європейських партнерів.

Хамська Н., к.п.н., доц.
Вінницький державний педагогічний
університет ім. Михайла Коцюбинського

КОМУНІКАЦІЙНА ПОЛІТИКА ПІДПРИЄМСТВА, ЯК АСПЕКТ СОЦІАЛЬНОЇ ВЗАЄМОДІЇ

Вступ. Сучасні підприємства функціонують в умовах високої динамічності зовнішнього середовища, тому для забезпечення своєї конкурентоспроможності мусять виявляти гнучкість, адаптуватися до постійних змін в макро-, мезо- та мікросередовищі. Здійснюючи свою діяльність в умовах стрімкого розвитку нових технологій, істотного зростання ролі інформації в усіх сферах суспільного життя, якісних і кількісних змін у конкурентному середовищі, підприємства мають забезпечувати систему ефективних комунікацій із зовнішнім середовищем. Найважливішим інструментом збереження та засобом зміцнення ринкових позицій підприємства є здійснення ним ефективної комунікаційної політики, основним елементом якої є маркетингові комунікації, їх формування та розвиток. Здійснення маркетингових комунікацій повинно відбуватися за чіткою програмою у відповідності до стратегії та цілей підприємства, його маркетингового

плану. Використання підприємством інструментів комунікаційної політики при будь-якому ступені насиченості ринку здатне скорегувати поведінку господарюючих суб'єктів, посередників і споживачів та сприяти підвищенню ефективності його діяльності.

Основна частина. Комунікація є смисловим аспектом соціальної взаємодії, однією із найбільших загальних характеристик будь-якої діяльності, включаючи управлінську. Вона являє собою нову форму політичної, наукової, організаційної та технічної сили в суспільстві, за допомогою якої підприємство включається до зовнішнього середовища, здійснюється обмін думками або інформацією для забезпечення взаєморозуміння.

Проблема підвищення ефективності комунікації має різні аспекти [1]: формально-логічний, ціннісний, семантичний, соціально-психологічний, текстово-логічний, організаційний, технічний. На практиці ефективність комунікацій знижується, якщо неточно формулюється повідомлення, має місце помилковий переклад або нечітке тлумачення, допускаються втрати інформації у процесі її передачі чи зберігання, має місце неухважність працівників, недостатній час для адаптації, передчасна оцінка, страх, відсутність передачі та ін. Комунікації є основною комунікативною політикою підприємства.

Поняття «маркетингові комунікації» набуло подальшого розвитку і визначати його як процес ефективного інформаційного обміну підприємства з його контактними аудиторіями з метою просування продукції, забезпечення поінформованості споживачів про діяльність підприємства, створення його позитивного іміджу та забезпечення на цій основі високого рівня конкурентоспроможності [2].

Маркетингові комунікації охоплюють будь-яку діяльність підприємства, спрямовану на інформування, переконання, нагадування споживачам та ринку в цілому про свої товари та свою діяльність.

Суб'єктами комунікаційної політики виступають бізнес-партнери, організації масової реклами (план проведення рекламних ATL заходів), методів стимулювання збуту (взаємодії з дистриб'юцією, дилерами, план участі в виставках, ярмарках, розсилках зразків та ін.), зв'язків з громадськістю та здійснення персонального продажу товарів.

Комунікаційна політика є одним із найважливіших елементів комплексу маркетингу, який дозволяє визначити цільову аудиторію, розробити стратегію просування товарів на ринках, надати інформацію споживачам у вигляді реклами про товар або послугу, що в кінцевому результаті, при правильному використанні комунікативною політикою, призводить до отримання максимального прибутку.

Комунікаційна політика є важливою та необхідною складовою системи управління для забезпечення розвитку підприємства, від якої залежить результативність роботи усього колективу. Ключову роль при цьому відіграє якість інформаційних потоків, що формують основу комунікаційної політики. Разом з тим слід зважати на дотримання оптимального співвідношення між отриманими результатами та витратами на здійснення заходів комунікаційної політики [3].

Мета комунікаційної політики – здійснення ефективної взаємодії об'єкта комунікацій (компанії, бренду) з суб'єктами комунікативного простору. Основне завдання комунікативною політикою – чіткий опис методів, способів та правил комунікації, недопущення застосування на практиці недостовірних, неповних і ситуаційних комунікацій, які не відповідають цілям і завданням політики каналів комунікації.

Висновки та пропозиції. Забезпечення конкурентоспроможності підприємства в сучасних умовах неможливе без інтенсивного використання комплексу маркетингових комунікацій, спрямованих на інформування, переконання, нагадування контактним аудиторіям про продукцію підприємства, а також створення та підтримання на високому рівні його іміджу. Перспективами подальших досліджень є розроблення системи оцінювання ефективності інтегрованої системи маркетингових комунікацій підприємства, що дасть можливість подальшого удосконалення його комунікативною політикою.

Список використаних джерел

1. Пономарьова Н.М. Новітні підходи до сучасних маркетингових комунікацій / Н.М. Пономарьова, А.М. Пономарьов // ХНАДУ. – 2011. – № 3 – С. 75-86.

2. Кіслов Д.В. Термінологія комунікацій: теоретичний дискурс та його практичне використання / Д. В. Кіслов. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Duur_2013_3_5.pdf

3. Романов А.А. Маркетинговые коммуникации / А.А. Романов, А.В. Панько. – М.: Эксмо, 2006. – 432 с.

Ціханенка Т., к.э.н., дац.

Мароз В., м.э.н., ас.

УА БДЭУ, г. Мінск, РБ

ІНАВАЦЫЙНАЕ ЛІДЭРСТВА

Тэма лідэрства з'яўляецца ключавой для многіх сфер жыцця чалавека: бізнэсу, палітыкі, спорту. Па розных вызначэннях лідэрства - гэта спосаб уплыву і кіравання. Для многіх лідэр - гэта маршалак, які наперад глядзіць, кіруе людзьмі і рухае да мэты.

Лідэрства - гэта ўменне прымусіць кагосьці зрабіць нешта, ды так, каб ён гэтага яшчэ і захацеў.

Наогул слова лідэрства (leadership) адбылося ад ангельскага дзеяслова «lead», што значыць «весці».

У сучасных умовах лідэру неабходна валодаць побач важных навыкаў: не проста бачыць мэты і ставіць іх, але і валодаць здольнасцю да бачання. Бачанне - гэта некаторая звышмэта, калі хочаце, уменне зазірнуць у аддаленую будучыню. Будучыня, якую лідэр пачынае фармаваць ужо тут і цяпер.

Інавацыйнае лідэрства нярэдка разглядаецца з пазіцыі дзейнасці мэнэджэраў, у абавязкі якіх уваходзяць распрацоўка і рэалізацыя інавацый, з матывацыяй і падтрымкай падпарадкаваных у перыяд складаных пераўтварэнняў. Адным з узроўняў дзейнасці лідара з'яўляецца стварэнне інавацыйнага клімату ў арганізацыі. У сувязі з гэтым уяўляе цікавасць зместу магчымых дзеянняў лідэра, падыходы да ацэнкі дадзенай дзейнасці.

Пытаннем інавацыйнага лідэрства прысвечана значная колькасць айчынных і замежных публікацый.

Тэарэтычныя аспекты карпаратыўнай культуры і лідэрства разглядаліся Э. Шэйнам, Р. Дафтам [1,2]. Расійскія і беларускія вучоныя Н.П. Бяляцкі [3], В.Г. Гразева-Добшынская разглядалі розныя аспекты лідэрства, у тым ліку інавацыйныя метады практычнага лідэрства, дыягностыку інавацыйнага лідэрства.

Уяўляюць цікавасць таксама даследаванні стылю творчасці, а таксама распрацаваны інструментарый, які дазваляе вызначаць падыходы да вырашэння нестандартных задач М. Кертана (Kirton Adaptation-Innovation Inventory), М. Басадура (The Basadur Simplex (Creative Problem Solving Profile)), Дж. Пучыя (Foursight)).

Інструменты для ацэнкі творчага клімату распрацаваны С. Сігелам, Г. Эквелама, Т. Эмербілі, Н. Андэрсанам, С. Айзэксемам.

Вылучым наступныя вымярэнні (перспектывы) лідэрства ў дачыненні да інавацыйнага клімату.

1. Стаўленне да памылак

Для наватарскай культуры характэрна цягнімы адносіны да памылак, а таксама магчымых канфліктаў. Ямамота Цунэама пісаў «Той, хто здзейсніў памылку, не павінен пра яе шкадаваць, але павінен яе выправіць. Той, хто не рабіў памылак, небяспечны, але яшчэ небяспечней той, хто не выпраўляе сваіх памылак, знаходзячы для гэтага тысячы прычын. Майстар шукаць апраўданні не стане майстрам у чым-небудзь яшчэ».

2. Пытанні дэлегавання

Дэлегаванне з'яўляецца адным з адказаў на ўскладненне арганізацыі, навакольнага асяроддзя, практаў.

Сітуацыйныя канцэпцыі лідэрства, у прыватнасці мадэлі Херсі-Баншарда і Фідлера ствараюць тэарэтыка-метадалагічную аснову для дэлегавання паўнамоцтваў.

Няправільны выбар лідэра можа прывесці да менш эфектыўнай працы каманды.

3. Сістэмны падыход.

Сістэмны падыход патрабуе каардынацыі ўсіх аспектаў дзейнасці арганізацыі. У адпаведнасці з прынцыпам субаптымізацыі калі кожная падсістэма, якая разглядаецца асобна, функцыянуе максімальна эфектыўна, то ў выніку сістэма як цэлае не будзе функцыянаваць з максімальнай эфектыўнасцю. Таксама неабходны камандны падыход да кіравання, які разбурае бар'еры паміж падраздзяленнямі.

Сістэмны падыход у дачыненні да сталага паляпшэння пачынаецца з развіцця чалавека, удасканаленні каманды, далей паляпшэнні працоўнага месца, працоўнай зоны [5,6].

У. Эдвардс Дэмінг адзначаў, што «Лідэрства патрабуецца для ўсіх кампанентаў сістэмы» [7].

Спіс выкарыстанай літаратуры

1. Шэйн, Я. Арганізацыйная культура і лідэрства / Я. Шэйн. - СПб.: Піцер, 2007. - 336 с.
2. Дафт, Р.Л. Урокі лідэрства /Р.Л. Дафт. - М.: Эскма, 2006. - 480 с.
3. Бяляцкі, Н. П. Інавацыйныя метады практычнага лідэрства / Н. П. Бяляцкі, А. С. Агароднікаў // Эканамічны рост Рэспублікі Беларусь: глабалізацыя, інавацыйнасць, устойлівасць: матэрыялы міжнароднай навукова-практычнай канф., прысвеч. 75-годдзю БДЭУ, Мінск, 20 мая 2008 г. У 2 т. Т. 1 / [рэдкал.: В.М. Шымаў (адк. рэд.) і інш.] . - Мінск: БДЭУ, 2008. - С. 131-133.
4. Харыкіры, Т. Код Toyota. Сакрэты наймацнейшага вытворчасці ў свеце/Т. Харыкіры. - М., 2019.
5. Адлер, Ю.П. Восем прынцыпаў, якія мяняюць свет // Ю.П. Адлер./Стандарты і якасць. https://www.lobanov-logist.ru/library/all_articles/54550/
6. Moller, C., Love, J., Moller, V., Touborg, L. Personal quality. Basis of all other quality. - San Francisco: Time Manager International A / S, 1988. - 192 p.
7. Ніў Г.Р. Прастора доктара Дэмінга / Г.У. Ніў. - Тальяці, 1998 - 332 с.

Чопко Н., к.е.н. доц.

ЛНУ ім. Івана Франка

Марунич К., студентка кафедры менеджменту

ЛНУ ім. Івана Франка

ВПЛИВ ТРАНСНАЦІОНАЛЬНИХ КОРПОРАЦІЙ НА ЕКОНОМІКУ УКРАЇНИ

На с'годнішній день, транснацыянальныя корпарацыі (ТНК) відіграюць суттєву роль у эканоміцы Украіны. Велика кількість промислових підприємств нашої держави належить до власності ТНК. З їх продукцією ми зустрічаємося щодня. Тому питання впливу ТНК на економіку країни є дуже важливим.

Транснацыянальныя корпарацыі - це підприємства, що володіють виробничими активами або контролюють їх в двох або більше країнах. Найчастіше контроль здійснюється через прямі іноземні інвестиції, але також можлива участь корпорації у зарубіжному виробництві за допомогою створення альянсу з іноземною фірмою [2, С.115].

Основними ознаками ТНК є:

- здійснення виробництва товарів або послуг, не менше ніж у 6 країнах;
- частка іноземних працівників становить не менше ніж 25%;
- структура активів складає не менше ніж 25% капіталовкладень за кордоном;
- річний обсяг не менше 1 млрд дол.;
- обсяг реалізації товарів за межами головної материнської компанії складає не менше 20 %;
- єдина стратегія управління розвитку національних підприємств, які входять в організаційну структуру ТНК [1, С.89].

Українські ТНК мають вплив в регіонах завдяки великим фінансовим коштам, зв'язків з громадськістю, політичному лобі. Серед позитивних моментів присутності в регіоні ТНК можна відзначити використання нових технологій, збільшення кількості робочих місць, суми зібраних податків. [4, С.48].

Наймасштабнішими транснаціональними корпораціями, що працюють на території нашої країни, є Coca-Cola, Daewoo, Sigma-Bleyzer, Western NIS Enterprise Fund, «Укртатнафта», Macdonald's Ukraine Ltd, Cargill PepsiAmericas і PepsiCo та Nestle, Procter & Gamble. Крім того, в Україні зафіксовано близько 7362 філій іноземних ТНК, водночас у світі загалом їх понад 800 000. Тобто на Україну припадає лише 0,9% їх загальної кількості.

У 2019 р. найпривабливішим для ТНК та інвесторів із країн ЄС та США були такі сектори української економіки: харчова промисловість та переробка сільськогосподарських продуктів (16,3% від загального обсягу прямих іноземних інвестицій); торгівля (15,0%); фінансова сфера (9,1%); машинобудування (8,6%); транспорт (7,6%); операції з нерухомістю (5,2%); фармацевтика та нафтохімічна промисловість (4,1%). Сьогодні в Україні найбільша кількість ТНК представлена у переробній промисловості [3, С.16].

Таблиця 1

Фінансові результати ТНК в Україні за 2019 р. [3, С.17].

Корпорація	Галузь	Виручка за 2019р.,млн дол.
JT International	Тютюнова	8203,7
Philip Morris	Тютюнова	6775,1
Procter&Gamble	Хімічна	6833,1
Bunge	Агропромислова	6723,7
Toyota	Машинобудування	5477,6
Nestle	Харчова	6728,5
Shell	Нафтогазова	5255,8

Зазначимо, що ТНК присутні у всіх сегментах національного ринку, що, звичайно, покращує параметри національного конкурентного середовища, має позитивний вплив на мікрота макроекономічну динаміку.

Українська економіка має привабливий характер для іноземних інвесторів через природосировинний потенціал, відносно дешеву робочу силу та високий технічний рівень підготовки спеціалістів. Безперечно, транснаціональні корпорації можуть модернізувати капіталоемні виробництва, що дасть змогу покращити їх загальний технологічний рівень, збільшити конкурентні переваги на світових товарних ринках [3, С.17].

Отже, ТНК відіграють важливу роль для розвитку національного та світового господарства. Транснаціональні корпорації впливають на економіку приймаючих країн, прискорюють науково-технічний процес, інтернаціоналізацію господарського життя; завдяки їм залучаються прямі іноземні інвестиції, відкривається доступ до фінансових ресурсів ТНК і до зовнішніх ринків. Поряд із тим, транснаціональні корпорації мають негативні наслідки своєї діяльності. Це може проявлятися в односторонній спеціалізації вітчизняного виробництва, зумовленій інтересами іноземного капіталу; у встановленні монопольних цін та диктуванні своїх умов у приймаючій країні; в ухиленні від сплати податків шляхом перекачування доходів з однієї країни в іншу. Позитивними наслідками для країн базування полягають в одержанні доступу до додаткових джерел ресурсів; збільшенні прибутків за рахунок розміщення виробництва в країнах з дешевою сировиною і низьким рівнем оплати праці; одержанні вищих прибутків в країнах з низьким податковим тиском; безперешкодному доланні митних бар'єрів країн застосування капіталу. Негативний вплив на економіку країн базування транснаціональних корпорацій пов'язують з відпливом інвестицій за межі країни та можливим скороченням внаслідок цього рівня зайнятості.

Список використаних джерел

1. Іванова М.О. Вплив ТНК на розвиток економіки України: переваги та недоліки Європейський вектор економічного розвитку, 2014.
2. Особливості впливу ТНК на економічний розвиток України: науковий журнал. / [авт.-Пенська І.О.], 2015.
3. ТНК в Україні: діяльність та вплив на економіку, 2020. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2020/48_2020_ukr/5.pdf
4. Ярмач О.В. Вплив транснаціональних корпорацій на економіку України Приазовський економічний вісник, 2019.

Shevtsova S., Ph.D., Associate Professor,
Shevtsov O., **Mospan A.**, student,
 Prydneprovska State Academy of Civil Engineering and Architecture,
 Dnipro, Ukraine

PROBLEMS OF THE DEVELOPMENT OF INNOVATIVE POTENTIAL OF THE CORPORATE SECTOR OF UKRAINIAN ECONOMY

Development and introduction of innovations substantially depends on various forms of cooperation between enterprises, organizations and higher education institutions. Setting up new businesses on the basis of new scientific discoveries is an everyday phenomenon in the developed countries of the Western Europe. On the one hand, achievements in the military-industrial complex, ascertained were by experts, stipulated by scientific developments and appropriate technologies of breakthrough nature and intensified by military events, and on the other hand, the problematic issues of technological lag spheres withdrew to the background due to the recession of the domestic industry, that deepens the process of destructive changes and requires adequate innovative policy. In the European dimension transfer of knowledge is nowadays a tool to build economy based on knowledge. It composes the pillar for integration and internationalization of scientific research, thus, the cooperation of scientific centers and enterprises constitutes the basic prerequisite for the civilization advancement for Ukraine. Conversely, lack of such transfer or its inadequate utilization might inevitably result in squandering of the economic potential of Ukraine.

What might be done to encourage entrepreneurs to utilize scientific potential of the domestic higher education institutions? The authors are certain that we shall:

- 1) utilize graduates potential-increase of significance in relations with graduates;
- 2) identify and analyze the opportunities to minimize legal, organizational, financial, informational barriers deeply ingrained in the Ukrainian higher educational system as well as barriers of mental, cultural, social and psychological nature related to still negative attitude towards risk-taking and unfavorable responses of the academic environment to commercial activities;
- 3) pursue a complex innovation policy, work out some market orientation among academic institutions, introduce legal order in the field of intellectual property protection, build the culture of academic entrepreneurship and improve staff competences indispensable in the innovation-based economy;
- 4) create clusters as a stimulant of innovation and competitiveness. Such clusters play a significant role in strengthening of the competitiveness of the economy both at national, regional and local levels. The presence of entities of academic circles in the cluster constitutes a favorable factor in its innovative growth which enables transfer of knowledge, information and technology. Thus, in order to provide entrepreneurs with the opportunities to utilize the resources available in the region, is necessary to create and maintain research clusters which shall be defined as the agglomeration of research entities, enterprises, local authorities, support centers for entrepreneurship and innovation operating for the particular sector of science, technology or economy.

The burden of responsibility for current situation shall be partially placed upon the state, which has not implemented a strategy to support innovations yet. The Ukrainian government ought to formulate strategies and define which industries shall constitute the foundation of our economy. The domestic academic centers shall solicit the creation of a cooperation platform between firms, which would enable young scientists to participate in internships and the firms to work out prototypical solutions. What is more; the academic centers themselves shall perceive the development of relationship with business as an opportunity to improve their budgets and to become independent from public financing.

Generalized results of the analysis indicate a general tendency of preservation of all the signs of stable running innovation and technological process. But it is not enough for economy which strives for growth. Among the reasons which control realization of the role of innovation factor in increase of competitiveness of the Ukrainian economy are following.

- Uselessness of innovations as the Ukrainian economy in its current state insufficiently forms active interest of the majority of entities in the results of scientific developments or it turns out that the last ones are not able to use innovation developments effectively.

- Absence of modern development institutes which provide functioning of the economy of innovation type in all its components (organization and management of developments; its financing, marketing, commercialization, etc.).
- Insufficient number of highly qualified specialists which are able to work in the innovation sphere.
- Absence of effective coordination of state economic, educational, scientific and technological, industrial and innovative policy.

The practice of modern Ukrainian reality indicates that on all the levels of economy management there is an absence of serious attention to the role and importance of organizational innovations implementation of which would not only increase of effectiveness of management system but also accelerate the development of economy on the innovation basis. The weakest link of the innovative process in Ukraine is technology transfer, especially because of inefficient organization of the economic system. It requires modernization, especially the change of technological structure of production towards the formation of the high-tech sector and the implementation of a job package as to the commercialization of scientific research, evaluation and intellectual property protection.

References

1. Ukaz Prezidenta Ukrai'ny Pro Strategiju stalogo rozvytku "Ukrai'na-2020" № 5/2015 [Elektronnyj resurs]. — Rezhym dostupu : <http://www.president.gov.ua/documents/18688.html>.
2. Mazaraki A. A. Innovacijnyj potencial Ukrai'ny : monografija / A. A. Mazaraki, T. M. Mel'nyk ta in. ; za zag. red. A. A. Mazaraki. — K. : Kyi'v. nac. torg.- ekon. un-t, 2012. — 592 s.
3. Bilozubenko V. S. Innovacijna systema Jevropejs'kogo Sojuzu: osoblyvosti formuvannja ta rozvytku : monografija / V. S. Bilozubenko. — Donec'k : DonNUET, 2012. — 466 s. 5. Vodop'janova E. V. Evropa v poyskah ynnovacyj / E. V. Vodop'janova // Sovremennaja Evropa. — 2014. — № 2. — S. 31–41.

Шостак Л., к.е.н. доцент
кафедри підприємництва та маркетингу
Джигалюк А., студент
Волинський національний університет
імені Лесі Українки

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІНТЕРНЕТ-РЕКЛАМИ В УКРАЇНІ

На сьогоднішній день, інтернет-реклама є невід'ємною складовою маркетингової діяльності будь-якої компанії, що має за мету розширити свою потенційну аудиторію. Розуміючи, як працює сучасна інтернет-реклама, ми не можемо бути впевнені на усі 100%, що тенденція притаманна в даний момент часу збережеться, та буде актуальною через декілька років. Підприємства постійно прагнуть до розвитку свого медійного становища, завдяки чому ми маємо велику кількість різноманітних напрямів та галузей в області інтернет-реклами. Стараючись вирізнитися на фоні інших, компанії докладають багато зусиль для того щоб створити самобутні та оригінальні методи просування своєї продукції.

“Без інтернету неможливо уявити життя сучасної людини. Нині це найпопулярніший засіб комунікації. Його розвиток призвів до того, що без використання можливостей глобальної мережі не розвиваються жодні сфери економіки та бізнесу” [1]. З чого слідує, що паралельно розвитку глобальної мережі, буде розвиватись й інтернет-реклама. Завдяки високій функціональності, нерідкий випадок коли підприємство витрачає більше фінансів саме за рекламу в інтернеті, або як мінімум користується базовими речами, які не потребують значимого капіталовкладення, але мають багато переваг.

Основною галуззю, що стрімко набирає обороти є мобільна реклама, яка стала лідируючою завдяки опосередкованості смартфонів серед споживачів. Офіційні сторінки в соціальних мережах, оголошення на сайтах, банерна та контекстна реклама – це все основні види реклами, які потрібно використовувати вже сьогодні. Зростання витрат на рекламу в інтернеті, а також їх зменшення на ТВ-рекламу, може позитивно вплинути на кінцевий результат, адже

тільки використовуючи сучасні засоби реклами ми можемо ефективно просувати наш бізнес.

Найперспективнішим видом реклами є так звана цільова реклама, яка в буквальному сенсі спрямована на конкретну аудиторію. Тобто про ваш товар дізнаються лише ті люди, яким це потрібно. Такі речі частково стали можливими завдяки введенню так званих файлів “cookies” – невеликих текстових файлів, що зберігають деякі дані про користувача, які використовують сайти для покращення якості реклами.

Реклама, яка з’являється лише на відповідних до тематики сайтах також називається контекстною, та являється одною з найкращих у співвідношенні ненав’язливість/ефективність. Але при всьому сказаному вище, потрібно розуміти з головних тенденцій – стягування трафіку з сайтів у соціальні мережі. Люди з меншим ентузіазмом будуть відвідувати нові інтернет-магазини, коли більшість цікавлячих їх речей можна купити прямо в месенджері, де вони крім цього можуть ще й спілкуватись з рідними та друзями, та швидко поширювати їм будь-які речі що їх зацікавили.

Facebook, YouTube, Instagram та WhatsApp – лідируючі на даний момент соціальні мережі/месенджери, в яких сконцентрована потенційна цільова аудиторія. Працюючи саме в них ми можемо бути впевнені в покращеній роботі з цільовою аудиторією, розширенням кола охоплення та об’єктивну аналітику ефективності. Варто зазначити, що принципи просування реклами сильно відрізняються, в залежності від обраної соціальної мережі та месенджера. Наприклад, в Instagram є функція Stories, що дозволяє поширювати короткі відео на сторінці користувача, що зникає через 24 години. Тому, якщо ми вирішили просувати наш товар або послуги саме в Instagram, то доцільніше буде використати рекламу в Stories, ніж звичайну банерну рекламу.

Використання особливостей конкретної взятої соціальної мережі дозволяє добиватись максимальної ефективності, але також не можна забувати про те, що має значення в якій з поміж з них ви будете просувати свій товар чи послуги. Попри те, що кожна соціальної мережа так чи інакше охоплює людей з усіх вікових груп та соціальних статусів, між ними все ж існує різниця. Рекламуючи товар або послуги молоді, доцільніше буде робити це в TikTok, Telegram або VK, аніж у Facebook та Viber, оскільки їх частка значно більше через специфіку контенту.

Обсяг реклами з часом лише збільшується, що призводить до стабільного зростання конкуренції. Це означає, що гострим постає питання загальної зацікавленості в рекламі у потенційної аудиторії. Тобто важливим стає не лише сама по собі присутність реклами, а її привабливість для клієнта, що з кожним роком буде ставати все важливіше і важливіше. Реклами багато, покупець не зверне увагу на всіх одразу.

Інтернет-реклама має неабиякі перспективи та нікуди зникне, а лиш продовжить свій розвиток, що піде на користь абсолютно усім сторонам, як клієнтам, так і підприємцям. Очевидно, що освоєння та розкриття потенціалу реклами в соціальних мережах являється планом більшості компаній що зацікавлені у ефектиному просуванні свого товару або послуг, не забуваючи про цільову рекламу та банери.

Список використаних джерел

1. Тенденции современной рекламы. URL : https://spravochnik.ru/reklama_i_pr/reklama/tendencii_sovremennoy_reklamy/ (дата звернення 03.12.2021)
2. Тенденции развития рекламы. URL : <https://www.formula-advert.ru/stati/tendencii-razvitiya-reklamy> (дата звернення 03.12.2021)

Щербина В., к.е.н, доц.
Одеський національний морський університет

УПРАВЛІННЯ ЛОГІСТИЧНИМИ ПРОЦЕСАМИ В ТОРГІВЛІ

Вступ. В сучасних умовах підприємства торгівлі все більше підпадають під вплив глобалізаційних процесів та тенденцій розвитку ІТ-технологій. Торгівля виходить за рамки міст, регіонів, країн та континентів. Все це потребує від керівництва торговельних підприємств нових підходів до управління, зокрема саме логістичними процесами, оскільки від якісної доставки

товарів залежить успіх роботи всього підприємства.

Основна частина. Процес купівлі-продажу товарів закінчується в момент доставки товару в пункт призначення або кінцевому споживачу. Завдяки розвитку онлайн-торгівлі процес купівлі товарів з будь-якої точки світу став доступним роздрібним покупцям, але це підвищує відповідальність та зобов'язання саме продавця, який організує доставку від дверей до дверей та приймає всі ризики за доставку товару.

Нові можливості зумовили підвищені вимоги до використання інтернет-ресурсів, внаслідок чого виникли: нові статті витрат на адміністрування та управління інформаційними потоками; проблеми з синхронізацією віртуальних замовлень та матеріальних поставок всередині складської інфраструктури; дефіцит професіональних наповнювачів контенту в Інтернеті; проблеми з формуванням та комунікаційною підтримкою веб-ресурсів. При цьому вирішення проблем адміністрування та узгодження процесів продажу, зберігання й транспортування при віртуальних взаємозв'язках із клієнтом покладається на налагоджену систему логістики інтернет-торгівлі [1].

Отже, управління логістичними процесами виходить на перший план з іншими бізнес-процесами торговельного підприємства.

Важливість логістики торговельних операцій зумовлена їх найбільшою наближеністю до кінцевого споживача і фактичною подією отримання доходу. На цій ділянці основна увага зосереджується на ефективній взаємодії з кінцевим споживачем та зростанні розмірів бази клієнтів [2].

Прикладом ефективного управління логістикою може бути торговельна мережа Walmart. Основою успіху Walmart є низькі ціни, за рахунок зниження операційних витрат у дистрибуції та роздрібній торгівлі на доставку товару і його складування. Це було досягнуто шляхом створення унікальної системи управління логістикою.

Товар повинен бути завжди у наявності в необхідній кількості, але без зайвих запасів. Тільки так можна забезпечити запити споживача, і не мати складських надлишків, що приносять додаткові і дуже значні витрати, а в іншому випадку, нести великі втрати від незадоволеності споживачів. Досягти цього можна за допомогою такої логістичної технології як крос-докінг.

Крос-докінг – це логістична операція всередині ланцюжка постачань, при якій відвантаження товару на склад і його подальша доставка одержувачу узгоджені за часом таким чином, щоб виключити зберігання товару, скоротити часовий інтервал між вивантаженням на склад і відвантаженням зі складу з метою доставки вантажу від постачальника продавцю за максимально короткий термін.

У крос-докінговій схемі склад виконує функції не сховища вантажів, а свого роду перевалочного пункту (терміналу). Мережа подібних спеціалізованих приміщень становить основу логістичного ланцюжка. За своєю суттю крос-докінг є прискорене пересування товарних одиниць від постачальника через систему терміналів до одержувача товару. Оперативність таворообігу забезпечується завдяки особливостям організації, високої ефективності та безперебійному функціонуванню всіх складських і транспортних механізмів. Ключовою ланкою крос-докінгу є перевантажувальний термінал – спеціально обладнане складське приміщення, де відбувається передислокація товарних відправлень, організована таким чином, щоб забезпечити максимальну швидкість оборотності товарів при оптимальному використанні транспортних засобів і надійний контроль над маршрутизацією товарних партій. На терміналі товари при необхідності можуть проходити переоформлення або відправлятися в колишній комплектації, проте стадія їх тривалого зберігання в будь-якому випадку виключається [3].

Також компанія Walmart однією з перших запустила блокчейн-систему для відстеження вантажів та управління платежами. Технологія блокчейн дозволяє компанії відстежувати складні ланцюжки постачань та при необхідності відкликати проблемні продукти харчування або ліки. Технологія блокчейн – це загальнодоступна і незмінна облікова «інтернет-книга», в якій записано інформація про дату, час, учасників операцій, тощо. Підробити таку книгу майже неможливо. Технологія блокчейн має значний потенціал щодо застосування в логістиці, надаючи можливості для швидкого відстеження товарів, а також здійснюючи координацію між різними учасниками логістичного ланцюжку [4].

Висновки та пропозиції. Таким чином, в роботі було розглянуто особливості управління

логістичними процесами в торгівлі, досліджено інноваційні технології в логістиці, які є актуальними й для торгівлі.

Отже, перспективними напрямками подальших досліджень є вивчення напрямів розвитку електронної комерції та електронної торгівлі як галузі та їх впливу на товарні ринки, а також дослідження окремих видів управлінської діяльності серед яких інтеграція ланцюгів постачання, інноваційні форми управління, взаємовідносини з клієнтами та інше.

Список використаних джерел

1. Потапова Н.А. Логістика онлайн-торгівлі в контексті проявів глобалізації цифрової економіки. Економіка. Фінанси. Менеджмент: актуальні питання науки і практики. №3. 2019. С. 62 – 77.
2. Качуровський С.В. Сучасні тренди E-COMMERCE в логістиці. Вісник Національного університету "Львівська політехніка" "Логістика". 2018. №892. С. 100-105.
3. Лісіца В. Омніканальні продажі: тенденції, проблеми та перспективи розвитку в українському ритейлі. Проблеми і перспективи економіки та управління. 2017. №2(10). С. 100-110.
4. Щербина В.В. Проблеми та завдання розвитку портової логістики України // Розвиток методів управління та господарювання на транспорті. 2019. Вип. 2. С. 89-101. Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/rmegt_2019_2_10.

Юшак А., аспірантка

Новосад Д., аспірантка

Дикун Я., студентка

Булевич І., студентка

Волинський національний університет
імені Лесі Українки

REGULATORY AND LEGAL SUPPORT OF THE RESIDENTIAL REAL ESTATE MARKET OF THE WESTERN REGION

Ukraine is actively forming and developing the real estate market, which reflects all the problems of the economy and is characterized by uneven development of individual segments, incomplete legal framework, low solvency of citizens and investment potential of legal entities. This is primarily due to the global financial crisis, inefficient production, lack of financial resources and low living standards. But the economic potential of our country is quite high, it should only be used effectively, first, it is necessary to pay attention to those funds and resources that are in sufficient quantities, but for some reason are not used enough.

One of the most important indicators of the development of market relations in the western region is the development of the real estate market in general and individual industries. Without a real estate market, there can be no market at all, because the markets for labor, capital, goods, and services for economic activity must have (or rent) the necessary premises.

One of the main areas of real estate management in the western region is the cadastral division of the territory of Ukraine to provide land plots with cadastral numbers. Units of cadastral division of the territory of Ukraine are cadastral zones, districts, quarters. The procedure for cadastral division of the territory and assignment of land plots to cadastral numbers shall be established by the Government of Ukraine.

The State Land Cadaster is the only state system of land cadastral works, which establishes the procedure for recognizing the occurrence or termination of ownership and use of land and contains a set of information and documents on the location and legal status of these plots, their assessment, land classification, quantitative and qualitative characteristics, distribution between landowners and land users.

State registration of rights to immovable property is a legal act of recognition and confirmation by the state of the occurrence, restriction (encumbrance), transfer or termination of rights to immovable

property.

The procedure of state registration is a set of rules governing the relationship between the state in the person of the registering authority and the person subject to registration.

The Law of Ukraine “On Payment for Land” determines the amount (for arable land, hayfields and pastures - 0.1%, for perennial plantations - 0.03% of their monetary value per 1 ha of agricultural land) and the procedure for payment for land use, and also the areas of use of funds received from the payment for land, the responsibility of taxpayers and control over the correctness of the calculation and collection of land tax.

Summing up the study, we can conclude that in the functioning of all segments of the real estate market there is information opacity, which complicates the assessment of investment efficiency of projects undertaken for this.

The Constitution of Ukraine stipulates that the state is called to guarantee citizens the protection of property rights, therefore, the official recognition and confirmation of the emergence, transfer or termination of real property rights and their encumbrances (which is the content of state registration of real estate rights) should be exclusively state.

Список використаних джерел

1. Богінська Людмила Олексіївна / Ринок нерухомості : стан та регіональні особливості // Л.О. Богінська ... Серія. Економіка. Випуск 2(4). Частина 2, 2015. – 265 с.
2. Павлов В.І. Нерухомість в Україні: підручник для спец. вищ. навч. закл. / В.І. Павлов, І.І. Пилипенко, І.В. Кривов'язюк. – Київ: держ. акад. статистики обліку і аудиту, 2008. – 765 с.
3. Павлов К. В. Нормативно-правові основи конкурентних відносин на регіональних ринках нерухомості. Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки». Вип. 23, Ч. 2. 2017. С. 148-150.
4. Павлов К. В. Оцінка конкурентоспроможності регіональних ринків житлової нерухомості України: монографія. Луцьк :ПрАТ «Волинська обласна друкарня», 2018. 482 с. URL: <https://evnuir.vnu.edu.ua/bitstream/123456789/15676/1/final.pdf>.
5. Павлов К.В., Павлова О.М. Формування та регулювання конкурентних відносин на регіональних ринках житла України: монографія / К.В. Павлов, О.М. Павлова. Луцьк : видавництво «Терен», 2019 – 542 с. Режим доступу: <http://esnuir.eenu.edu.ua/handle/123456789/15852>
6. Pavlov, K. (2018). COMPETITIVE FEATURES IN THE MARKET STRUCTURE OF HOUSING PROPERTY WITH REGARD TO REGIONAL DEFINITIONS. *Baltic Journal of Economic Studies*, 3(4), 191-198. <https://doi.org/10.30525/2256-0742/2017-3-4-191-198>
7. Pavlov, K., Pavlova, O, & Kupchak, V. (2019). Integral Indicators Based on Competitiveness Capacity Characteristics of Regional Real Estate Markets of Ukraine. *Journal of Competitiveness*, 11(3), 87–108. <https://doi.org/10.7441/joc.2019.03.06>

Ющишина Л., к.е.н., доцент
кафедри менеджменту та адміністрування
Шевчук Я., студентка
Волинський національний університет
імені Лесі Українки

ВПЛИВ ПАНДЕМІЇ НА РОЗВИТОК ОНЛАЙН-БІЗНЕСУ

Карантинні обмеження паралізували ділову активність усього світу. Тому через потребу в фізичному дистанціонуванні спостерігається швидкий розвиток онлайн-бізнесу, що дало можливість займатись власною справою незважаючи на обставини. Пандемія також посилила прагнення споживачів до зручності, швидкості та простоти. У покупців виникла можливість замовляти товари з дому, оплачувати їх онлайн та отримувати в будь-якому куточку світу. Щодо продавців, перевагою у розвитку бізнесу є мінімальні витрати для створення магазину та значна економія коштів на оренді приміщень. Також вони можуть працювати у будь-якому місці та обслуговувати водночас значну кількість клієнтів 24/7. Але разом з тим, у

підприємців з'явилося чимало конкурентів у цій сфері, тому це стало поштовхом для розширення продукції, покращення якості товарів та створення нових стратегій розвитку.

Розвиток інформаційних технологій за останнє десятиліття відкрив нові можливості як для підприємців, так і для споживачів. Електронна комерція є все більш актуальною серед населення по всьому світу[1]. Карантинні обмеження значно прискорили сповільнені економічними факторами механізми впровадження інноваційних технологій. Як наслідок, з'явилося багато підприємств, що змогли пристосуватися до змін та навіть збільшили свій дохід, але були й ті, які не змогли перейти на онлайн режим. Впровадження пандемії також посприяло зміні попиту на різні типи товарів, задало вимоги до створення нових продуктів першої необхідності.

Під час карантину стали популярними безконтактні способи оплати, збільшився попит на онлайн-магазини. 52% людей вперше замовили товар чи послугу або їжу через інтернет мережу. На багатьох веб-сторінках з'явилася можливість оплачувати товари за допомогою таких сервісів, як: Google Pay, Apple Pay, PayPal та Square Cash.. Не так давно в Україні з'явилися сервіси з доставки їжі, товарів з супермаркетів, кур'єрських послуг[1]. У пік обмежень березня та квітня 2020 тільки з одним поштовим оператором було зафіксовано близько 500 000 доставок. Платформи Glovo, Raketa, Bolt також користуються великою популярністю, адже на сьогодні доставка їжі, медичних засобів, продуктів з магазину інколи є надзвичайно зручним або єдиним варіантом для людини. Передбачають, що після скасування локдауну попит на доставку товарів не надто зміниться, адже за період обмежень люди відчули усю зручність послуги[3].

Одною з основних потреб під час карантину виявилась необхідність вчитися. Тому у вигідному положенні опинилися онлайн-платформи з вивчення різноманітних дисциплін. Вони існували і до того, проте саме в 2020 році стали одним із найпоширеніших видів навчання. На сьогодні кожен може придбати відповідний вебінар та навчатися дистанційно, проводячи лекції за допомогою інтернет-платформ. Серед найпопулярніших на сьогодні є: Coursera, EdEra, Prometheus, Khan Academy, Udemu.

Пандемія стала поштовхом навіть для тих продавців одягу, які раніше не поспішали в онлайн, адже спочатку далеко не всі вірили, що здійснювати онлайн-покупки набагато зручніше. Близько 45% онлайн-покупців, що брали участь в опитуваннях створювали покупку в соціальних мережах. Окремо слід відзначити Instagram — це та соціальна мережа, де охоплення аудиторії, яка здійснює покупки, продовжує рости навіть зараз. В Instagram переважно купують одяг, книги, косметику, парфумерію, аксесуари та взуття[2]. Щодо Facebook, то ця мережа вже досягнула певної точки насиченості і не є такою популярною як вище зазначений додаток. З початком карантинних обмежень підприємці почали значно розширювати свій асортимент, продавати щось унікальне, адже це було єдиною можливістю вижити посеред численних новостворених Інтернет магазинів. Також близько 48% людей в Україні здійснюють покупки через баєрів, на іноземних сайтах.

Через впровадження віддаленої роботи працівники почали облаштовувати робочі місця вдома, і попит на меблі різко збільшився. Разом із цим значно зріс попит на техніку для дому, замовлення таких девайсів зросло вдвічі.

Також змінилися й пріоритети та проблеми підприємців. Для онлайн-підприємців головними труднощами є тепер не фінансовий контроль, оподаткування чи HR-процеси. Наразі власників бізнесу значно більше турбує висока конкуренція, нестабільність доходів та зацікавлення і утримання клієнтів.

Щодо розважальних платформ, тільки Netflix збільшив кількість своїх підписників на 16 мільйонів. У 2020 році платформою скористалися у 26 разів більше користувачів, ніж у 2019. Закриття кінотеатрів, відсутність, розважальних центрів та обмежена соціальна активність змусили людей набагато частіше користуватися стрімінговими та відеосервісами на кшталт Apple TV+, Twitch та YouTube[4].

Отже, карантинні обмеження значно вплинули на впровадження електронної комерції в розвиток українського бізнесу. Це дало безліч нових можливостей як для підприємців, так і для споживачів. Асортимент товарів збільшився у декілька разів, покупки стали більш зручними та доступними. Також під час локдауну значно поширилось використання різноманітних кур'єрських послуг та онлайн-сервісів таксі. Більшого вживання набули онлайн-платформи з

вивчення дисциплін та сервіси для підтримки робочих зв'язків. Усе це посприяло ще кращому впровадженню інноваційних технологій та новим відкриттям.

Список використаних джерел

1. Панфілова Д. А. Цифровізація бізнесу в умовах пандемії: розквіт E-Commerce. 2020. URL: https://ndipzir.org.ua/wpcontent/uploads/2020/12/Tezy_18_09_2020_23.pdf.
2. Петрова В. Як змінюються звички інтернет-покупців. Результати дослідження СБР. 2021. URL: <https://retailers.ua/uk/news/management/11463-kak-menyayutsya-privyichki-ukrainskii-internet-pokupateley-rezultaty-issledovaniya-cbr>.
3. Смачило В.В., Кузьменко І.М. Розвиток бізнесу під впливом Covid-19. 2021. URL: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2021/01/53-1.pdf>
4. Зятюк С. Локдаун не для всіх: які галузі бізнесу збільшили свої прибутки під час пандемії коронавірусу. 2021. URL: https://education.24tv.ua/lokdaun-ne-dlya-vsih-yakiy-biznes-zbilshiv-pributki-ostanni-novini_n1533140.
5. Шостак Л.В., Мохнюк А.М. Розвиток Інтернет-бізнесу як важливого елементу комунікацій в логістиці. Інфраструктура ринку. Випуск №60, жовтень 2021. Ст. 123-128. URL: <http://socrates.vsau.org/repository/getfile.php/30486.pdf>
6. Шостак Л., Микитюк Є. Формування вітчизняного бізнесу в Інтернет-середовищі. Socially competent management of corporations in a behavioral economy: Collection of scientific papers / resp. ed. Ondrej Mikulaš, Kostiantyn Pavlov, Karol Viktor, Olena Pavlova, Ladislav Viera, Liudmila Shostak, Anton Milan, Alla Lyalyuk. European institute of further education, Podhájska, 2021. - 296 p., Chapter I., ст. 117-118. URL : <http://feb.tsatu.edu.ua/wp-content/uploads/2021/05/Gritsayenko-Galina-Gritsayenko-Igor-yevropejske-ivdannya-2021.pdf>

СЕКЦІЯ VI

Соціальна відповідальність бізнесу та корпоративна культура

Безтелесна Л., д.е.н., професор
Кашицька Д., студентка
НУВГП, Україна, м. Рівне

СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНИЙ РОЗВИТОК ФІНТЕС ІНДУСТРІЇ В УКРАЇНІ

Соціально відповідальне ведення бізнесу означає, що фірма/компанія функціонує для досягнення своїх фінансових цілей і крім цього допомагає суспільству. Ідея полягає в тому, що бізнес повинен поєднувати прибуткові види діяльності з діяльністю, що приносить користь суспільству. Соціально-відповідальний бізнес не повинен працювати виключно на максимізацію прибутку, але й приймати рішення та виконувати дії, які є прийнятними з точки зору цілей і цінностей суспільства [1]. З іншої сторони, провадження соціально відповідального бізнесу – це механізм / модель управління бізнесом з метою досягнення відповідних результатів, а також інструмент з досягнення його стійкого розвитку [2].

Фітнес індустрія, що функціонує в Україні, спрямована на формування здоров'я людини. Виходячи із цілей діяльності, цей бізнес долучається до цінностей, що розділяються громадянами і суспільством. Звісно, що діяльність фітнес індустрії та подальший її розвиток у суспільстві привертає увагу як науковців, так і практиків.

Соціальна відповідальність у діяльності фітнес-клубів України досліджувалася науковцем Л. Чеховською [3]. У своїй праці авторка акцентує увагу на аналізі діяльності двох потужних гравців на ринку фітнес послуг компаній «FitCurves» та «SportLife». Зокрема, показує, що компанія «FitCurves» реалізує заходи благодійного та соціального спрямування. Натомість, компанія «SportLife» реалізує фінансування різноманітних регулярних й одноразових фізкультурно-спортивних заходів. У роботі відображений перелік заходів, їх зміст та кількість залучених осіб впродовж 2016-2017 рр. І абсолютно не применшуючи внесок вченої до дослідження цієї актуальної теми, вважаю, що соціально відповідальне ведення бізнесу вимагає значно ширшого спектру діяльності, а ніж співфінансування у проведенні заходів із значною кількістю осіб, а головне, що воно побудовано уже на застарілій інформаційній базі.

Окрім науковців, пильну увагу до діяльності та розвитку фітнес індустрії, приділяють і практики (оператори ринку), яким важливо знати основні показники функціонування ринку фітнес-послуг, а саме: тренди, кількість суб'єктів ринку, їх ресурсне забезпечення, територіальне розміщення, форму діяльності, потенціал ринку та портрет споживача. Саме інформаційно-аналітичною платформою «FitnessConnectUA» підготовлені дослідження ринку фітнес-послуг України за 2016-2018 рр. Звіт публікується у поточному році за даними попереднього.

Саме дані звіту 2019 р. [4], засвідчують, що фітнес індустрія розвивається швидкими темпами в Україні (табл.1). Проте, фітнес-клуби нерівномірно розміщені по території України. Найбільша їх кількість припадає на великі міста. І хоча в столиці у 2018 р. було зосереджено 23% усіх закладів [4], але частка їх в часі скорочується, в 2017р. вона становила 27% [5], а в 2018р. - 26% відповідно [6].

Соціально відповідальне ведення бізнесу – це перш за все відповідальність перед персоналом та клієнтами.

Таблиця 1

Загальна кількість фітнес клубів України

Кількість	Роки		
	2016 [6]	2017[5]	2018 [4]
	1419	1569	1765

Головною проблемою у соціально відповідальній діяльності фітнес- клубів щодо персоналу є забезпечення ліцензування фахівців. Вважаю, що власники фітнес-клубів у рамках управління соціальною відповідальністю бізнесом, повинні стати замовниками у підготовці, а згодом ліцензування фахівців для фітнес індустрії у рамках вищої освіти, а саме ініціювати формування нових освітніх програм здобуття бакалаврського, магістерського та постмагістерського (Phd) рівня для майбутніх працівників, а також програм підвищення або перекваліфікації працівників, які уже зайняті в цій галузі. Саме налагодження партнерських відносин між бізнесом і вищою освітою дасть можливість забезпечити підготовку кадрів та потреби фітнес-індустрії, яка швидко розвивається. Соціально відповідальний розвиток фітнес-індустрії України перед клієнтами вимагає оцінки перш за все їх соціально-демографічного портрету. І якщо мислити стратегічно, то важливим є залучення та утримання тих потенційних клієнтів, що знаходяться в наймолодших вікових групах. Саме виховання в них рис здорового способу життя від його початку дає можливість формувати зростаючу клієнтську базу і впливати на задоволення суспільних соціальних цінностей. Якщо оцінити у віковому розрізі клієнтів фітнес-індустрії, то можна стверджувати, що вона не розвиває соціальну відповідальність саме у цьому сегменті (таб.2). І якщо сегмент школярів у 2018р. зріс удвічі у порівнянні з 2016 р., то це зростання не є стабільним. Сегмент молоді, що завершує середню школу і починає самостійне життя скоротився у 2018 р. майже на третину у порівнянні з 2016 р. і його нарощення з часом майже не відбувається.

Таблиця 2

Питома вага населення молодших вікових груп, залучених до фітнес індустрії України, %

Вікові групи населення, роки	2016	2017	2018
0-17	6	13	12
18-21	14	5	6

Експерти з продажів стверджують, що залучення нових клієнтів, завжди коштує дорожче від утримання наявних. Отож, працівникам фітнес індустрії, зокрема мережевим фітнес клубам, доцільно стати корпоративними волонтерами, як стверджує К. Білоруська [7], забезпечити їм рівний доступ до занять спортом та освіти. Головною цінністю у соціально відповідальному веденні бізнесу у фітнес індустрії є розвиток дітей та молоді через спорт.

Досвід компанії Parimatch Tech уже свідчить, що це є виправданим, бо уже тепер реалізуються нею в Україні через свою місію та три програми:

- «Нова Фізична Культура» — програма, націлена на розвиток і популяризацію фізичної культури в школах із метою підвищення фізичної активності дітей.
- «Так, я можу!» — програма, спрямована на підтримку і розвиток дітей з інвалідністю та особливими освітніми потребами шляхом залучення їх у спорт.
- «Спортивний наставник» — програма, спрямована на те, щоб кожна дитина, незалежно від соціального статусу, могла розвиватися і йти до своєї мрії [7].

Також у Parimatch Tech зосереджені на корпоративному волонтерстві та виділяють кожному співробітнику 16 годин робочого часу на рік, які можна витратити на волонтерство. У холдингу впевнені, що корпоративне волонтерство дуже корисне — і для компанії, і для суспільства, але передусім для самого співробітника, адже волонтерство дозволяє створювати нові соціальні зв'язки й отримувати нові непрофільні знання, і найголовніше — долучатися до чогось значущого [7].

Ринковий потенціал фітнес індустрії охоплює лише 3% населення України, а, отже, є перспективи його зростання. Нарощення ринкового потенціалу фітнес індустрії можливе саме через волонтерську діяльність зайнятих у ній працівників. Проте, працівники фітнес індустрії можуть стати корпоративними волонтерами, лише за умови, що їх топ-менеджери будуть розділяти соціальну корпоративну відповідальність і головне сформуєть у суспільстві

поведінку зорієнтовану на ведення активного і здорового способу життя.

Отож, соціальна відповідальність не є обов'язком бізнесу, а дуже ефективним бізнес-інструментом, який необхідно впровадити у стратегію й операційну діяльність. Соціальна відповідальність бізнесу дозволяє не просто допомагати суспільству, а вести з ним діалог, змінювати його, а також вирішувати свої бізнес-завдання.

Список використаних джерел

1. Соціальна відповідальність бізнесу: що це означає і чому важливо <https://mainbusinesspartner.ua/sotsialna-vidpovidalnist-bisnesu>
2. Что такое СОБ? Что такое социальная ответственность бизнеса (ее иногда называют корпоративная ответственность бизнеса) (СОБ)? <https://csrjournal.com/839-что-такое-sob-что-такое-socialnaja.html>.
3. Чеховська Л. Соціальна відповідальність у діяльності фітнес-клубів України. Фізичне виховання, спорт і культура здоров'я у сучасному суспільстві. № 1 (41). 2018. 23-28 с.
4. Дослідження ринку фітнес-послуг України 2019 <https://docs.google.com/gview?url=https%3A%2F%2Ffitnessconnect.com.ua%2F2019.pdf&embedded=true>
5. Дослідження ринку фітнес-послуг України 2018 https://old.fitnessconnect.com.ua/plugins/content/pdf_embed/assets/viewer/pdfjs/web/viewer.html?file=%2Ffiles%2F2018.pdf
6. Дослідження ринку фітнес-послуг України 2017 https://old.fitnessconnect.com.ua/plugins/content/pdf_embed/assets/viewer/pdfjs/web/viewer.html?file=%2Ffiles%2Ffitness_2017.pdf
7. Менеджерка нової ери. Корпоративне волонтерство стає незамінним для розвитку великого бізнесу — Катерина Білоруська <https://biz.nv.ua/ukr/markets/korporativna-socialna-vidpovidalnist-staye-normoyu-dlya-suchasnih-kompaniy-parimatch-parimatch-50178324.html>

Безтелесна Л., д.е.н., професор
Хомич В., студентка
НУВГП, Україна, м. Рівне

РОЗВИТОК СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ВІТЧИЗНЯНОГО ІТ-БІЗНЕСУ

Соціальна відповідальність – це концепція управління, в рамках якої компанії інтегрують соціальні та екологічні проблеми у бізнес-операції і взаємодіють зі зацікавленими сторонами. У контексті бізнесу це означає, що компанія функціонує для досягнення своїх фінансових цілей, і крім цього, допомагає суспільству. Ідея полягає в тому, що підприємства повинні поєднувати прибуткові види діяльності з діяльністю, що приносить користь суспільству [1]. Проведення суспільно-корисної діяльності - це абсолютно добровільне рішення компанії – зробити свій внесок в покращення якості життя суспільства та доквілля чи не робити цього. Соціальна відповідальність є найважливішим елементом взаємозв'язку особи та суспільства, вона здійснює функцію регуляції поведінки індивіда відповідно до вимог суспільства. З розвитком суспільства відповідальність набула провідної ролі в політичних, духовно-ідеологічних та інших відносинах; а її удосконалення є необхідною умовою суспільного розвитку [2].

Нове розуміння і сприйняття відповідальності виникає у зв'язку з становленням і розвитком класичного полісного державного ладу, а разом з ним відповідних йому моральних норм і правил, з появою античної етики, яка сформувалася як філософське вчення про добро чесноти. Як видно, соціальна відповідальність виникає одночасно з суспільством. Її формування пов'язане з розвитком людини як соціальної істоти, суспільних відносин, коли поведінка особи набуває суспільної значущості і тому починає регулюватися за допомогою соціальних норм [3]. Саме у сучасних умовах варто зростаючим бізнесам формувати в суспільстві соціальну відповідальність, а таким серед них є ІТ-бізнес.

Вітчизняний ІТ-бізнес успішно зростає, про що свідчить світовий рейтинг найбільших аутсорсингових ІТ-компаній, до якого входить 14 українських. В ТОП-20 найбільших ІТ-компаній України на початку року працювало понад 52 тис. осіб, а офіційний сукупний дохід

їхніх юридичних осіб за 2020 рік перевищив 33 млрд. грн. Експорт ІТ-послуг з України минулого року становив \$5 млрд. Дохід найбільших ІТ-компаній в п'ять разів менший, ніж обсяг експорту ІТ-послуг з України [4]. У вітчизняній ІТ-сфері зайнято 213 тис. ос. Отож, вітчизняний ІТ-бізнес є як фінансово спроможним, так і в контексті кваліфікованих людських ресурсів, що можуть формувати майбутній кадровий резерв для забезпечення та поповнення ІТ-сфери працівниками, а відтак, реалізовувати проекти із соціальної відповідальності.

Відправною точкою повноправного функціонування особистості у сучасному суспільстві є використання цифрових технологій. Саме в системі середньої освіти діти соціалізуються до участі в суспільному житті і опановують вперше цифрові технології. Станом на 1 вересня 2020 року в Україні, в закладах освіти для здобуття повної загальної середньої освіти навчається 4434643 особи [5]. Саме вітчизняний ІТ-бізнес у рамках соціальної відповідальності може реалізовувати проекти формування цифрової грамотності серед школярів. Реалізація таких проектів не потребує значних фінансових ресурсів, а переважно експлуатації наявного людського капіталу працівників ІТ-бізнесу.

Головною ідеєю проекту є проведення лекцій на такі теми: «Прикладна інформатика», "Цифрова культура", "Програмування", "Технічне забезпечення". Список запропонованих тем, з часом, буде збільшуватись, для того, щоб задовільнити потреби школярів. Це є дуже важливим, оскільки компанії задалегідь буде знати, яка тема цікавить школярів та вчителів, а це в свої чергу забезпечить максимальну ефективність проведених лекцій. Для школярів та вчителів варто проводити анкетування, де вони можуть вказувати теми, які для них найцікавіші.

Навчальні лекції можна проводити офлайн, тобто безпосередньо в школі або онлайн (ZOOM, Google Meet, т.д.), що значно розширить кількість учасників події. Проведення онлайн занять має певні переваги:

- 1) потребує менше ресурсів (часу, фінансів);
- 2) в умовах пандемії такий вид додаткового навчання є найбільш безпечним.

Етапи реалізації плану здійснення проекту:

- 1) зв'язок із представниками школи та обговорення умов проведення лекцій;
- 2) проведення анкетування серед школярів та викладацького складу стосовно теми лекції;
- 3) організація та проведення лекції;
- 4) проведення анкетування по завершенню лекції;
- 5) опрацювання результатів анкетування з метою вдосконалення змістового наповнення лекції.

Мета реалізації проекту – ведення просвітницької діяльності серед школярів щодо здобуття освіти, компетенції вести життя, використовуючи інформаційні технології, умов щодо зайнятості в ІТ-бізнесі.

Реалізація запропонованого плану має на меті: популяризацію технічних спеціальностей серед молоді; розвиток цифрової культури серед користувачів; освоєння прикладних технологій; формування резерву майбутніх кваліфікованих кадрів.

Науковці визнають, що соціально відповідальна поведінка компанії має неоднозначні впливи на її економічні результати.

Як позитивні впливи називають: довгострокову зацікавленість бізнесу у стійкому соціальному середовищі; підвищення суспільного іміджу компанії, підтримку життєздатності бізнесу як системи; послаблення державного регулювання економіки; відповідність бізнесу соціокультурним нормам, зниження ризиків акціонерів щодо диверсифікації інвестиційного портфеля; нові шляхи вирішення соціальних проблем та їх профілактика.

До несприятливих відносять: відмову від всебічної максимізації прибутку; втрати від соціальної активності; брак навичок вирішення соціальних завдань; розмивання основних цілей бізнесу; слабкість суспільного контролю і широкої суспільної підтримки; надмірна концентрація влади в руках бізнесу (наприклад, трудовий кодекс); витрати ресурсів на непрофільні цілі відвертає топ-менеджерів, персонал, кошти від виконання основних функцій, знижує конкурентоздатність бізнесу [8].

Незважаючи на існування несприятливих моментів, переваги у реалізації соціальної відповідальності бізнесу значні, а саме вона підвищує прибутковість та імідж компанії, знижує

витрати, підвищує моральний дух співробітників і лояльність клієнтів, а також має й низку інших [1].

Реалізація пропонованого проекту «Цифрова грамотність школярів» забезпечить розвиток соціальної відповідальності усіх суб'єктів – підприємств ІТ-бізнесу, держави, суспільства та довкілля.

Отже, для формування соціальної відповідальності вітчизняного ІТ-бізнесу в Україні, в першу чергу, слід відродити морально-етичну культуру життєдіяльності й господарювання особистості – члена трудового колективу через колективне ухвалення кодексу честі, постійно діюче культурно-професійне навчання (виховання) трудового колективу, морально-матеріальне заохочення працювати на благо суспільства за совістю, знизити податкове навантаження до 10 % від доходу, підтримувати розвиток малого та середнього бізнесу з метою усунення деформації структури економіки; скорегувати законодавство таким чином, щоб бізнес був зацікавлений впроваджувати соціальні проекти; надати більше повноважень органам місцевого самоврядування [6].

Краще і ширше впровадження корпоративної соціальної відповідальності бізнесу українськими компаніями може допомогти створити нові ринки в Україні та за її межами, вирішити соціальні та екологічні проблеми, покращити доступ компаній з українським капіталом до міжнародних. А це величезні переваги, до яких необхідно прагнути, аби розробити і втілити українські стандарти системи управління соціальною відповідальністю [7].

Список використаних джерел

1. Соціальна відповідальність бізнесу: що це означає та чому це важливо <https://mainbusinesspartner.ua/sotsialna-vidpovidalnist-bisnesu>
2. Сазонова Т. О., Галинець І. В., Переверзев С. С. Соціальна відповідальність підприємства як прояв його корпоративної культури [https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/6088/1/10-1\(5\)-23.pdf](https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/6088/1/10-1(5)-23.pdf)
3. Соціальна відповідальність бізнесу: особливості національної проблематики, шляхи реалізації / В. І. Корсак // Сталий розвиток економіки. – 2012. – № 7.
4. Віннічук Ю. Рейтинг найбільших ІТ-компаній України. Бізнес Цензор <https://biz.censor.net/r3273242>
5. Звіт про кількість дітей шкільного віку <https://iea.gov.ua/wp-content/uploads/2021/01/77-RVK-2020.pdf>
http://www.confcontact.com/2017-ekonomika-i-menedzhment/8_veretelnik.htm
6. Соціальна відповідальність – основа філософії бізнесу <https://www.okko.ua/sotsialna-vidpovidalnist-osnova-filosofii-biznesu>
7. Топішко І.І., Топішко Н.П., Галецька Т.І. Соціальна відповідальність підприємства в Україні: проблеми забезпечення та шляхи підвищення. Причорноморські студії. Випуск.12-1.2016. 95-99 с.

Букорос Т., к.е.н., доцент, Віце-президент
Європейського інституту безперервної освіти (EIDV),
секретар Наукового журналу «European Science - Europa Veda»,
Словацька Республіка, почесний професор, МВА
Михайлова К., студентка
Волинський національний університет
Імені Лесі Українки

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ФІНАНСОВОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ СІЛЬСЬКОЇ МІСЦЕВОСТІ

Однією з найгостріших проблем сьогодення є розвиток фінансової інфраструктури сільської місцевості. У багатьох регіонах нашої держави система фінансового забезпечення ще не досконала. Питання фінансування постає досить гостро через недостатню кількість фінансових ресурсів у сільських радах, об'єднаних територіальних громадах та сільськогосподарських підприємств. Як правило, недостатній доступ до фінансових ресурсів зумовлює негативні зрушення у забезпеченні сільського населення соціальними послугами. Для того, щоб це змінити

були проведені численні трансформації в аграрному секторі. Вони дали змогу збільшити валове виробництво сільськогосподарської продукції. Однак не сприяло економічному і соціальному розвитку сіл та підвищенню якості життя сільського населення.

Роль розвитку фінансової інфраструктури впливає із необхідності забезпечення стабільного та сталого розвитку економіки нашої країни. Фінансування, розвиток та процвітання соціальної інфраструктури села мають забезпечуватися спільними зусиллями держави, суб'єктів господарювання та населення. Разом з тим, основна роль у формуванні фінансових ресурсів та фондів на утримання соціальної інфраструктури села відводиться місцевим бюджетам та домогосподарствам. Грошей з місцевих бюджетів не вистачає навіть на просте відтворення соціальної інфраструктури села, оскільки вони в основному формуються за рахунок місцевих податків та зборів із підприємств, що розташовані на тих чи інших територіях. Ефективна діяльність та співробітництво між частинами фінансової інфраструктури – найважливіша передумова реформ [1]. Основними чинниками нерозвиненості фінансової інфраструктури в сільській місцевості є високий кредитний ризик та проблеми з нерівномірним розподілом інфраструкції.

Ще одну важливу роль у формуванні та розвитку соціальної інфраструктури територіальних громад відіграє обслуговуюча кооперація. Особливого значення кооперативні утворення набувають в умовах здійснення політики децентралізації. Розповсюдження кооперативів сприятиме вирішенню ряду соціальних проблем та ринкової адаптації домогосподарств [2].

Одним із елементів соціальної інфраструктури аграрного сектору є страхування, потенціал якого використовується в сільському господарстві. Програма страхування фінансових ризиків полягає у тому, щоб відшкодувати можливі втрати на випадок, коли через певний період застраховані угоди не дадуть очікуваної віддачі [3]. Але недорозвиненість страхових обмежує можливість використання інноваційного потенціалу розвитку аграрного ринку. Реалізація заходів щодо розширення фінансової інфраструктури на селі може відбуватися лише за умови покращення економічного розвитку виробничої галузі та покращення умов життя сільського населення. Зосередити увагу слід на створенні привабливих умов для ведення сільськогосподарської діяльності, це стимулюватиме інвестиції в інфраструктуру села. Стимулювання інвестицій в розвиток інфраструктури на селі можна зменшенням податкових зобов'язань. Розглядаючи елемент соціальної інфраструктури, можна підсумувати, що наскільки ефективно він зможе задовольняти потреби, настільки зросте ступінь добробуту населення сільської місцевості.

Орієнтованість на розвинену фінансову інфраструктуру є передумовою ефективного функціонування фінансів, оптимального перерозподілу фінансових ресурсів [4]. На шляху до цього стоять певні бар'єри. Одним з бар'єрів розвитку фінансової інфраструктури сільської місцевості є непродуктивне вкладання фінансів та недостатній рівень розвитку комунікацій. Сільські території потребують підтримки та відновлення для забезпечення достатнього рівня належних умов для життя людей. Для цього необхідно насамперед обрати відповідні організації та економічні механізми.

Іншими бар'єрами на шляху формування ефективної фінансової інфраструктури в сільській місцевості є низька щільність населення, недостатній рівень розвитку енергопостачання, транспорту і соціальної сфери, що зумовлює високі витрати на подолання інформаційних бар'єрів і обмежені можливості щодо диверсифікації ризику [5].

Можна зробити висновок, що для успішного розвитку фінансової інфраструктури села в Україні потрібна ефективна державна політика та її стимулювання. Слід зазначити, що держава має забезпечувати сприятливу соціальну інфраструктуру для зближення за рівнем добробуту міського та сільського населення. Питання реалізації стратегії розвитку ефективної фінансової структури є важливим напрямком для формування життєвого середовища на селі та забезпеченні сталості розвитку сільського господарства в цілому. На шляху до успішного формування такої інфраструктури є багато бар'єрів, які можуть сповільнити, або ж перешкоджати її розвитку.

Список використаних джерел

1. Харчук С. А. Соціально-економічний розвиток сільських територій: проблеми та шляхи вирішення. Економічна наука. 2015. № 314. С. 20-23. URL:

http://www.investplan.com.ua/pdf/12_2015/6.pdf.

2. Довженко В. А., Марченко Є. Л. Формування та розвиток соціальної інфраструктури територіальних громад на основі кооперацій. Сучасний рух науки: тези доп. XII міжнародної науково-практичної інтернет-конференції. Дніпро. 2021. С. 436-437. URL: https://www.researchgate.net/profile/Nunu-Shalvashvili/publication/350896576_new_insectoacaricidal_composition_against_plant_pets/links/6079acde2fb9097c0cec8ea0/new-insectoacaricidal-composition-against-plant-pets.pdf#page=436.

3. Марценюк-Розарьонова О. В., Чернопищук О. М., Якубовська Я. Р. Особливості страхування в аграрному секторі. Державне управління: удосконалення та розвиток. 2018. № 4. С. 1-6. URL: http://www.dy.nayka.com.ua/pdf/4_2018/32.pdf.

4. Корсакова О. С. Особливості формування фінансової інфраструктури на сучасному етапі розвитку вітчизняної економіки. Ефективна економіка. 2018. № 1. С. 1-5. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/1_2018/78.pdf.

5. Косодій Р. П. Проблеми розвитку фінансової інфраструктури сільської місцевості. Облік і фінанси АПК: освітній портал. 2021. URL: <http://magazine.faaf.org.ua/problemi-rozvitku-finansovoi-infrastrukturi-silskoi-miscevosti.html>.

Венцурик А., к.е.н., доцент
НУБГП, Рівне

КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ: УКРАЇНСЬКИЙ АСПЕКТ В СУЧАСНИХ УМОВАХ ПАНДЕМІЇ

Вступ. Корпоративна соціальна відповідальність проявляється у відповідальному ставленні компанії до свого продукту та послуг, до споживачів, працівників і партнерів. Вона вимагає від кожного бізнесу поводитися етично, сприяти економічному розвитку та покращувати якість життя суспільства. Бідність, гендерна нерівність, безробіття, експлуатація дитячої праці, дискримінація, расизм, пандемія, екологічні катастрофи - соціальні проблеми, до розв'язання яких можуть долучатися компанії. Проте йдеться не лише про грошову допомогу: бізнеси можуть інвестувати в різні проекти, надавати інформаційну підтримку ініціативам, забезпечувати певним обладнанням тих, хто не може собі цього дозволити, тощо. Значна частка окреслених проблем характерна і для України, саме тому питання корпоративної соціальної відповідальності є актуальними в сучасних умовах пандемії.

Основна частина. Корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) - активна позиція компанії, що полягає в постійній взаємодії із суспільством та розв'язанні соціальних проблем. В світовій економічній літературі існує велика кількість визначень поняття КСВ. Нам близьке визначення КСВ як такої концепції ведення бізнесу, спрямованого не лише на отримання і примноження прибутку як основної мети діяльності, а й на підтримку та розвиток суспільства з урахуванням потреб його працівників, споживачів, акціонерів, держави та охорони довкілля, що великою мірою забезпечує інвестиційну привабливість, формує позитивний імідж та підвищує лояльність потенційних споживачів [1]. Згідно з дослідженням Рейтингу роботодавців України 2019/2020 при виборі роботи респондентами значущість такого критерію, як «Соціальна відповідальність бізнесу», дещо превалює над міжнародним статусом компанії та її високотехнологічністю та відчутно більша за популярність бранда [2]. За даними глобального звіту про корпоративну соціальну відповідальність [3], 70% споживачів в Україні готові платити більше за продукцію компаній, що відповідально ставляться до суспільства та навколишнього середовища. Бренди ризикують загинути, якщо залишаються осторонь від загальних проблем. Дослідження агентства Young Group Social, що спеціалізується на КСВ-проектах, показали значне зростання уваги до програм, які реалізує бізнес в рамках своєї корпоративної соціальної відповідальності. За даними компанії Axios, 78% споживачів впевнені, що підприємства несуть відповідальність за своїх працівників, безпеку робочих місць і ком'юніті. 66% респондентам подобається читати новини про те, як улюблений бренд допомагає іншим під час кризи. 33% опитаних переконують друзів або знайомих припинити використовувати бренд через нульову реакцію на вірус [4].

Український бізнес зумів досить швидко зреагувати на глобальний виклик, пов'язаний з пандемією COVID-19. Для реалізації соціальних ініціатив деякі компанії перебудовували свою бізнес-модель, впроваджували нові продукти, які допомагають в боротьбі з пандемією. В умовах пандемії найкращою рекламою і основним маркетинговим інструментом компаній, що дозволяє їм ефективно комунікувати зі споживачами, стали КСВ-проекти:

- державна компанія НАК "Нафтогаз України" направила на закупівлю медичних товарів і засобів індивідуального захисту для боротьби з поширенням COVID-19 більше 500 млн. грн.;

- «Нова пошта» закупила і доставила в лікарні по всій країні засоби індивідуального захисту і медичні прилади. Крім того, компанія додатково запросила на роботу 2 000 кур'єрів, щоб забезпечити збільшену потребу в поштових послугах, а також скасувала плату за зберігання посилок клієнтів на час жорсткого карантину;

- Дос.ua - онлайн-сервіс для пошуку лікарів, в базі якого більше 11 тис. фахівців і 1,5 тис. клінік, під час пандемії направив весь дохід на допомогу лікарням і запустив безкоштовне онлайн-тестування на симптоми COVID-19;

- компанія Uklon - перший в Україні сервіс за викликом авто через Інтернет - під час карантину безкоштовно перевозила медиків на роботу, а також донорів та онкохворих - до медичних установ;

- корпорація по виробництву товарів для дому та гігієни "Біосфера" (найвідоміші бренди — «Фрекен БОК» і Smile) модифікувала виробництво, адаптуючи потужності для виробництва пакетів для СРАР-терапії, яка застосовується для лікування дихальної недостатності, в тому числі, при COVID-19;

- на боротьбу з пандемією Covid-19 бізнеси "Смарт-Холдингу" направили понад 100 млн. грн. Було закуплено 20 апаратів ШВЛ, понад 100 тис. ЗІЗ для медиків, 100 тис. високоточних ПЛР-тестів. Фонд також придбав майже 1 млн. захисних масок для медучастин та підприємств України. Щоб підтримати на карантині літніх людей Києва та області, Херсона, Миколаєва, Маріуполя, була організована адресна доставка понад 20 тис. продуктових наборів;

- група "Метінвест" допомагає в боротьбі з пандемією медикаментами та обладнанням у містах присутності своїх підприємств. Наприкінці червня 2020 року Група оплатила доставку гуманітарної допомоги з Китаю. Обладнання на суму понад \$1 млн. надійшло у органи влади, медичні установи та вузи Києва і 10 областей країни. Організація авіа перельоту з Пекіна в "Бориспіль" обійшлася компанії в 7 млн. грн.

Це лише декілька прикладів успіху соціально відповідального бізнесу, а кожен новий день народжує все більше таких кейсів.

Висновки та пропозиції. Виклики для бізнесу, спричинені пандемією COVID-19, стимулювали компанії миттєво реагувати на ситуацію і впроваджувати нові КСВ-проекти задля підтримки громади. Український бізнес активно включився в боротьбу з пандемією, перераховуючи тисячі та мільйони гривень на допомогу медикам та лікарням, підтримку своїх працівників та соціально незахищених верств населення. Варто відзначити, що з року в рік зростає активність та кількість КСВ-проектів українських компаній, які спрямовані не лише на боротьбу з пандемією COVID-19.

Список використаних джерел

1. Перезовова І., Сторошук Х. Етимологія та генеза поняття "Соціальна відповідальність підприємства" - Економічний аналіз. 2020 рік. Том 30. № 1. – с.161.

2. Рейтинг роботодавців України 2019/2020 від 27.05.2020 – Режим доступу: <https://grc.ua/article/26875>

3. Global responsibility & sustainability – Режим доступу - <https://microsites.nielsen.com/globalresponsibilityreport/2021-interim-responsibility-update/>

4. КСВ – бізнес-зброя проти пандемії від 14.12.2020 – Режим доступу: <https://strategi.com.ua/event/ksv-biznes-zbroiu-protu-pandemii/>

ПРО ВІДМІННОСТІ МІЖ СОЦІАЛЬНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ БІЗНЕСУ І СОЦІАЛЬНИМ ПІДПРИЄМНИЦТВОМ

Сучасна концепція соціальної відповідальності увібрала в себе попередні теоретичні напрацювання та сформувалася як обґрунтування необхідності відповідальності бізнесу перед суспільством. Світовий досвід сформував критерії, відповідність яким дозволяє визначити компанію як соціально відповідальну. До них належать: добросовісна сплата податків; виконання вимог міжнародного, державного, регіонального законодавства; виробництво та реалізація якісної продукції; реалізація корпоративних програм з підвищення кваліфікації, охорони здоров'я, морального стимулювання працівників; реалізація благодійних і спонсорських проєктів; захист екології та ін.

Соціальна відповідальність бізнесу – це певні етичні практики, стандарти, рішення чи ініціативи компанії, які виражають відповідальне ставлення цієї ж компанії до свого персоналу, до належного виробництва свого продукту чи надання якісних послуг, до клієнтів, партнерів та всіх, на кого може вплинути діяльність самої компанії [6]. В Україні, за даними дослідження «Розвиток КСВ в Україні: 2010–2018», найпоширенішими практиками КСВ є розвиток і покращення умов праці персоналу, благодійна допомога, зокрема підтримка воїнів та мешканців зони АТО, підтримка екологічних проєктів та інвестиції в розвиток регіону. При цьому важливо зазначити, що впровадження КСВ є добровільною практикою і компанія сама вирішує, як, коли, і в який спосіб це зробити [1].

Для українців соціальна відповідальність бізнесу не є чимось зовсім новим.

Благодійність в різних формах існувала за часів Київської Русі (спорудження церковних храмів, монастирів і відкриття при них шкіл, друкарень, бібліотек, притулків, лікарень, започаткування Києво-Могилянської академії, сприяння навчанню у найкращих європейських університетах; розвиток будівництва, культури, медицини; започаткування Політехнічного інституту та ін.) [7].

На даний момент в Україні з'являються тенденції до ведення соціально відповідального бізнесу і реалізації благодійницької діяльності: діяльність компанії «НІБУЛОН» – один з показових у вітчизняних умовах приклад побудови соціально відповідального бізнесу оскільки кошти компанії ремонтуються школи та лікарні, утеплюються дитячі садки, ремонтуються дороги, відновлюється освітлення та водопостачання. Соціальна відповідальність компанії мобільного зв'язку «Київстар» реалізується в таких напрямках: відповідальність за продукт, відповідальність перед державою, розвиток персоналу, вклад у суспільство, захист природи. Компанія «Сандора» надає фінансову допомогу і вітамінну продукцію незахищеним верствам населення, підтримує талановиту молодь і молодіжні лідерські ініціативи, є спонсором і партнером у проведенні національної «Естафети незалежності». Корпорація «Оболонь» ще у 2002 році впровадила програму переробки використаних пластикових пляшок, а в 2008 році було запущено в дію виробництво кінцевого продукту (пакувальної стрічки) із цієї вторсировини. Цей екологічний проєкт у 2011 році отримав перемогу на конкурсі кращих практик із захисту навколишнього середовища, який був організований Центром розвитку КСВ.

Проведений аналіз показав, що інформація, яка міститься на офіційних сайтах більшої частини вітчизняних компаній у розділі корпоративної соціальної відповідальності, фактично є напрямками розвитку соціальної відповідальності, а не звітами. Близько ста компаній декларують власну соціальну відповідальність, причому лише 13 з них публікують звіти із СВБ і 24 компанії декларують на корпоративних веб-сайтах діяльність у 3 і більше категоріях СВБ (із дев'яти) 1 Закріплення на законодавчому рівні обов'язкового застосування нефінансових звітів (у літературі є різні визначення: нефінансові звіти, звіти про сталий розвиток, звіти про корпоративну соціальну відповідальність) – це суттєвий крок до європейських стандартів ведення бізнесу [2].

Соціальне підприємство, натомість, зобов'язується виконувати соціальну місію з самих початків свого створення. Оскільки в українському законодавстві поняття «соціальне підприємство» не існує, те, що ми говоримо, що підприємство є соціальним, є суто умовним.

Для того, щоб вважатися соціальним, підприємство повинно відповідати хоча б одному з наступних критеріїв:

- працевлаштування вразливих груп населення (ветерани АТО, ВПО, люди з інвалідністю, мешканці сільської місцевості та ін);
- частина чи весь прибуток від діяльності спрямовується на підтримання статутної діяльності ГО, БО чи БФ;
- частина чи весь прибуток виділяється на фінансування окремих видів послуг для соціально вразливих груп населення / підтримки соціальних, культурних чи спортивних заходів, проєктів [4].

Якщо для звичайного бізнесу КСВ є добровільною і необов'язково регулярною практикою, то соціальний підприємець будує свою бізнес-модель та операційну діяльність безпосередньо для досягнення соціальної мети. За своєю суттю соціальне підприємництво визначається як бізнес, покликаний розв'язувати соціальні та/або екологічні проблеми у громадах, причому в їхньому фокусі – досягнення і економічного, і соціального ефекту. На відміну від звичайної благодійності, соціальні підприємства мають сталі бізнес-моделі - ефективний інструмент сталого розвитку СП та вирішення актуальних суспільних проблем [3]. Хоча останнім часом зацікавленість вітчизняних інвесторів, компаній – донорів та благодійних інституцій, зацікавлених в інвестуванні соціальних підприємств в Україні зростає, на жаль, більшою мірою створення вітчизняних СП фінансується за рахунок іноземних фондів та організацій. Перешкодою для розвитку соціального підприємництва є необізнаність громадян щодо сутності, механізму та перспектив цього виду підприємницької діяльності [5].

Не зважаючи на принципові відмінності, між традиційним комерційним бізнесом та соціальним підприємництвом може виникнути хороша співпраця чи симбіоз. Наприклад, великий бізнес може реалізовувати свою корпоративну соціальну відповідальність, підтримуючи чи інвестуючи в малі соціальні підприємства. Такі інвестиції називають Impact-інвестуванням чи соціальним інвестуванням, тобто інвестиція в соціальний ефект – у вирішення соціальної проблеми.

Список використаних джерел

1. Деліні М.М. Показники оцінки соціально-економічної відповідальності підприємництва в Україні. Проблеми економіки, 2017. № 4. - С.263-270.
2. Дослідження “Розвиток корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) в Україні 2010-2018” <https://csr-ukraine.org/research/rozvitok-ksv-v-ukraini-2010-2018/>
3. Завадських Г. М., Тебенко В. М. Практичні аспекти становлення соціального підприємництва в Україні. БІЗНЕС ІНФОРМ, 2020. - №11.- С. 177–185.
4. Завадських Г. М., Тебенко В. М. Соціальне підприємництво як інноваційний інструмент розвитку економіки / Г. М. Завадських, В.М. Тебенко // Матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції (9-11 лютого 2021 р.). за заг. ред. Л.М. Бухаріної. Запоріжжя : ЗНУ, 2021.- С.194-199.
5. Підприємництво: соціально-економічне та інституціональне забезпечення розвитку : монографія / Л. О. Андреева, Л. О. Болтянська, М. І. Грицаєнко, Г.М. Завадських та ін. Мелітополь : Люкс, 2021. 300 с.
6. Руденко О.В., Кондратюк О.М., Горєва А.С. Соціальна відповідальність бізнесу: сутність, обліковий аспект та не фінансова звітність. Ефективна економіка, 2020.-№ 11. Режим доступу до статті: http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/11_2020/104.pdf
7. Стеценко В., Березова Ю. Корпоративна соціальна відповідальність підприємств в умовах пандемії. Галицький економічний вісник, 2020.- №2 (63).С. 243-250.

Завидівська О., д.пед.н., к.е.н., доц.,

Щоколова Є., магістрантка

Львівський державний університет фізичної культури ім. І. Боберського

ВПЛИВ COVID-19 НА СОЦІАЛЬНИЙ ПАКЕТ ПРАЦІВНИКА

Визначальним елементом соціальної відповідальності організації перед своїми працівниками є соціальний пакет. У широкому сенсі під соціальним пакетом слід розуміти

надання роботодавцем працівнику матеріальних благ у вигляді пільг, компенсацій, привілеїв та соціальних гарантій понад розмір належної йому основної заробітної плати. До складу соціального пакету включаються як базові соціальні гарантії, передбачені законодавством про працю та соціальне забезпечення, так і додаткові матеріальні блага, які роботодавець надає за власною ініціативою [1].

До соціального пакету можуть входити [2]: компенсація витрат на бензин у разі використання особистого автотранспорту, розвозка працівників на роботу і з роботи; компенсація витрат на житло (оренду житла) у випадках, не передбачених чинним законодавством; забезпечення безкоштовним харчуванням, а також компенсація витрат на харчування у випадках, не передбачених чинним законодавством; організація дозвілля (надання путівок, оплата санаторно-курортного лікування, організація туристичних поїздок, виїзних корпоративів, оплата абонементів у спортзали, басейн, квитки в театр і кіно тощо); подарунки для працівників і їх дітей на свята; медичне страхування, недержавне пенсійне страхування; можливість отримання безвідсоткової позики; оплата мобільного зв'язку; оплата навчання у випадках, не передбачених законом; надання додаткових оплачуваних днів до відпустки, зменшення тривалості робочого тижня (року); надання можливості виконувати окремі види роботи вдома, вільний (гнучкий) графік роботи.

Пандемія COVID-19 внесла свої корективи до структури соціального пакету працівника, зокрема до структури послуг медичних програм для працівників.

Так, за даними компанії *IT Assistant* [3], у 2020 році працівники компанії стали частіше звертатись за медичними послугами в розрізі набору соціального пакету, а спортивні заняття, консьерж-послуги та юридичні послуги – відійшли на другий план. До топ-3 медичних послуг входять: консультації лікарів; лабораторні дослідження, ультразвукові дослідження. Загалом кількість користувачів медичною програмою зменшилася. Проте на 50% збільшився попит на рентген органів грудної клітини та комп'ютерну томографію. Під час пандемії щомісяця: 10 з 1 000 співробітників компанії роблять рентген (середні витрати – 3 грн.); 3 з 1 000 співробітників компанії проходять комп'ютерну томографію (середні витрати – 3 грн.).

Щомісячні витрати на підтримку здоров'я працівника компанії *IT Assistant* наведені на рис. 1 [3].

Беручи до уваги компанії з інших галузей [4], прикладом оновленого соціального пакету є *Альфа-Банк Україна*.



Рис. 1. Щомісячні витрати на підтримку здоров'я працівника компанії *IT Assistant*, грн.

В першу чергу у банку піклуються про працівників, які найбільш наражаються на небезпеку зараження COVID-19. Із всього штату виділили «червону лінію» – це співробітники, чий функціонал не дозволяє працювати віддалено. Для них, у випадку контакту з особами, що мають підтверджений діагноз COVID-19, гарантують два ПЛР-тести на страховий рік. Під час карантину у банку також піклуються про ментальне здоров'я співробітників, розширивши список тем для внутрішнього навчання. На онлайн воркшопах говорять про силу імунітету, як шукати опори та ресурсу, як досягти балансу з собою. В ролі спікерів виступають спеціально запрошені досвідчені зовнішні експерти.

Інший банк – *Креді Агріколь* – витратив на боротьбу із COVID-19 близько 54 млн грн. – забезпечення щоденно масками усіх співробітників, що виходять на роботу (у відділення та офіс), тестування, організація посиленого санітарного режиму та прибирання, температурний скринінг, закупка ноутбуків на початку пандемії для організації віддаленої роботи, забезпечення транспортування у період жорсткого локдауну, закупка 3-х кисневих концентраторів для співробітників на випадок критичного кейсу, благодійна підтримка лікарень тощо.

У компанії *EPAM Ukraine*, крім вже зазначених вище привілей соціального пакету, існує можливість взяти в офісі техніку чи меблі, необхідні для роботи з дому. Восени усі отримали спеціальну стипендію для додаткового облаштування комфортного робочого місця вдома. А наприкінці року вся команда працівників отримала новорічний бонус, який раніше не надавався. У компанії відмовилися від очних зустрічей, подій і святкування.

Отже, пандемія звісно мала вплив на зміни бюджетування соціальних пакетів у компаніях, проте роботодавці намагаються надати максимальне страхове забезпечення для працівників та організувати безпечні умови праці для кожного.

Список використаних джерел

1. Завидівська О. І. Соціальний пакет працівника: роль, місце та значення в системі мотивації праці. *Економічні науки, інновації в економіці, проблеми розвитку цифрової економіки* : зб. тез Всеукр. наук.-практ. конф., 11–15 трав. 2020 р. Житомир : ДУ «Житомирська Політехніка», 2020. С. 462.

2. Калашникова Л., Нестеренко М. Соцпакет: де йому місце? Податки & бухоблік. 2017. № 82. URL : <https://i.factor.ua/ukr/journals/nibu/2017/october/issue-82/article-31140.html> (дата звернення: 28.09.2021).

3. Гончаренко К. Соціальний пакет: реалії 2020. Статистичні дані IT Assistant. URL : <https://prohr.rabota.ua/sotsialniy-paket-realiyi-2020-statistichni-dani-it-assistant> (дата звернення: 20.10.2021).

4. Соціальний пакет 2020-2021: як ТОП-компанії піклуються про співробітників під час пандемії. URL : <https://grc.ua/article/28460> (дата звернення: 30.10.2021).

Захарова О., д.е.н., професор

Худєєва К., студент

Черкаський державний технологічний університет
м. Черкаси, Україна

СТРАТЕГІЇ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

Змістовне навантаження терміну «корпоративна соціальна відповідальність» кожен науковець, який працює у цій сфері, трактує по різному. Для одних дослідників він обмежується лише юридичною або матеріальною межами, для інших – означає етичні рамки поведінки бізнесу, треті трактують його у значенні «відповідальний за...», соціально свідомий, «усвідомлений» або прирівнюють виключно до потоків благодійних внесків. Через це можна стверджувати, що термін «корпоративна соціальна відповідальність» за змістом є неоднозначним як в теорії, так і на практиці.

Образно можна порівняти корпоративну соціальну відповідальність із хамелеоном, який змінює свій колір відповідно до контексту. У розвиненій економіці вона набуває форми стійкості та/або філантропії, тоді як у країнах, що розвиваються, вона говорить мовою релігії, політики.

Корпоративна соціальна відповідальність виступає надзвичайно важливою складовою гармонійного розвитку сучасного світу, що пов'язано з поширенням ознак глобалізації та її впливом на роль корпорацій у суспільстві, завдяки чому такі поняття, як «справедлива торгівля», «рівне ставлення», «екологічне виробництво» та «зелене споживання» були інтегрованими в ціннісну політику бізнесу.

Перші прояви корпоративної соціальної відповідальності згадуються після Першої світової війни, коли керівники підприємств у розвинених країнах світу почали дотримуватися певних практик соціальної відповідальності. З наукової точки зору ідея корпоративної соціальної відповідальності отримала поширення в 50-60-х роках ХХ ст., а її засновником вважається Г. Боуен (Howard R. Bowen), який у 1953 р. вперше сформулював сутність цього поняття та визначив рамки концепції, які, не зважаючи на періодичну критику та сумніви скептиків щодо користі частої практики для самих компаній, залишаються незмінними і дотепер.

Корпоративна соціальна відповідальність деякими авторами визначається як «соціальний обов'язок» бізнесу здійснювати цю політику при прийнятті рішень і діяти відповідно до

цінностей, прийнятих у суспільстві. Разом із тим багато вчених погоджуються, що соціальна відповідальність втілює людські цінності, безпосередньо спрямовані на користь організації, яка формується на підґрунті безперервного навчання.

Отже, питання про зміст та процедури корпоративної соціальної відповідальності залишається дискусійним, однак думки теоретиків та практиків зміщуються на питання, що визначають розміри інвестицій у цю сферу компаніями та обґрунтовують види змін від її поширення.

Компанії, що впроваджують у свою діяльність концепцію корпоративної соціальної відповідальності з метою підвищення прибутковості, використовують декілька стратегій: зворотну стратегію, метою якої є підтвердження прихильності людей, які в ній працюють; стратегію зовнішнього ризику, що спрямована на підвищення репутації компанії та зростання бренду роботодавця на ринку; стратегію інтегрованої відкритої системи, яка об'єднує зусилля компаній для просування передового досвіду та позитивних змін по всьому комерційному ланцюгу [1-2]. Водночас відсутність чіткої аргументації щодо стратегії стримує представників бізнесу від поширення принципи корпоративної соціальної відповідальності.

Тож можемо зробити висновки, корпоративна соціальна відповідальність наскільки різностороння, що кожен трактує її по своєму. Але потрібно знати одне, що ця відповідальність важлива та потрібна кожному підприємству, організації, людині та навіть країні.

Корпоративна соціальна відповідальність у розвинених країнах світу давно укорінилася. Сьогодні до них приєднуються лідери вітчизняного бізнесу, щоб стати соціально-відповідальним бізнесом. Для того щоб виділити кошти на соціальну ініціативу, що принесуть стійкі результати іміджу бізнесу, компанії повинні перейти до побудови своєї стратегії. Тут відкриваються широкі перспективи об'єднання зусиль компаній, організацій громадянського суспільства, фондів, ЗМІ та держави.

Негайна вигода для бізнесу від впровадження корпоративної соціальної відповідальності - створення стабільного бізнес-середовища, зниження операційних ризиків, зростання фінансових показників та продажів, збільшення продуктивності, зниження витрат на підбір персоналу і так далі.

Корпоративна соціальна відповідальність сьогодні є невід'ємною частиною великих корпорацій, тому кожен підприємець має задуматися: чи робить він свій внесок у суспільне життя країни чи світу? Добрі справи не складні, ви можете вибрати варіант, який підходить вашій команді. Не бійтеся експериментувати.

Список використаних джерел

1. Mitra, N. Impact of strategic management, corporate social responsibility on firm performance in the post mandate period: evidence from India. *Int J Corporate Soc Responsibility* 6, 3 (2021). URL: <https://doi.org/10.1186/s40991-020-00052-4>.

2. Žukauskas P., Vveinhardt J., Andriukaitienė R. Corporate Social Responsibility as the Organization's Commitment against Stakeholders. *Management Culture and Corporate Social Responsibility*. IntechOpen, DOI: 10.5772/intechopen.70625. URL: <https://www.intechopen.com/chapters/58883>.

Збиранник О., старш. викладач

кафедри бізнес адміністрування, маркетингу і туризму

Кременчуцький національний університет імені М. Остроградського

МОЗКОВИЙ ШТУРМ В БІЗНЕСІ ЯК НЕОБХІДНІСТЬ БОРОТЬБИ ЗА ПОКУПЦЯ

Природа конкуренції передбачає необхідність постійної боротьби за свого покупця. Щоб виграти в цьому змаганні, компанії повинні регулярно придумувати і реалізовувати інноваційні ідеї в продуктах, сервісах, стратегіях і бізнес моделях.

Для того, щоб диференціюватися, а не копіювати конкурентів, стає корисною креативність із застосуванням інструментів, які стимулюють дивергентне мислення. Один з найбільш відомих інструментів – «мозковий шторм», який часто застосовують для пошуку нових ідей. Але не кожен

мозковий штурм ефективний.

Коли в кімнаті для обговорення збираються люди які розділяють однакові цінності, працюють в одній компанії, володіють однаковими професійними стереотипами (експертизою в ринку) є високий ризик зациклення на ідеях які і так вже усім відомі.

Для ефективного мозкового штурму і стимулювання дивергентного мислення, рекомендується використовувати спеціальні техніки [1]:

1. Метод «Аналогій» простий і високоефективний інструмент – пошук ідей з інших ринків, технологій, видів бізнесу, які можуть бути адаптовані для використання в компанії. Для стимулювання процесу використовують «Карти аналогій» – набори карток, які містять приклади з різних сфер життя і бізнесу. Завдання команди методом перебору і обговорення прикладів сформулювати якомога більше ідей для своєї компанії.

2. Метод «Від зворотного». Завдання методу, перевернути «з ніг на голову» уявлення о прийнятих стандартах, знайти «дикі», нестандартні ідеї.

3. Метод «Найшвидший шлях до провалу». Завдання методу поставити вас на місце споживача і подумати про продукт з його точки зору:

- придумуємо ідеї які зроблять досвід використання вашого продукту або сервісу нестерпним для клієнта;
- на кожен негативну ідею створюємо контр-ідеї які роблять продукт класним в очах клієнта.

Але як з них вибрати кращі. Можливо підвищити ефективність відбору ідей і знизити ризик появи типових помилок:

1. Мультиголосування. Кожен учасник індивідуально відбирає 3-5 ідей які він бачить перспективними і маркує їх за допомогою стікерів. TOP 5 ідей, які наберуть більше голосів групи використовуються для подальшої роботи.

2. Now-Now-Wow метод. Простий інструмент який дозволяє систематизувати ідеї за трьома групами:

Now - ідеї, які ми можемо реалізувати в найближчі 6-12 місяців і знаємо як. Часто це не революційні ідеї, але дозволяють зробити помітні поліпшення в процесах або продуктах.

WoW - ідеї, які надихають, але на їх реалізацію потрібно час, ресурси, ринкові умови. Як правило, такі ідеї виводяться в інвестиційні проекти і розглядаються в перспективі 12-36 місяців.

Now - ідея виглядає багатообіцяючою, але ми можемо не знати як технічно її реалізувати. Потрібен час, знання, доступ до технологій. Можуть виділятися як довгострокові R & D проекти так і запускатися в форматі стартапів.

3. Критеріальні матриці. Для відбору ідей створюються матриці показників які синхронізовані зі стратегічними цілями компанії. Кожному показнику присвоюється ваговий коефіцієнт. Відібрані ідеї ранжуються за набраними балами.

4. Латеральне мислення. (Метод шести капелюхів Де Боно). Дозволяє різнобічно оцінити ідею. Для обговорення група використовує модель ролей:

– синій капелюх (1 людина) – відповідає за процес дискусії, щоб він проходив в рамках методу.

– білий капелюх: вивчаємо факти і цифри. Завдання зібрати якомога більше достовірної інформації, яка може служити для раціональної оцінки.

– червоний капелюх: висловлюємо своє емоційне ставлення до ідей. Якщо ідея нам внутрішньо не подобається, то ми не повинні замовчувати від цього, тому що в подальшому це буде породжувати внутрішні конфлікти і знижувати залученість.

– чорний капелюх: критичне мислення. Завдання групи знайти недоліки в ідеях.

– жовтий капелюх: пошук рішень, переваг які компенсують недоліки.

– зелений капелюх: зібрати воедино свої думки і створити модифікацію ідеї на основі даних, відносин, ризиків і можливостей які були обговорені.

Це далеко не всі методи, які можуть використовуватися для досягнення результатів в мозкових штурмах. Але важливо пам'ятати, що головне правило успішного мозкового штурму – не критикувати ідеї. Адже кожна, навіть «дика» ідея, може стати основою для створення проривного рішення.

Список використаних джерел

1. І-М.О. Принь. Застосування методу «мозкового штурму» при підвищенні якості підготовки менеджерів: веб-сайт. URL: <http://ir.lib.vntu.edu.ua/> / (дата звернення 14.11.2021).

Лопушинська О., PhD з менеджменту
Логінська І., магістрант
Полтавський державний аграрний університет

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ЕЛЕМЕНТ ЕФЕКТИВНОГО КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ: ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ

Інтеграція вітчизняного бізнесу до світової економічної системи та його розвиток ставить перед українськими компаніями нові завдання. Вони пов'язані з активізацією процесів у сфері соціальної відповідальності в країні. Бізнес не може існувати окремо від суспільства, так як він сам є його невід'ємною частиною. Соціальна спрямованість підприємств може мати значно більший ефект та системний характер, якщо соціальна відповідальність бізнесу буде одним із елементів стратегічного управління підприємством.

Класичне визначення корпоративної соціальної відповідальності наводить Ф. Котлер: «Корпоративна соціальна відповідальність – це вільний вибір компанії на користь зобов'язання підвищувати добробут суспільства, реалізуючи відповідні підходи до ведення бізнесу і виділяючи корпоративні ресурси» [1].

Згідно Міжнародного стандарту ISO 26000 «Керівництво з соціальної відповідальності», соціальна відповідальність – це відповідальність організації за вплив її рішень та діяльності на суспільство і навколишнє середовище через прозору і етичну поведінку, яка:

сприяє стійкому розвитку, викликаючи здоров'я і добробут;

враховує очікування зацікавлених сторін;

відповідає діючому законодавству і узгоджується відповідними нормами поведінки;

інтегрована в діяльність всієї організації і застосовується у її взаєминах з різними групами стейкхолдерів [2, с.15].

Отже, під терміном корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) слід розуміти відповідальність компанії за прямий та опосередкований вплив її рішень та діяльності на суспільство і навколишнє середовище за допомогою реалізації відповідних підходів до ведення бізнесу.

КСВ українських агропродовольчих підприємств тісно пов'язана з:

зовнішнім середовищем (сплата податків в повній мірі, створенні робочих місць, охорона навколишнього середовища, меценатство та благодійність, допомога громаді, виготовлення якісної продукції за помірними цінами тощо);

внутрішнім середовищем (створення належних умов праці, забезпечення працівників гідною заробітною платою, забезпечення працівників додатковими благами у вигляді медичного страхування, абонементу до спортивного залу, задоволення їх культурного і професійного розвитку тощо) [3].

Чудовим прикладом застосування на підприємстві стратегії корпоративної соціальної відповідальності може бути підприємство ТОВ «Укролія», яке працює на ринку 20 років і здобула значний досвід у виробництві традиційної соняшникової олії та експортує свою продукцію в більш ніж 50 країн світу.

Стратегія корпоративної соціальної відповідальності компанії ТОВ «Укролія» поширюється на чотири ключові сфери (рис. 1) [4].

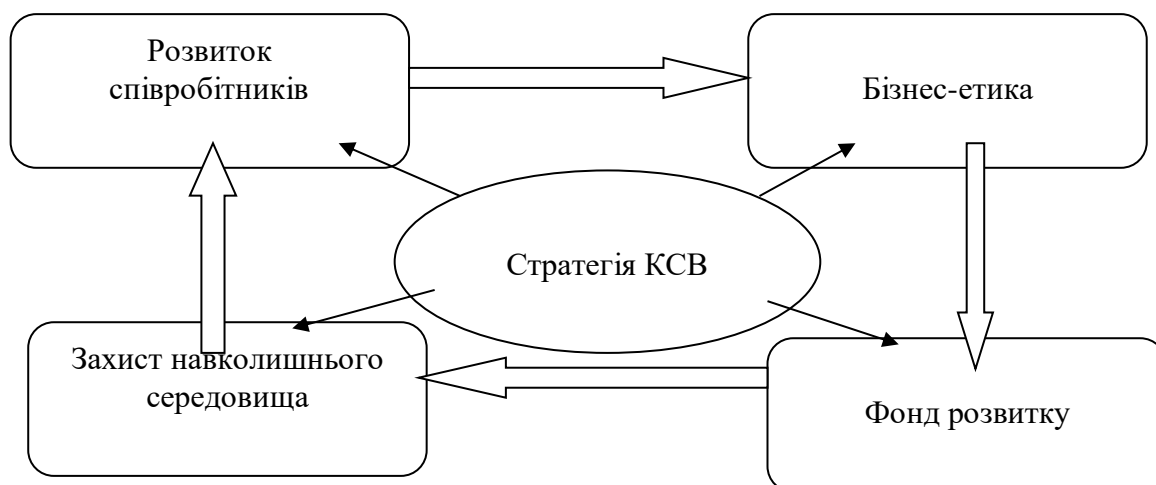


Рис. 1. Напрями стратегії корпоративної соціальної відповідальності ТОВ «Укролія»

1. Розвиток співробітників – створення сприятливих умов для самореалізації та розвитку співробітників;

2. Бізнес-етика – формування бізнес-екосистеми, до якої залучені агропідприємства, постачальники насіння, логісти, консалтери, фінансові установи, дистриб'ютори і рітейлери з метою створення додаткової цінності продукту для кінцевого споживача;

3. Захист навколишнього середовища – під час будівництва заводів було реалізовано кілька проектів, які допомагають підприємству «жити» в гармонії з природою Полтавщини;

4. Фонд розвитку – спільний з ПП «Агроекологія» проект розвитку «Ми органічні». Створення сприятливих умов для реалізації освітніх програм, які стануть основним засобом комунікації з суспільством з метою заохочення населення до споживання органічних продуктів і ведення здорового способу життя [4].

Таким чином, корпоративна соціальна відповідальність підприємства сприяє не тільки покращенню іміджу підприємства, але і забезпечує конкурентну перевагу на довгострокову перспективу. КСВ переважної більшості вітчизняних агропродовольчих підприємств характеризуються поодинокими випадками її реалізації та ситуаційним характером, що пов'язано з відсутністю в достатній кількості грошових коштів, небажанні змінюватися, відсутності знань в даному напрямку тощо. Разом з тим, на українському ринку існують й успішні приклади вдало реалізованої стратегії корпоративної соціальної відповідальності. Розглянутий приклад ТОВ «Укролія» свідчить про те, що соціальна спрямованість буде більш ефективною, якщо соціальна відповідальність бізнесу буде включена у стратегію управління підприємством.

Список використаних джерел

1. Котлер Ф., Н. Лі. Корпоративна соціальна відповідальність. Як зробити якомога більше добра для вашої компанії та суспільства / Пер. з англ. С. Яринич. К. : Стандарт, 2005. 302 с.
2. Олійник О.О. Соціальна відповідальність: Навч. посіб. Рівне: НУВГП, 2016. 222 с.
3. Лопушинська О. В., Шамрай В. Г. Мотивація персоналу: секрет успіху Apple. Матеріали студентської наукової конференції, 27 вересня 2018 року, Полтава. ПДАА. С. 188-189
4. Офіційний сайт ТОВ «Укролія». URL: <https://www.ukroliya.com/uk/filosofia/>

Матюк Л., викладач вищої категорії
Бартошик А., студентка 31-БО групи
 ВСП «Любешівський ТФК Луцького НТУ»

СОЦІАЛЬНЕ УПРАВЛІННЯ КОРПОРАЦІЯМИ

Вступ. Соціальна відповідальність бізнесу — це відповідальність тих, хто приймає бізнес-рішення, за тих, на кого безпосередньо чи опосередковано ці рішення впливають. Соціальна відповідальність — це концепція, що заохочує компанії враховувати інтереси суспільства,

беручи на себе відповідальність за вплив діяльності компанії на споживачів, стейкхолдерів, працівників, громади та довкілля в усіх аспектах своєї діяльності. [1]

Основна частина. Питання розвитку корпоративне управління в останні роки широко обговорювати у міжнародному і вітчизняному бізнес-середовищі. На формування представленого підходу до розуміння та вирішення викладених в даній статті питань найбільший вплив чинили роботи наступних науковців: Бельтюкова Е.А., Волкової В.М., Спіфанова А.А., Жданова С.А., Кірейцева Г.Т., Ковальова О.І., Ковальова В.В., О.П.Крайника, Кудрявцевої А.А., Масахіто А., Могілевського С.Д., Стоянової Е.С., Функа Я.І. та інших.

Однією з головних та важливіших проблем, на нашу думку, є багатогранність поняття “корпоративне управління” та не розуміння багатьма директорами українських підприємств важливості сукупності усіх “граней”, адже тільки в такому разі можна говорити про ефективне використання корпоративного управління. [2]

Серед ключових проблем у розвитку корпоративного управління в Україні, на наш погляд, варто зазначити: проблеми у напрямі правового забезпечення розвитку корпоративного управління;

- проблеми зв’язані із захистом прав акціонерів;
- проблеми вдосконалення системи розкриття інформації про діяльність АТ
- ;• проблеми у напрямку формування та розвитку культури корпоративного
- управління.

Отже, ми вважаємо необхідним враховувати наступні тлумачення поняття корпоративного управління:

1. Згідно з визначенням Світового банку, корпоративне управління (Corporate Governance) – це система виробничих та призначених органів, які здійснюють управління діяльністю відкритих акціонерних товариств, що відображає баланс інтересів власників і спрямована на забезпечення максимально можливого прибутку від усіх видів діяльності відкритого акціонерного товариства в межах норм чинного законодавства

. 2. Згідно законодавства, корпоративне управління – це вид господарського управління корпоративними об’єднаннями, основними функціями якого є стратегічне планування розвитку входових в корпорацію господарських одиниць та корпорації в цілому, досягнення конкурентних переваг на ринках нової продукції та традиційних ринках, забезпечення стійкого зростання продуктивності труда, вдосконалення організаційної структури корпорації та комунікаційних відношень між її елементами та зведення їх в відповідність зі змінами у сфері виробництва та умовами ринку.

3. Згідно з “Принципами корпоративного управління України”, у широкому розумінні, корпоративне управління розглядається як система, за допомогою якої спрямовують та контролюють діяльність товариства.

Таким чином, в разі ефективного впровадження корпоративного управління, воно повинно виконувати наступні дуже важливі для сучасного виробництва комунікаційні функції, координувати виробничі зв’язки підприємств, які входять до корпорації, фінансові розрахунки між ними, управляти процесами інвестування, добиватися зростання якості продукції, виробляти необхідну кооперацію виробництва, впроваджувати раціональну спеціалізацію підприємства. [3]

Висновки та пропозиції. Однак, розуміння сутності корпоративного управління далеко не єдина проблема сучасних корпорацій. Так, однією з гострих проблем є створення механізмів ефективного захисту прав та законних інтересів акціонерів, особливо дрібних. Річ у тому, що “проблема корпоративного управління полягає у вирішенні питання нагляду і контролю за діяльністю управлінського персоналу в умовах, коли функції управління та володіння корпорацією знаходиться у певному протиріччі в силу “розпорошеності” акціонерного капіталу”(Колін Мейер - професор Оксфордського університету). За умов, коли одні особи володіють підприємством, а інші – ним управляють, питання захисту прав інвесторів та запровадження належного контролю за діяльністю осіб, які використовують отримані підприємством інвестиції, набувають надзвичайної актуальності. Те, що в Україні заплющують очі та намагаються не помічати цієї проблеми, на практиці призводить до зловживань менеджерів та чисельних порушень прав інвесторів, що, в свою чергу, негативно впливає на розвиток інвестиційних процесів, інвестиційний клімат та імідж країни

Список використаних джерел

1. Мальська М. П., Мандюк Н. Л., Занько Ю. С.
2. Віктор Горбатенко “Боротьба за місце під сонцем, або формування “ефективного” власника по-українськи” // Круглий стіл №1-2(4-5)січень-лютий 2003 - с.4-63
3. Ірина Коцько ““Незалежний директор” - примха чи необхідність” // Круглий стіл №1-2(4-5)січень-лютий 2003 - с. 7-1

Матюк Л., викладач вищої категорії
Баргошик Б., студентка 31-БО групи
 ВСП «Любешівський ТФК Луцького НТУ»

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ ТА КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА

Вступ. Для розвитку цивілізованих суспільних відносин важливим є формування паритету інтересів бізнесу, держави та суспільства. Важливим інструментарієм побудови партнерських відносин у вирішенні нагальних питань слугує механізм соціальної відповідальності

Основна частина. Починаючи з 2006 р. в Україні функціонує національна мережа компаній та організацій, які задекларували себе учасниками Глобального договору ООН, принципи якого торкаються дотримання прав людини, трудових відносин, протидії корупції, корпоративної етики тощо.[1]

Ідея корпоративної соціальної відповідальності набула закінченого вигляду декілька десятків років тому, коли на всесвітньому економічному форумі в Давосі Генеральний секретар ООН Кофі Анон звернувся до лідерів найбільших компаній світу із закликом приєднатися до міжнародної ініціативи — Глобального договору — в рамках якого створюються умови для співпраці бізнесу з установами ООН, профспілками, неурядовими організаціями для втілення в життя загальних принципів соціальної рівності та збереження довкілля.

Спираючись на перевагу спільних дій, Глобальний договір поставив завдання розвитку принципів соціальної відповідальності бізнесу, забезпечення його участі у вирішенні найгостріших проблем глобалізації. Таким чином, приватний бізнес, приєднавшись до договору в співпраці з іншими соціальними партнерами, зможе сприяти реалізації ідеї формування стійкої і відкритої глобальної економіки.

Соціальна відповідальність бізнесу — це відповідальність тих, хто приймає бізнес-рішення, за тих, на кого безпосередньо чи опосередковано ці рішення впливають. Соціальна відповідальність — це концепція, що заохочує компанії враховувати інтереси суспільства, беручи на себе відповідальність за вплив діяльності компанії на споживачів, працівників, громади та довкілля в усіх аспектах своєї діяльності.[2]

Соціальна відповідальність бізнесу є добровільною діяльністю компаній приватного і державного секторів, спрямованою на дотримання високих стандартів операційної та виробничої діяльності, соціальних стандартів та якості роботи з персоналом, мінімізацію шкідливого впливу на довкілля тощо, з метою вирівнювання наявних економічних і соціальних диспропорцій; створення довірливих взаємовідносин між бізнесом, суспільством і державою; покращення результативності бізнесу та показників прибутковості у довгостроковому періоді.

Соціальна відповідальність бізнесу поширена серед країн Європи. В одних країнах вона інтегрована в громадську політику (Данія, Франція, Фінляндія, Швеція), в інших — соціально відповідальні практики є виключно прерогативами компаній (Греція, Ірландія, Нідерланди, Словенія). В Європейському Союзі основна роль СВБ полягає у підтримці сталого розвитку компаній, що призводить до покращення ситуації на ринку праці, а також якості продуктів і послуг, що надаються компаніями (Комюніке Європейської Комісії, 2006).[3]

Висновки та пропозиції. Отже, соціальна відповідальність бізнесу в Україні перебуває в стадії становлення. Найактивнішими у цій сфері є, насамперед, представництва іноземних компаній, які переносять на українське підгрунтя сучасні світові практики, принципи і стандарти, а також великі та малі вітчизняні підприємства й організації, які удосконалюють свою діяльність на засадах концепцій Загального управління якістю.

Список використаних джерел

1. <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5186>
2. <https://chmnu.edu.ua/wp-content/uploads/2019/07/Byelyalov-T.E.-Korin-I.-V..pdf>
3. <http://econjournal.vsau.org/files/pdfa/2114.pdf>

Матюк Л., викладач вищої категорії
Романюк Н., студент 43-ТМ групи
 ВСП «Любешівський ТФК Луцького НТУ»

СТВОРЕННЯ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ

Вступ. Жодна компанія не може існувати без власної культури. Вона виникне в процесі становлення роботи, якщо її свідомо не створювати. Від того, як сформується корпоративна культура залежить залученість співробітників, імідж компанії. В сучасних умовах ринку це важливо – успішним є тільки клієнтоорієнтований, відкритий і впізнаваний бізнес.

Основна частина. Корпоративна культура - це набір підтримуваних організацією основоположних цінностей і стандартів, переконань, етичних норм, очікувань, які бездоказово приймаються більшістю співробітників, задають людям орієнтири їх діяльності і визначають спосіб об'єднання і узгодженість дій управлінської ланки, структурних одиниць і окремих співробітників.

Складовими елементами корпоративної культури є:

4. Організаційні:
 - система лідерства;
 - норми поведінки;
 - формування робочого процесу;
 - способи вирішення конфліктів;
 - система комунікацій;
 - корпоративний стиль.

Сюди входять ситуації, з якими персонал стикається кожен день. В який час приходити і залишати робоче місце, чи є право відлучатися з робочого місця, як одягатися, як спілкуватися з колегами. Якщо ці правила для співробітника неприйнятні або стомлюючі, працювати він не зможе.

5. Ідейні:
 - традиції;
 - особистісні цінності;
 - цінності компанії;
 - вектор розвитку.

Наприклад, філософія установи передбачає здоровий спосіб життя, а новий співробітник не любить спорт. Йому і колективу некомфортно один з одним – у них різні цінності[1].

Навіщо потрібна корпоративна культура? Завдання кожної організації – створювати корпоративну культуру, яка дозволяє персоналу відчувати себе комфортно не на словах, а на практиці. Задоволений співробітник – це безкоштовна реклама, яка приваблює нових співробітників і клієнтів.

Ключові фактори, що впливають на формування корпоративної культури компанії:

- особистість керівника;
- сфера бізнесу;
- особливості технології,
- норми і вимоги середовища;
- етап розвитку компанії [2].

Створити внутрішню культуру, де кожен співробітник буде вкладати всі сили в спільну мету компанії, непросто. Я зібрав декілька порад щодо створення корпоративної культури.

1. Організовувати. Підходити до створення корпоративної культури варто як до проекту

побудови бренду або розробки продукту. Внутрішня культура організації – потужний маркетинговий інструмент. Якщо її розвивати, бажаючих працювати буде достатньо.

2. Ніколи не зупиняйтесь. Коли здається, що весь колектив задоволений станом справ, не забувайте – можна ще краще. Шукайте ідеї, надихайтесь великими компаніями. Google хороший приклад зростання і турботи про співробітників.

3. Важливість кожного. Дайте персоналу можливість щось змінити, стати частиною проекту. Вони допоможуть зрозуміти, який тип краще підходить вашій організації. Співробітники повинні відчувати себе не гвинтиками великої машини, а її творцями.

4. Правильно сформульована мета. Працювати хочеться заради глобальних цілей. Знаєте, яка мета в Google? «Організувати всю наявну в світі інформацію, зробивши її доступною та зручною для використання в універсальному масштабі». Заради цього хочеться працювати і бути значущим в світовому контексті.

5. Підвищувати ефективність роботи. Карати співробітника, який помиляється і не говорити про це – чинити врозріз зі спільними інтересами.

6. Свобода і довіра. Якщо відхилити всі ідеї і пропозиції колег, мало хто захоче в майбутньому розвивати компанію. Співпраця, побудована на відкритості і довірі, дає набагато кращі результати.

7. Наймати тих, хто вам підходить. Порада здається банальною. Але на практиці вибрати досвідченого кандидата, котрий поділяє цінності організації, складно. Тут важлива не тільки робота відділу HR, а й усього колективу[3].

Також хочу виділити функції корпоративної культури:

- формування іміджу організації;
- створення мотивації для колективу;
- підвищення залученості;
- підвищення значущості співробітників;
- допомога новим працівникам в адаптації та онбордингу;
- формування норм поведінки, які допомагають ефективно управляти компанією;
- упорядкування роботи відділів[4].

Висновки. Отже завдання кожної організації – створювати корпоративну культуру, яка дозволяє персоналу відчувати себе комфортно не на словах, а на практиці. Задоволений співробітник – це безкоштовна реклама, яка приваблює нових співробітників і клієнтів. Позитивна культура вирішує багато завдань, але спочатку потрібно створити її такою. Орієнтуйтеся на успіх інших компаній, але не забувайте про персонал і специфіку свого бізнесу. Науковою новизною є доведення того, що корпоративна культура в системі управління підприємством є стратегією майбутнього і яка забезпечує ефективне функціонування організації.

Список використаних джерел

1. Чернявський А. Д. Корпоративне управління [Текст] : навч. посіб. – МАУП, 2007. – 208 с.
2. Рудинская Е. В., Яремович С. А. Корпоративний менеджмент [Текст] : учеб пособие. – К.: КНТ, Ольга-Н, 2008. – 416 с.
3. Створення корпоративної культури [Електронний ресурс] . Режим доступу: <https://hurma.work/blog/stvorennya-korporativnoyi-kulturi/amp/>
4. Основи формування корпоративної культури [Електронний ресурс] . Режим доступу: https://stud.com.ua/26213/menedzhment/stvorennya_korporativnoyi_kulturi

Миколайчук І., к. е. н., доц.,
Антонюк І., здобувач вищої освіти
 факультету торгівлі та маркетингу,
 Київський національний торговельно-економічний університет,
 м.Київ, Україна

СИНЕРГІЯ КОМУНІКАЦІЙНОЇ ВЗАЄМОДІЇ HR ТА PR-ФАХІВЦІВ

З початком всесвітньої пандемії, викликаній COVID-19, інструменти зв'язків із громадськістю (PR) стали незамінними в практиці будь-якої компанії. З досвіду великих корпорацій HR-маркетинг виокремлюється в конкретну важливу функцію та стає одним із важливих та актуальних стратегічних завдань керівників, що демонструє ефективність PR у внутрішніх комунікаціях. За даними опитування фахівці багатьох закордонних та вітчизняних компаній у 2020 році з переходом на віддалений режим роботи 64% внесли зміни до систем внутрішньої комунікації та 59% переглянули традиційні інструменти активізації роботи команд.

Реальність успішного ведення сучасного бізнесу постійно змінюється – внаслідок глобальних змін. Відбуваються відповідна трансформації у підходах до формування ефективних комунікацій у внутрішньому середовищі компанії. HR-фахівці озброюються онлайн-інструментами, якими по суті професійно володіють PR-професіонали. В свою чергу, вони застосовувати різноманітні прийоми, що посилюють результативність HR-функції. Зростає попит на HR-фахівців, які використовують стратегії маркетингу, спрямовані на поліпшення бренду роботодавця. Саме вони позиціонують свою компанію як найкраще місце для роботи, щоб залучити нові таланти та утримувати кращих співробітників [1].

В сучасних компаніях часто відсутня синергія комунікацій між HR- та PR- підрозділами. Наприклад, для рекрутингу HR використовує можливі рекламні ресурси для закриття вакансії, при цьому PR працює над іміджем компанії без взаємодії з HR, хоча вони працюють у напрямі реалізації спільних цілей. Такі фахівці в команді можуть призвести компанію до гарних результатів та підвищити її продуктивність. в тандемі можуть давати найкращий результат. По суті HR-фахівці несуть відповідальність за роботу з людьми, а PR – за інформацію та комунікації. Об'єднання їх зусиль може значно зекономити бюджети компаній, якщо PR подбає про доступ до нових зовнішніх каналів для HR, додаткові інструменти для мотивації (партнерські програми та подарунки) та правильні меседжі.

З того, що доступно кожному HR-у, можна виділити інтеграцію таких ключових меседжів (рис. 1). Для отримання синергетичного ефекту між PR та HR-функціями поширюються канали онлайн-комунікації з співробітниками. Головною метою діяльності кожної сучасної компанії є збільшення кількості каналів комунікації. PR-професіонали повинні майстерно володіти інструментами розвитку спільноти, а саме – веденням та правильним спілкуванням через блоги, форуми, чати, соціальні мережі. Завдяки цим каналам – Telegram, Instagram, Facebook легко доносити інформацію, збирати зворотний зв'язок та концентрувати навколо бренду компанії професіоналів на ринку. Завдяки Telegram можна швидко отримати зворотній зв'язок, завдяки опитуванням отримувати або пересилати фото-, відео- матеріали вихідної якості. Через Instagram легко запускати сторіз-флешмоби співробітників та поширювати назву компанії у професійних колах.

Завдяки розвитку соціальних мереж можна активно обмінюватися ідеями та коментарями, створювати корпоративні маски, проводити прямі ефіри.

У Facebook як «культурий бренд соціальних мереж», за словами М.Цукерберга, активно сприймаються інтерв'ю та коментарі співробітників, можна завантажувати відео-файли без обмеження хронометражу, репостити матеріали у стрічку із збереженням візуалу першоджерела. Тенденції розвитку компанії та її зосередженість на віртуальному «метасвіті», наповненому цифровими аватарами для спілкування споживачів, купівлі товарів та ігор призвели до рішення змінити назву на «Meta», що активно також обговорюється HR-фахівцями [3].

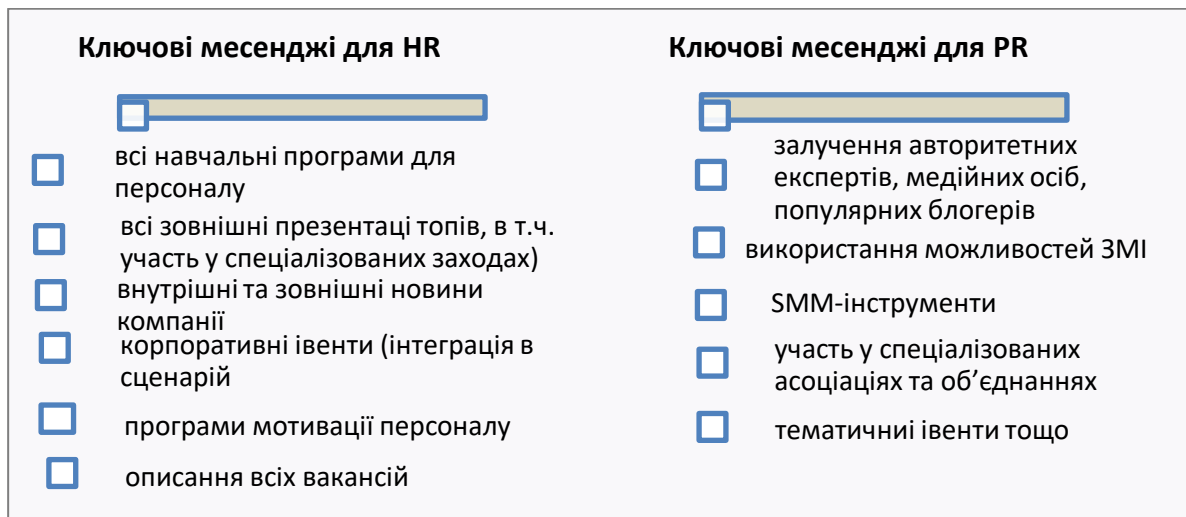


Рис. 1. Інтеграція ключових месенджів у співпраці HR- та PR-фахівців

Джерело: [2]

Для створення враження справжнього спілкування у соціальних мережах варто рекламувати співробітників, знімати з ними відео, цитувати їх, адже у кожній компанії, у кожного бренду є агенти змін, що позитивно впливають на мікроклімат. HR може знайти лояльних лідерів та допомогти їм професійно розвиватися. Зміцнити лояльність ключових співробітників допоможуть такі PR-інструменти як пости, статті, коментарі, а також виступи. Пост, викладений на особистій сторінці співробітника, частіше дає більше реакцій, ніж аналогічний матеріал від імені бренду. Також «фідбек» під публікаціями «запалює» співробітників на подальшу продуктивну роботу.

Внаслідок «коронакризи» PR-фахівці працюють над створенням нових стратегій. У часи онлайн комунікацій немає змоги вийти у «meeting room» та вирішити питання. Поетапний старт активностей, спланований на місяць, два чи три дає синергетичний ефект. Різноманітні механіки у каналах приваблюють вторинну аудиторію, що дає приріст охоплення та збільшення знання про бренд.

Отже, безліч інструментів із сфери PR з залучені у функціонал HR спеціалістів у великих компаніях задля підвищення ефективності комунікацій між співробітниками та із адміністрацією.

Список використаних джерел

1. HR-маркетинг: що це та навіщо він потрібен. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://hurma.work/blog/hr-marketing-shho-cze-ta-navishho-vin-potriben/>
2. HR та PR: топ-3 помилок та важливі інструменти [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://prohr.rabota.ua/hr-ta-pr-top-3-pomilok-ta-vazhlivi-instrumenti/>
3. Meta: Цукерберг оголосив нову назву компанії Facebook [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.radiosvoboda.org/a/news-meta-nova-naza-facebook/31534316.html>

Мисик В., аспірантка

Національний університет «Львівська політехніка», м. Львів, Україна

САМОМОТИВАЦІЯ ЯК НЕВІД'ЄМНИЙ ЕЛЕМЕНТ ДИСТАНЦІЙНОГО РОБОЧОГО ПРОЦЕСУ ІВЕНТ-МЕНЕДЖЕРА

Онлайн робота вважається однією з мегатрендів, що позначають процес перетворення індустріально-економічного суспільства на таке, що засноване на знаннях та інформації. Проте, незважаючи на зручність даного способу бізнес-комунікацій, межі між професійним та особистим життям поступово стираються. Багато з тих, хто працює у творчих сферах, стають дедалі незалежнішими, будь то штатні співробітники, які працюють на компанію, проте вдома,

або фрілансери, які теж працюють в онлайн режимі, але вже на себе.

Особливо це стосується івент-індустрії. Івент-менеджери звикли до постійного руху, змін, штурму ідей з боку колег та безпосередньої живої комунікації. Будь то тимчасові менеджери подій, що надають додаткову підтримку команді в період максимального завантаження, чи спеціалісти в галузі технологій, графічного дизайну, фото, відео послуг, а також інших областей. Як би дивовижно не звучала ця новоспечена свобода дій та розташування, інколи творчим працівникам дуже важко зосереджуватися на тому, що їм потрібно зробити, коли відсутнє це живе спілкування [3].

Працюючи вдома на нас впливає багато відволікаючих факторів, такі як інші співмешканці, час на їжу, на персональні дзвінки, перевірка соціальних мереж, відпочинок, та загалом атмосфера дому нерідко сприяє уповільненню процесу виконання завдань та прийняття рішень.

Самотивація надзвичайно важлива в процесі онлайн роботи та роботи з дому. Саме особисто мотивуючи себе до праці особа створює цю робочу атмосферу, якої часто так не вистачає вдома. Ось кілька основних правил, дотримання яких позитивно вплине на онлайн робочий процес [1, 2]:

1) Структуризація всього процесу, по-елементне розписування всіх кроків, що потрібно виконати для досягнення бажаного результату. Візуалізація шляху до цілі є вже хорошим стартом та внутрішнім мотиватором.

2) Додавання до плану конкретних відрізків часу для перегляду соціальних мереж, відповіді на персональні питання, особисті телефонні дзвінки, щоб ці елементи не забирали щоразу більше додаткового часу в процесі роботи.

3) Уникання багатозадачності та виконання кількох непов'язаних завдань водночас, так як це уповільнює весь процес та викривляє ефективність виконання кожного окремого завдання.

4) Перфекціонізм повинен бути витриманий і в міру, адже надмірна прискіпливість робить процес менш цікавим, більш складним, нудним та з часом працівник взагалі втрачає інтерес до завершення даного завдання. Для боротьби з надмірним перфекціонізмом варто усвідомити свої установки, зрозуміти свої сильні сторони та дозволити собі можливість помилки, адже помилка передує зростанню та вдосконаленню, поставити реальні для виконання цілі та завдання, знизивши тиск на себе і перетворюючи процес в цікавий квест, а не екзамен.

5) Прокрастинація – одна із найбільших спокус, яка очікує при роботі онлайн чи дистанційно. Найважче завжди почати роботу чи проект, перший крок вимагає сил, натхнення, ідей та упевненості. Проте якщо завчасно створити приблизний план роботи, підсвідомо наш мозок сприйме це вже як перший крок, а продовжувати рухатися все ж легше ніж починати рух з нуля. Це нормально, якщо робота не є ідеальною з першої спроби або першої чернетки. Варто дозволити собі можливість повільного старту зі збільшенням обертів уже в процесі.

6) Використання новітніх програм, засобів та ІТ новинок. Нові технології допомагають оптимізувати процес, урізнобарвлети його, а поява нових удосконалених програм стимулює до швидкого початку роботи та оперативного виконання всіх поставлених завдань.

7) Щодення зміна сценаріїв роботи допоможе не допустити робочого перегорання та знецікавлення. Якщо робота однакова щодня, це не означає, що вона має бути нудною чи монотонною. Можна варіювати з процесом виконання, час від часу змінювати місце роботи – дім-кав'ярня-офіс-бізнес-центр. Також найважчу та найважливішу роботу краще виконувати на початку дня, щоб друга частина стала більш гнучкою для змін – перерва на каву, неочікувана зустріч тд.

8) Самовинагорода по мірі виконання завдань вважається одним із найкращих мотиваторів оперативного та якісного завершення процесу. Самовинагорода сприяє емоційній піднесеності та підвищенню почуття власної значимості. Відчуваючи, що за складну роботу, години перед екраном комп'ютера у пошуках рішення, виконані навідмінно завдання особа отримає невеликий бонус від себе допомагає самотивувати себе до руху в очікуванні солодкого післясмаку. Адже керівник не завжди може помітити наскільки працівник виклався і чи потребує додаткового стимулювання, а ось сам працівник зі здоровою самооцінкою може чітко себе і свої намагання оцінити.

Отже, самотивація івент-менеджерів в режимі дистанційної роботи є надзвичайно важливою і визначає швидкість та ефективність виконання завдань. Саме завдяки їй івент-

менеджер може продовжити працювати без спаду ефективності та досягти очікуваної мети. Важливо дотримуватись певних правил та порад, які посприяють постійному підживленню власних ресурсів та отриманню задоволення від роботи.

Список використаних джерел

1. Alba Colombo & Lénia Marques (2020) Motivation and experience in symbiotic events: an illustrative example grounded in culture and business events, *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, 2020, P.222-238
2. Bowdin G. *Events Management* / G.Bowdin, J. Allen, W. O'Toole, R. Harris. – Great Britain: Elsevier, 2006. 510 p.
3. Event Planning. Converve (2020) – URL: <https://converve.com/event-networking-blog/self-motivation-for-event-managers-working-from-home/>.

Момот С., аспірант PhD

Черкаський державний технологічний університет, м. Черкаси, Україна

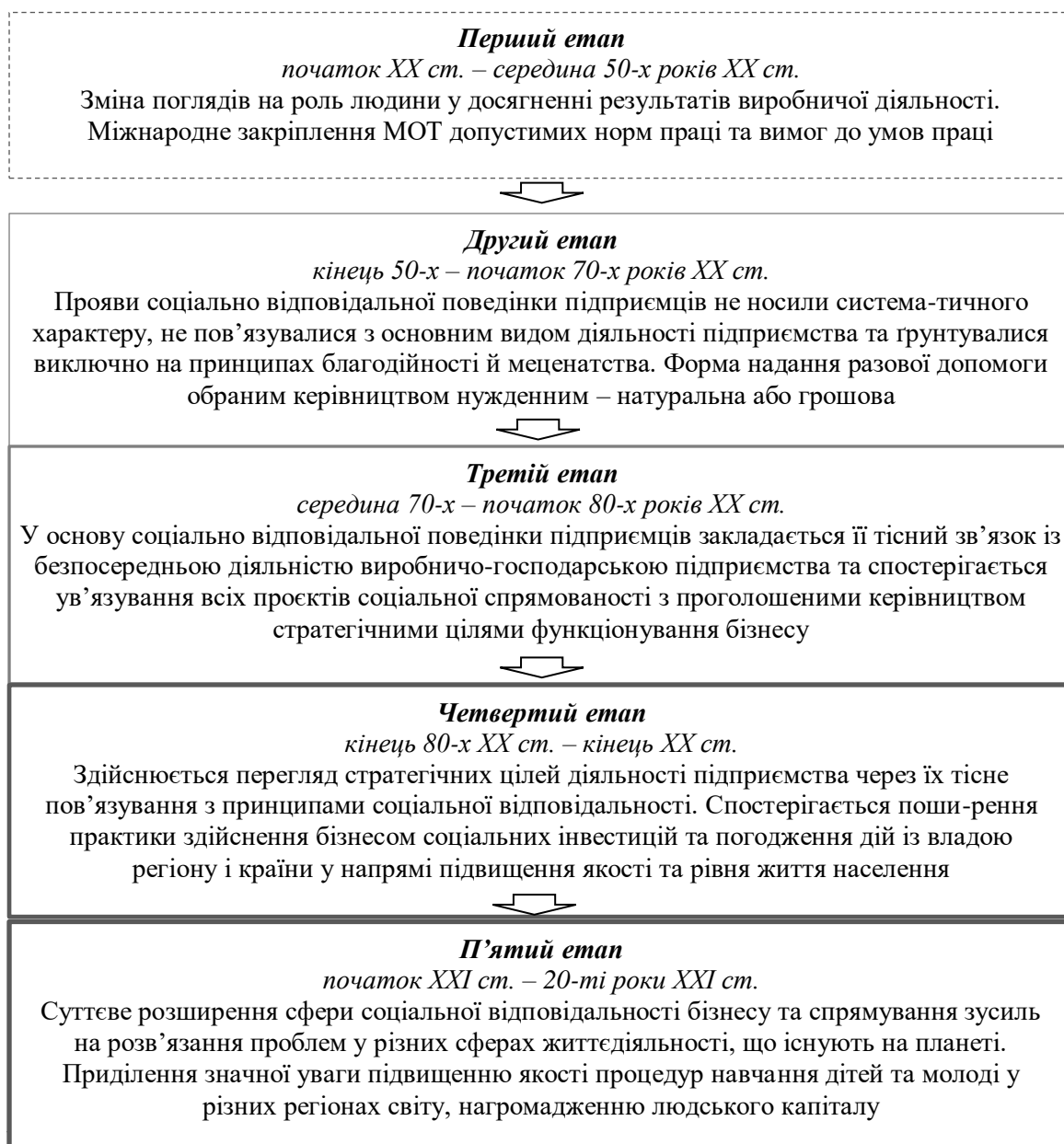
ЕТАПИ СТАНОВЛЕННЯ ТА РОЗВИТКУ КОНЦЕПЦІЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ

У житті суспільства бізнес або виробництво, як один з п'яти основних соціальних інститутів людства, завжди виконував провідну роль, через те, що брав безпосередню участь у процесах забезпечення населення і держави необхідними товарами та послугами, створення робочих місць гідної якості, наповнення місцевих бюджетів через податки та інвестування коштів у інноваційний розвиток регіону і країни. Сьогодні до цього переліку додалася ще одна актуальна роль, виконання якої є добровільним, проте дуже очікуваним суспільством кроком – соціальна відповідальність бізнесу. При цьому цей термін визначає внутрішню потребу у виконанні підприємцями цілого комплексу безпосередньо пов'язаних з їх діяльністю економічних, екологічних, етичних, моральних, соціальних й альтруїстичних норм і правил, які здебільшого законодавчо не регулюються, проте спрямовані на суттєве покращення рівня і якості життя людини сьогодні та в майбутньому, збереження флори й фауни та раціональне й оцдане використання тих природних ресурсів, що залишилися на планеті. Саме тому сучасною особливістю діяльності соціально відповідальних представників ділового середовища країни стає закладення в основу прийняття ними всіх без виключення управлінських рішень надважливих морально-етичних норм та принципів.

Момент зародження ідей щодо доцільності й необхідності взяття представниками бізнесу на себе відповідальності за певні аспекти впливу власної діяльності на навколишній світ і якість життя людини фахівці пов'язують із початком ХХ ст. Підтвердженням вірності думок про доволі ранній початок відліку часу виникнення ідей, що пізніше було покладено в основу концепції соціальної відповідальності бізнесу є дослідження М. Хілда (Morrell Heald) «The Social Responsibilities of Business», яке було опубліковано у 1998 р. [1]. М. Хілд зазначав, що саме у період 1900-1920 рр. розпочався процес поступової повільної трансформації пріоритетів американських підприємців у веденні виробничо-господарської діяльності з техніко-технологічних на людський фактори, змінилися погляди роботодавців на роль людини у результативності виробничої діяльності. Визначальну роль у затвердженні у суспільстві на світовому рівні мінімально допустимих норм праці зіграло створення у 1919 р. Міжнародної організації праці.

Безпосередні прояви соціально відповідальної поведінки підприємців на практиці науковці пов'язують із серединою ХХ ст., коли в США підприємці почали активно реалізовувати благодійні проекти соціальної спрямованості. У наступні роки розуміння змістовності соціальної відповідальності змінювалося та набувало нових ознак, характеристик та сфер поширення, що сформувало її концепцію.

До сьогоднішнього часу концепція соціальної відповідальності бізнесу послідовно пройшла п'ять етапів свого становлення, опис кожного з яких в узагальненому вигляді представлено на рис. 1.



Етапізація розвитку світової концепції соціальної відповідальності бізнесу має бути покладеною в основу побудови сценаріїв соціально відповідальної поведінки представників українського ділового середовища.

Список використаних джерел

1. Heald M. The Social Responsibilities of Business. New York, 1998. 348 p. DOI: <https://doi.org/10.4324/9781351317368>
2. Heald M. The Social Responsibilities of Business: Company and Community, 1900-1960. *Journal of Business Ethics*. 1991. №10 (1). Pp. 71-75.

Панькова О., к.соц.н, доцент ІЕП НАН України
Касперович О., м.наук. співр. ІЕП НАН України

ПЛАТФОРМА СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНОГО ПАРТНЕРСТВА (СВП) ЯК ПОТУЖНИЙ РЕСУРС ОНОВЛЕННЯ СИСТЕМИ СОЦІАЛЬНОГО ДІАЛОГУ

Актуальність. Для надання гідних відповідей на виклики сучасності, забезпечення внутрішньої стійкості соціально-економічних систем в умовах впливу форс-мажорних обставин та гострих протиріч на глобальному та вітчизняному ринках праці та зайнятості, сталості в діяльності підприємств, крупних корпорацій, у т.ч. транснаціональних, необхідним є

удосконалення механізмів своєчасного і ефективного консолідованого реагування на новітні виклики й загрози, на подолання негативних наслідків пандемії COVID-19. Тому актуалізується запит на оновлення системи соціального діалогу, на дотримання принципів соціальної відповідальності та безпеки.

Основна частина. Перспективи становлення життєздатної моделі соціального діалогу визначаються специфікою відносин у трикутнику «профспілки – об'єднання роботодавців – державні інституції», особливістю важелів впливу кожної зі сторін, їх роллю та ефективністю реагування на новітні виклики та загрози. Формування умов для модернізованого оновлення СД в Україні було започатковано кілька років тому. Так, в межах імплементації Угоди про Асоціацію між Україною та Європейським Союзом в Україні було реалізовано проект «Сприяння публічним комунікаціям в діалозі між владою та громадськістю в частині імплементації положень Глави XXI Угоди про Асоціацію в умовах децентралізації» (2019 р.). Одним з найбільш вагомих результатів проекту стала розробка Дорожньої карти «Стратегія модернізації соціального діалогу в Україні»², а також Концепції платформи «Спільний інформаційний простір соціального діалогу (СД)» та Концепції «Ідеологія, структура й зміст Генеральної угоди та її узгодженості з іншими колективними угодами на середньо- та довгострокову перспективу», що в умовах новітніх викликів та загроз набувають ще більшої актуальності. На сьогодні не втратили своєї актуальності визначені цілі та завдання запропонованої Стратегії модернізації СД для України, в основі якої – принципи соціальної відповідальності.

На думку автора, дієвим кроком та основним змістом Дорожньої карти модернізації системи соціального діалогу в Україні, здатним поєднати традиційні та новітні нетрадиційні (платформно-цифрові) трудові відносини, може стати розбудова **платформи соціально відповідального партнерства (Платформи СВП)** як потужного ресурсу модернізації механізмів соціального діалогу, забезпечення сприятливих умов комунікативної взаємодії суб'єктів СТВ (як сторін соціального діалогу, так і інших партнерів – крупних корпорацій, транснаціональних корпорацій) із залученням ресурсів ІКТ технологій для вироблення спільних узгоджених рішень щодо соціально-економічної стабілізації, відновлення та подальшого розвитку.

Платформа СВП за своїм концептуальним базисом узгоджується з новою парадигмою модернізації соціального діалогу в Україні в контексті реалізації положень Угоди про Асоціацію Україна – ЄС на засадах взаємодії сторін соціальних партнерів та представників третього сектору у форматі «соціальний діалог+» для збалансування економічних, соціальних та екологічних інтересів всередині українського суспільства [1]. Платформа СВП відповідає основним настановам осучаснення національної моделі соціального діалогу на підґрунті залучення ресурсів цифровізації.

Цінність і своєчасність створення такої платформи підсилюються гострою потребою у забезпеченні безпечності міжособистісної взаємодії в умовах епідеміологічних загроз та карантинних обмежень, а також потребою у створенні механізмів оперативного прийняття та реалізації узгоджених ефективних відповідальних управлінських рішень з метою зниження ризиків та небезпек в трудовій сфері, стабілізації стану національної економіки.

Концептуальною рамкою платформи СВП є гармонійне інтегрування концептів і принципів соціального діалогу, публічного діалогу, державно-приватного партнерства, соціальної відповідальності в системі економічних, соціально-трудових відносин (СТВ) з концептом платформної економіки. Місія платформи СВП – створити сприятливе інформаційно-комунікативне середовище для сторін соціального діалогу (спільних представницьких органів з боку роботодавців, профспілок, органів державної влади), розширити коло суб'єктів СТВ – через залучення партнерів – у т.ч. представників крупних корпорацій, власників цифрових платформ - з метою вироблення, прийняття та реалізації спільних узгоджених рішень.

Платформа СВП також відповідає базовим критеріям Концепції гідної праці, яка має

² Дорожня карта «Стратегія модернізації соціального діалогу в Україні» // Роботодавець, №2-3, 2019. – С. 32-43. URL: <https://www.slideshare.net/ssuserddf578/23-2019> Схвалено учасниками Круглого столу «Перспективи імплементації положень Глави XXI Угоди про Асоціацію Україна – ЄС щодо розвитку публічних комунікацій та соціального діалогу» 1 березня 2019 р.

комплексний характер і спрямована на забезпечення високої якості трудового життя, у тому числі на захищеність прав та збалансування інтересів працівників, роботодавців (у т.ч. корпорацій), держави і суспільства, та регламентує коло інтересів кожного із суб'єктів СТВ [2].

Висновки. Платформа соціально-відповідального партнерства спрямована на формування інформаційно-комунікативного середовища з відповідним комплексним забезпеченням, на удосконалення та інституціоналізацію механізмів взаємодії широкого кола суб'єктів соціально-трудова відносин для вироблення та реалізації спільних узгоджених рішень з метою подолання та мінімізації негативних наслідків пандемії в сфері праці та зайнятості, вироблення ефективної державної антикризової політики на підґрунті державно-громадської взаємодії, соціальної відповідальності та оновленого соціального діалогу.

Створення інноваційної інформаційно-комунікативної Платформи (майданчика) СВП дозволяє значно підвищити кількість потенційних учасників соціального діалогу, забезпечити сприятливі умови для мультисуб'єктної взаємодії суб'єктів СТВ як в режимі оф-лайн, так і в режимі он-лайн; для формування ефективних комунікаційних стратегій з використанням цифрових, інформаційно-комунікативних технологій (ІКТ), он-лайн та медіа платформ, соціальних мереж, інтернет-комунікацій, що особливо актуально в умовах протиепідемічних карантинних обмежень тощо. Також Платформа СВП дозволяє залучити додаткові ресурси, забезпечити прозорість, оперативність взаємодії та співпраці учасників соціально-економічного розвитку, сформувати сприятливе інформаційно-комунікативне середовище з перспективами його розширення. Важливими стартовими умовами реалізації платформи соціально-відповідального партнерства на всіх рівнях управління є відповідне нормативно-правове, організаційно-управлінське, інституційне, інфраструктурне, кадрове забезпечення. Така платформа вельми необхідна для координації та активізації роботи суб'єктів соціально-трудова відносин і є втіленням цифрового, інформаційно-комунікативного оновлення традиційної системи соціального діалогу в Україні.

Список використаних джерел

1. Дорожня карта «Стратегія модернізації соціального діалогу в Україні» // Роботодавець, №2-3, 2019. – С. 32-43. URL: <https://www.slideshare.net/ssuserddf578/23-2019> Схвалено учасниками Круглого столу «Перспективи імплементації положень Глави XXI Угоди про Асоціацію Україна – ЄС щодо розвитку публічних комунікацій та соціального діалогу» 1 березня 2019 р.

2. Панькова О., Касперович О., Іщенко О. Соціально-відповідальне партнерство як інноваційна платформа забезпечення розвитку сфери зайнятості в умовах глобальних цифрових трансформацій. Journal of European Economy. – Т. 19. No 2 (73). Квітень-червень 2020. – С. 392-409. URL: <http://jeej.wunu.edu.ua/index.php/ukjee/article/view/1459/1449>

Підкамінний І., к.е.н., доцент

КНТЕУ, м. Київ

Харченко Ю., студентка 4 курсу, 8 групи ФЕМП

КНТЕУ, м. Київ

СИНЕРГЕТИЧНИЙ ВПЛИВ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ТА КУЛЬТУРИ НА ПІДПРИЄМСТВА ТА СУСПІЛЬСТВО

Сучасні глобальні тенденції чітко висвітлюють потребу бізнесу опікуватись не лише питаннями, власне, економічними, як от: зниження собівартості, оновлення обладнання або налагодження підсистеми збуту. Сьогодні висуває нові, складніші вимоги до підприємств і організацій. Ставлення до компанії визначається не тільки і не стільки продуктом, який вона виробляє, а, часто - у більшій мірі, її поведінкою на ринку, її ключовими цінностями та принципами. Ці принципи і цінності закладаються в основу корпоративної культури організації, яка визначає всі бізнес-процеси в організації, її взаємодію із зовнішнім середовищем, формує імідж.

Корпоративна соціальна відповідальність (*КСВ*), також соціальна відповідальність бізнесу (*СВБ*) — відповідальне ставлення компанії до свого продукту або послуги, до

споживачів, працівників, партнерів; активна соціальна позиція компанії, що полягає в гармонійному співіснуванні, взаємодії та постійному діалозі із суспільством, участі у вирішенні найгостріших соціальних проблем.

Соціальна відповідальність бізнесу:

- сприяє сталому розвитку, у тому числі здоров'ю і добробуту суспільства;
- зважає на очікування зацікавлених сторін;
- відповідає чинному законодавству і міжнародним нормам поведінки;
- інтегрована у діяльність організації та практикується в її відносинах.

Корпоративна культура - сукупність найпоширеніших в компанії норм поведінки, поглядів, які впливають на ефективність діяльності всієї організації.

Корпоративна культура служить таким собі мірилом поведінки співробітників: саме вона визначає які дії прийнятні й будуть заохочуватися в колективі, наскільки розвинена взаємодія між колегами і як приймаються рішення в компанії. Та є ціннісною основою організації, корпоративна культура в величезній мірі впливає на мотивацію персоналу та на здатність компанії адаптуватися до мінливих умов бізнесу.

Концепція соціальної відповідальності в контексті бізнесу означає, що фірма/компанія функціонує для досягнення своїх фінансових цілей і крім цього допомагає суспільству. Ідея полягає в тому, що підприємства повинні поєднувати прибуткові види діяльності з діяльністю, що приносить користь суспільству.

Тобто, соціально-відповідальна компанія не повинна працювати виключно для максимізації прибутку, а має приймати рішення та виконувати дії, які є прийнятними з точки зору цілей і цінностей суспільства.

У свою чергу, корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) — це концепція управління, в рамках якої компанії інтегрують соціальні та екологічні проблеми у свої бізнес-операції і взаємодіють зі своїми зацікавленими сторонами. У сьогоденному соціально свідомому середовищі співробітники й клієнти надають велике значення роботі та витрачають гроші на підприємства, які віддають пріоритет корпоративній соціальній відповідальності. КСВ вимагає від кожного бізнесу поводитися етично та покращувати якість життя суспільства. Кожен бізнес повинен добровільно прийняти рішення — зробити свій внесок в краще суспільство і більш чисте довкілля або не робити цього. КСВ це концепція, яка встановлює вдалий баланс між економічними, екологічними, етичними і соціальними проблемами бізнесу. Фактично, ці терміни позначають одну і ту ж концепцію ведення бізнесу. Але соціальна відповідальність бізнесу характеризує загальне розуміння цього процесу, а КСВ — безпосередньо механізм / модель управління бізнесом з метою досягнення відповідних результатів.

Все більше фактів свідчить про те, що корпоративна соціальна відповідальність є чинником підвищення прибутковості, іміджу компанії, зниження витрат, підвищення морального духу співробітників і лояльності клієнтів, а також інших переваг. Для компаній, що працюють на багатонаціональній основі, участь спільноти може бути корисною для підтримки зусиль щодо виходу на нові ринки, залучення потенційних співробітників і створення або зміцнення репутації компанії, її бренду та продуктів.

Плюси впровадження корпоративної соціальної відповідальності:

- Компанії, відомі своєю корпоративною відповідальністю, можуть отримати перевагу в залученні інвесторів, ділових партнерів і нових співробітників, а також у встановленні переваг клієнтів;
- Багато програм компанії в співтоваристві можуть сприяти розвитку навичок співробітників. Волонтерство та інші форми участі співробітників допомагають розвивати різні компетенції, включаючи командну роботу, планування і реалізацію, комунікацію, управління проектами, навички слухання і орієнтацію на клієнта;
- Активна участь у громадській діяльності створює позитивну репутацію серед зацікавлених сторін в компанії.

У 2020 році Forbes назвав найкращі соціально відповідальні компанії світу. Перше місце в списку займає технологічний гігант «Google». Слідом за ними йдуть «The Walt Disney Company» і «Lego», які в березні 2020 року оголосили про початок виготовлення своїх вироби із заводських

джерел.

Що стосується України, в топ компаній з корпоративною соціальною відповідальністю входить «WOG», яка реалізує проєкт «Дорога до серця» і забезпечує покупку устаткування в лікувальні заклади України, «DTEK», яка допомагає в навчанні та підвищенні кваліфікації співробітників державних органів і установ України, а також «Київстар», яка проводить освітні мовні програми та надає своїм абонентам не тарифікований доступ до додатка Prometheus — платформи відкритих онлайн-курсів, яка пропонує безкоштовну добірку освітніх програм від кращих українських та закордонних викладачів. Зі свого боку «Main Business Partner» проводить заходи корпоративної соціальної відповідальності шляхом організації стажувань для студентів-юристів та залучаючи юристів-випускників до роботи з подальшим навчанням одразу після закінчення вишу.

Варто відзначити, що корпоративна соціальна відповідальність — це механізм допомоги суспільству та одночасно розвитку бізнесу. Кращі світові компанії використовують дану концепцію для того, щоб балансувати між прямим заробітком і розв'язанням соціальних проблем.

Дотримання принципів корпоративної соціальної відповідальності сьогодні є необхідною умовою функціонування організації будь-якої сфери бізнесу, будь-якої форми власності та будь-якого регіону світу. Свідомий вибір менеджменту на користь ведення бізнесу відповідально закладається у фундаментальні засади корпоративної культури організації. Таким чином, принципи КСВ поширюються на всі сфери діяльності компанії, спрямовуючи свій вплив як на її внутрішнє, так і на зовнішнє середовище.

На сучасному етапі розвитку вітчизняної економіки відмічаються позитивні тенденції дотримання принципів КСВ все більшою кількістю учасників господарської діяльності. Втім, для подальшого розвитку даного процесу необхідно розробити чітку систему оцінки кореляційного зв'язку між дотриманням принципів КСВ та ефективністю діяльності організації. Це, безумовно, має підвищити мотивацію менеджменту компаній до вибору на користь соціально відповідального ведення бізнесу.

Список використаних джерел

1. Ліфінцев Д. С. Корпоративна соціальна відповідальність як складова культури організації: економічне значення. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=2505> (дата звернення 12.11.2021).
2. Становлення соціально відповідального бізнесу у сучасному інформаційному суспільстві. URL: http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/37656/1/14_100-109.pdf. (дата звернення 12.11.2021).
3. Відповідальний бізнес: як компанії підтримували одна одну та суспільство URL: <https://eba.com.ua/vidpovidalnyj-biznes-yak-kompaniyi-pidtrymuvaly-odna-odnu-ta-suspilstvo/>. (дата звернення 12.11.2021).
4. Соціальна відповідальність бізнесу: що це означає та чому важливо URL: <https://mainbusinesspartner.ua/sotsialna-vidpovidalnist-bisnesu>. (дата звернення 12.11.2021).
5. Корпоративна культура URL: <https://shl.com.ua/produkti-i-uslugi/instrumenti-pocenske/corporate-culture>. (дата звернення 12.11.2021).

Поворознюк І., к. е. н., доцент
Уманський державний педагогічний
університет імені Павла Тичини, м. Умань, Україна

ЗНАЧЕННЯ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ ДЛЯ ПІДПРИЄМСТВ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

Соціальна відповідальність бізнесу – основа сталого соціально-економічного розвитку країни і одне з найважливіших вимог розвитку економіки і правового простору в країнах Європейського Союзу.

За визначенням Комісії ООН зі сталого розвитку, корпоративна соціальна відповідальність – концепція, згідно з якою компанії інтегрують у свою діяльність соціальні та

екологічні питання [1].

В умовах ринкової економіки держава не здатна самотужки вирішувати соціальні проблеми. Особливо ті проблеми, які безпосередньо пов'язані з веденням бізнесу: погані умови праці і безробіття, корупція, проблеми із збереження навколишнього природного середовища, неефективне використання ресурсів та багато іншого. Саме тому бізнесу необхідно включатися в рішення соціальних проблем.

Проблеми корпоративної соціальної політики підприємств індустрії гостинності є актуальним питанням внаслідок вступу країни в стадію розвинутої ринкової економіки. Корпоративна соціальна політика стала завойовувати все більшої уваги у зв'язку з активним залученням України в процеси глобалізації.

Прогриваючі західні підприємства індустрії гостинності мають різну корпоративну соціальну політику та використовують її як важливий фактор економічної ефективності, що відповідає цілям і цінностям підприємства.

Корпоративна соціальна політика приносить не прямі дивіденди, а виводить бізнес на шлях сталого розвитку, знижує ризики, збільшує число споживачів і обсяги продажів, підвищує вплив на території присутності і в ринковому сегменті.

Корпоративна соціальна відповідальність виникає перед наступними категоріями громадян: акціонери компанії; співробітники та члени їх сімей; комерційні партнери, постачальники, споживачі продукції; жителі території, на якій присутній бізнес.

Іншими словами, бізнес бере на себе відповідальність за вирішення соціальних проблем тих, хто знаходиться в його оточенні.

Філософія та основний принцип соціального партнерства полягає в простому визначенні: «Ми відповідаємо за всіх, хто поруч».

Компанії, що працюють на перспективу (саме в них розвинута дуже добра корпоративна культура, соціальна відповідальність), отримують вагомні переваги, які призводять до збільшення прибутку і розширення масштабів бізнесу.

Основні напрямки корпоративної соціальної політики:

- відкритість і порядність по відношенню до акціонерів та інвесторів підприємства;
- створення сприятливих умов для роботи співробітників. Виплата «білої» зарплати, преміювання, навчання, підвищення кваліфікації, організація відпочинку працівників – це принципи соціального партнерства. Навіть кулер з чистою водою – це теж елемент корпоративної соціальної відповідальності;
- виробництво товарів і послуг високої якості;
- своєчасна і повна оплата податків і зборів, погашення кредитів;
- надійні відносини з партнерами по бізнесу;
- турбота про екологію, благоустрій, культури території присутності бізнесу, безпека харчування та проживання.

Основна мета корпоративної соціальної політики – користь для суспільства. Підприємство, що реалізує принципи соціального партнерства повинно не погіршувати життя людей, а покращувати його.

Нематеріальна підтримка роботодавця грає велику роль для підвищення лояльності, продуктивності праці, соціального благополуччя працівників. Турбота про доставку персоналу на роботу на фірмовому транспорті, консультації фахівців юридичного, економічного відділу підприємства з питань податків, кредитів, власності, пенсійних накопичень, допомога у влаштуванні дітей в дитячі садочки, підтримка талановитих дітей – це далеко не всі можливості поліпшити життя працюючим.

Для молодих співробітників буде важливим допомога наставників, можливість отримання додаткових знань та навичок. Для людини у віці потрібно гарне медичне обслуговування, можливість санаторно-курортного відпочинку.

Отже, для організації чіткої системи корпоративної соціальної відповідальності потрібні грамотні, активні професіонали. Які повинні вміти вибудовувати відносини з усіма сторонами, володіти мудрістю і дипломатичністю, мати стратегічне мислення. Саме такий фахівець формує і реалізує програми соціального партнерства, надихає роботодавця і найманих працівників на вибудовування нової системи відносин і цінностей.

Список використаних джерел

1. Відповідальний бізнес: як компанії підтримували одна одну та суспільство: веб-сайт. URL: <https://eba.com.ua/vidpovidalnyj-biznes-yak-kompaniyi-pidtrymuvaly-odna-odnu-ta-suspilstvo/> (дата звернення: 20.10.2021)
2. Поворознюк І. М. Формування корпоративної культури на підприємствах індустрії гостинності. *Економіка та управління в XXI ст.: виклики та перспективи розвитку* : матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції, м. Умань. 30-31 травня 2019 р. Умань : ВПЦ «Візаві», 2019. С.257-259

Подлевська О., к.е.н., доц.

Подлевський А., к.е.н., доц.

Національний університет водного господарства та природокористування, м. Рівне

ВИДИ ТА КЛАСИФІКАЦІЯ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ

Концепція соціальної відповідальності в контексті бізнесу означає, що фірма/компанія функціонує для досягнення своїх фінансових цілей і крім цього допомагає суспільству. Ідея полягає в тому, що підприємства повинні поєднувати прибуткові види діяльності з діяльністю, що приносить користь суспільству. Тобто, соціально-відповідальна компанія не повинна працювати виключно для максимізації прибутку, а має приймати рішення та виконувати дії, які є прийнятними з точки зору цілей і цінностей суспільства.

У свою чергу, корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) — це концепція управління, в рамках якої компанії інтегрують соціальні та екологічні проблеми у свої бізнес-операції і взаємодіють зі своїми зацікавленими сторонами. У сьогоdnішньому соціально свідомому середовищі співробітники й клієнти надають велике значення роботі та витрачають гроші на підприємства, які віддають пріоритет корпоративній соціальній відповідальності.

Поняття соціальної відповідальності використовується в багатьох сферах діяльності, але тільки в бізнес-контексті, вказуючи на конкретні напрямки розвитку, воно набуває чіткого формулювання. Це дозволяє дослідникам та спеціалістам розділити СВБ на певні види.

Соціальна відповідальність бізнесу (СВБ) — це внесок, який вносить організація в розвиток соціальної, економічної та екологічної сфер на добровільних засадах.

Деякі види соціальної відповідальності мають правовий характер і відображені у законодавстві.

Організація Об'єднаних Націй пропонує більш практико орієнтовану класифікацію, що вказує компаніям на конкретні завдання. За даними ООН, КСВ (корпоративна соціальна відповідальність) ділиться на два види – внутрішню та зовнішню (рис.1).

Крім того, існує ще рівнева класифікація корпоративної соціальної відповідальності (рис.2).



Рисунок 2 – Види корпоративної соціальної відповідальності за рівнями.

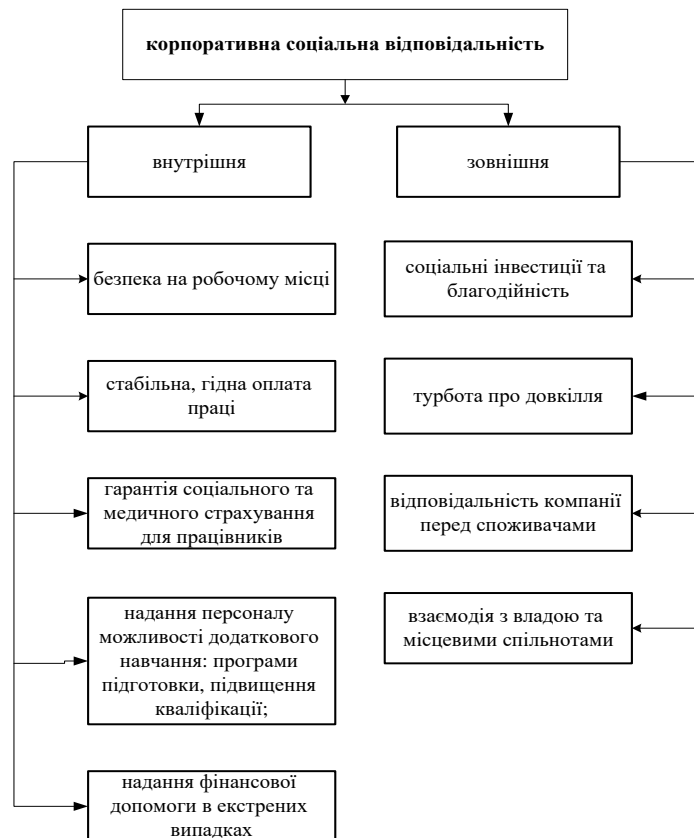


Рисунок 1 – Класифікація корпоративної соціальної відповідальності

Соціальну відповідальність розглядають з погляду трьох основних напрямів: екологічного, економічного та соціального. Саме ці три «гілки» є частиною стратегії та визначають сутність цього поняття.

Екологічна складова КСВ спрямована на вирішення таких гострих проблем, як: забруднення водних та земельних ресурсів, атмосфери, виснаження природних ресурсів, зниження біологічного розмаїття, швидка зміна клімату.

Для вирішення цих проблем соціально відповідальні компанії в рамках своїх стратегій щодо КСВ розробляють екологічну політику, спрямовану на зниження їх негативного впливу на навколишнє середовище.

Оскільки сьогодні бізнес є одним із основних двигунів економічного розвитку, можна стверджувати, що вибір, який здійснюється компанією, фактично формує наше майбутнє. Але, звичайно, цей чинник залежить від ступеня взаємодії бізнесу та держави.

Економічна складова КСВ передбачає: інвестиції, спрямовані на розвиток стійкості продукції, ефективне використання трудових ресурсів, створення стійкого ланцюжка поставок, проведення досліджень в інтересах розвитку бізнесу, ефективне використання матеріалів та ресурсів, що застосовуються для виробництва кінцевого продукту, етична поведінка стосовно споживачів і конкурентів.

Багато КСВ-експертів стверджують, що саме економічна складова є найбільш суперечливою та складною. Її стійкість та ефективність залежить від ролі, яку бере на себе організація, а також методології визначення та вимірювання кінцевих результатів.

Соціальна складова бізнесу торкається питань етики. Виявляється вона у ряді дій, спрямованих на інтереси персоналу та місцевого співтовариства, а саме: дотримання прав людини (стосовно як персоналу, так і населення), дотримання правил охорони праці, професійний розвиток кадрів, розвитку регіонів присутності (проведення благодійних та волонтерських акцій, підвищення рівня зайнятості серед населення).

Також варто згадати про класифікацію, створену на базі КСВ-зобов'язань. Зобов'язання в таблиці вибудовуються за ступенем важливості — від необхідних, які нав'язуються економікою та законом, до добровольчих, які є особистою ініціативою компанії.

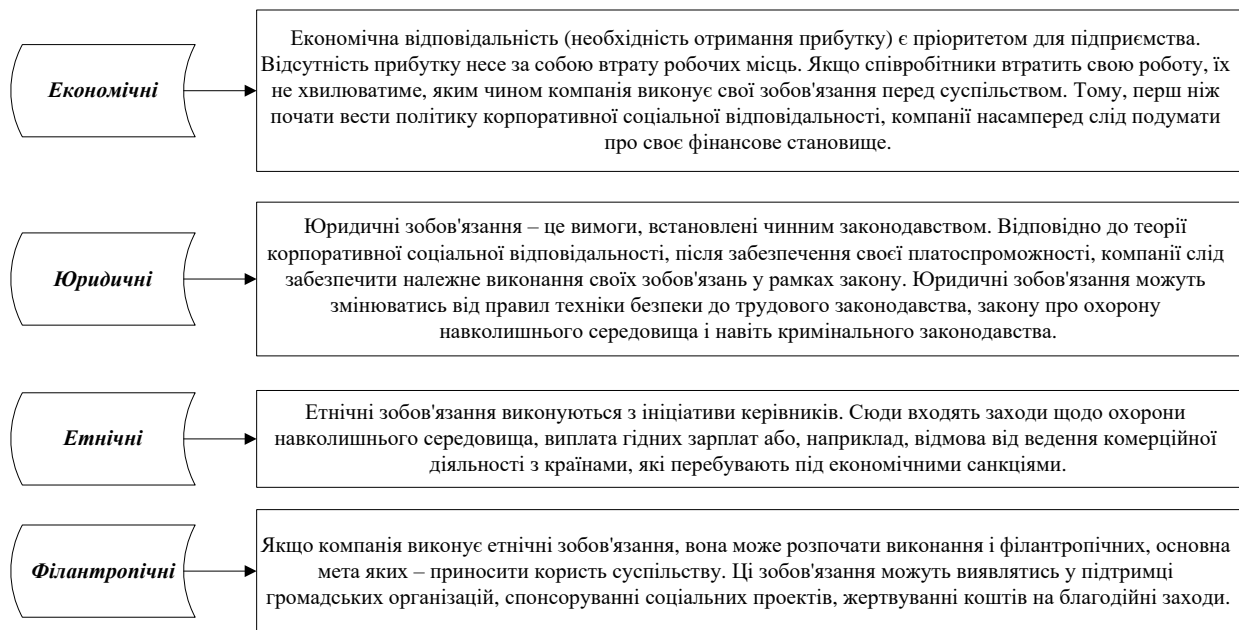


Рисунок 3 – Класифікація на базі КСВ зобов'язань

Варто відзначити, що корпоративна соціальна відповідальність — це механізм допомоги суспільству та одночасно розвитку бізнесу. Кращі світові компанії використовують дану концепцію для того, щоб балансувати між прямим заробітком і розв'язанням соціальних проблем.

Список використаних джерел

1. Chandler D. Corporate Social Responsibility: A Strategic Perspective. New York : Business Expert Press, 2014. 200 p.
2. Paul A. Argenti. Corporate Responsibility. Thousand Oaks : SAGE Publications, Inc, 2015. 408 p.
3. Chandler D. Strategic Corporate Social Responsibility: Sustainable Value Creation / David Chandler. UK : SAGE Publications, Inc, 2016. 488 p.
4. Біла С.О. Європейський досвід успішної практики соціальної відповідальності бізнесу: орієнтири для України. Європейські студії в Україні: здобутки, виклики та перспективи: Збірник матеріалів Міжнародної науково-практичної конференції (м. Київ, 2 червня 2017 р.). Київ : Українська Асоціація Викладачів і Дослідників Європейської Інтеграції; Терен, 2017. С. 35–40
5. Центр «Розвиток корпоративної соціальної відповідальності (СВБ)». Можливість бути першими. URL: <http://csr-ukraine.org>

Попко О., д.е.н., професор

Смілянець А., студент

Національний університет водного господарства та природокористування

ІДЕНТИФІКАЦІЯ ОСОБЛИВОСТЕЙ ФОРМУВАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Виробничі потужності, розвиток технологій, професіоналізм персоналу, фінансові ресурси та потенціал подальшого розвитку – це найбільш вагомі фактори, які впливають на ефективність і результати діяльності будь-якого підприємства. Разом з тим, доцільно враховувати й такий чинник, як корпоративна культура.

Під корпоративною культурою розуміють систему переконань та цінностей, які повинен поділяти кожен працівник підприємства, що визначають поведінку персоналу, а також

обумовлюють характер життєдіяльності підприємства. Сучасна корпоративна культура впливає як на процес управління персоналом, так і на результативність підприємства в цілому. Слід відзначити, що чим вищий рівень корпоративної культури компанії, тим менша потреба в директивах, інструкціях та схемах або обмеженнях. У сучасному розумінні корпоративна культура – це певний світогляд і розуміння цілей та способів ведення бізнесу, сукупність форм і методів здійснення комерційної діяльності.

Корпоративна культура – комплексне і гнучке поняття. Важливою складовою дослідження корпоративної культури організації є визначення її структурних елементів, типів, механізму формування та ролі в процесі корпоративного управління.

Основними елементами корпоративної культури є [1]:

- спрямованість діяльності – можливість націлювати працівників відповідних підрозділів на вирішення певних проблем і завдань;
- свобода діяльності в межах норм і цінностей, встановлених корпоративною культурою, що підвищує ініціативність працівників компанії;
- високий рівень комунікацій – корпоративна культура об'єднує персонал і підприємство за спільними цілями та цінностями, що сприяє встановленню на підприємстві довірливих і результативних комунікацій;
- можливість до самореалізації – здатність реалізувати свої професійні навички, отримати підвищення за посадою, що сприятиме відданості справі, і саме в такому розумінні висока власна ефективність посилює ефективність діяльності підприємства в цілому.

Ефективність корпоративної культури залежить від того, чи відповідає вона поточним цілям і потребам організації, чи може вона бути адаптована до умов ринку, гнучко реагувати на вплив зміни факторів зовнішнього середовища.

Виходячи з вищевикладеного, можна сформулювати завдання, які необхідно виконувати для ефективного формування корпоративної культури, а саме: відчуття залученості до загальної справи; сприяння ініціативності, яка буде вигідною для спільної справи; забезпечення стабільних соціальних відносин як всередині підприємства, так і ззовні; делегування відповідальності; створення довірливих відносин між керівниками відділів та підлеглими.

Важливо розуміти, що основу корпоративної культури становить система цінностей, які поділяє більшість працівників організації [2]. Ця система складається з матеріальних, естетичних, духовних і соціальних цінностей, які складають основу принципів виконання посадових обов'язків, норм поведінки, спілкування і взаємодії між працівниками організації. Система цінностей організації є ідеологічною складовою виробничого процесу, що дозволяє працівнику відчувати значущість і важливість її трудової діяльності.

Створення конкурентоспроможної організації можливе лише в результаті послідовного формування цілісної системи поглядів, складовою якої є особиста внутрішня культура персоналу [3]. Можна стверджувати, що створення корпоративної культури повинно починатися з кожного працівника. Отже, корпоративна культура – це вміння як топ-менеджменту, так і простого персоналу працювати на всіх рівнях і в усіх функціональних сферах. Це вказує на те, що ефективність і конкурентоспроможність підприємства залежать від його культури. Отже, саме рівень культури підприємства і зумовлює рівень його конкурентоспроможності.

Сьогодні корпоративна культура виконує наступні функції:

- 1) надання співробітникам організаційної ідентичності, визначення внутрішнього уявлення про підприємство та його головні цінності, що слугує важливим джерелом самоідентифікації персоналу як команди;
- 2) допомога новим співробітникам швидко адаптуватись і долучитися до ефективної командної роботи, правильно сприймати явища, що відбуваються на підприємстві, завдяки знанням про головні принципи корпоративної культури;
- 3) стимулювання прояву індивідуальної та колективної відповідальності при виконанні окреслених завдань, зокрема у сфері інновацій.

Усі вищезгадані характеристики й формують корпоративну культуру. Вони відбиваються в традиціях, у поведінці персоналу, у їхньому зовнішньому вигляді, у манері спілкування. Працівники, що працюють в організації, формують її культуру, і водночас культура впливає на

поведінку персоналу в організації.

Таким чином, корпоративна культура має прямий вплив на результативність діяльності підприємства шляхом формування поведінки персоналу, що відповідає цінностям підприємства і сприяє досягненню основних цілей його діяльності.

Список використаних джерел

1. Створення корпоративної культури. [Електронний ресурс] - Режим доступу: <https://hurma.work/blog/stvorenniya-korporativnoyi-kulturi/>.

2. Серьогін С.М. Управління персоналом в органах публічної влади: навч. посібник - Дніпро; ГРАНІ. [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.dridu.dp.ua/biblioteka/doc/Upravlinnya_personalom.pdf.

3. Стаття: Роль керівника в формуванні корпоративної культури. [Електронний ресурс] – Режим доступу <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4471>.

Попрозман О., к. е. н., доцент

Щур Я., студентка

Національний університет фізичного виховання і спорту України, Київ, Україна

КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ

Вступ. Корпоративна соціальна відповідальність – є фактором підвищення прибутку компанії, бренду та іміджу організації, зменшення витрат, підвищення психологічного рівня здоров'я співробітників і лояльності клієнтів та інших плюсів.

Компанії, які працюють на національному рівні, участь у цьому напрямку може бути корисною для підтримки входу на нові ринки, підключення потенційних співробітників і створення або зміцнення позицій на ринку, репутації компанії та її іміджу.

Ідея соціальної відповідальності в рамках бізнесу означає, що компанія функціонує для досягнення власних фінансових цілей і паралельно допомагає суспільству. Концепція полягає в тому, що компанії мають поєднувати прибуткову діяльність і користь суспільству. [4]

Основна частина.

Соціальна відповідальність бізнесу, корпоративна соціальна відповідальність — концепція бізнес-практики, економічна діяльність організацій, яка передбачає відповідальність за вплив бізнес-рішень компанії і її діяльності на суспільство та навколишнє середовище. Така діяльність є добровільною ініціативою і передбачає постійний діалог та взаємодію суб'єктів економічної діяльності з внутрішніми та зовнішніми групами впливу: ЗМІ та журналістами, політиками та громадськими діячами, молодіжних організацій, волонтерів, освітніх інституцій, некомерційних громадських організацій, міжнародних експертів, представників міжнародних інституцій тощо. [2]

Корпоративна соціальна відповідальність — це концепція управління, в структурі якої компанії вливають соціальні та екологічні проблеми у свої бізнес-завдання і колаборують зі зацікавленими сторонами. У нинішньому соціально свідомому середовищі працівники та клієнти приділяють велику увагу роботі та витрачають гроші на організації, які надають пріоритет корпоративній соціальній відповідальності. [4]

Виділяють 6 основних категорій, які характеризують соціальну відповідальність: навколишнє середовище, енергія, людський ресурс, ретельна ділова практика, продукт, участь спільноти.

Приклади соціальної відповідальності підприємництва вже працюють в Україні. Звісно тут варто вказати, що підтримка державою таких підприємств знаходиться на низькому рівні, як і рівень свідомості та обізнаності керівників у питанні соціального підприємництва, підприємства зосереджені на тому, щоб заробити більше сьогодні і зараз. Але в нашій державі живуть і працюють багато людей, які на своєму рівні намагаються боротися із проблемою і просувати соціальну відповідальність бізнесу. Однак соціальне підприємництво вимагає певного рівня організації, управління та компетенцій менеджменту. Проте залучити кваліфікованих

працівників без певних "соціальних" інвестицій в даний момент надзвичайно складно. А без такого капіталовкладення складно привабити у цю сферу ефективних менеджерів, які здатні реалізувати нові проекти у непростому середовищі українського бізнесу. [3]

Соціальна відповідальність бізнесу сприяє співпраці приватного та державного секторів в питанні реалізації завдань енергозбереження, інноваційного розвитку, екологізації виробництва (інвестиції в екологічно чисті технології, відновлювану енергетику) тощо. [2]

Соціальна відповідальність бізнесу – це система цінностей та заходів, які зосереджені на поширенні позитивного впливу діяльності компанії в різних сферах (економічній, екологічній, соціальній). Організація реалізує соціально відповідальну стратегію і орієнтується не лише на зменшенні та запобіганні негативним наслідкам своєї діяльності, а і має на меті досягнення економічного, екологічного та соціального ефектів, що розглядається як фундамент для підвищення конкурентоспроможності окремих компаній і національної економіки в цілому.

Висновки та пропозиції. Корпоративна соціальна відповідальність вимагає від кожної компанії поводитися етично та покращувати якість життя суспільства. Кожен бізнес повинен добровільно прийняти рішення — зробити свій внесок в краще суспільство і чисте довкілля або не робити цього. Корпоративна соціальна відповідальність - це концепція, яка встановлює вдалий баланс між економічними, екологічними, етичними і соціальними проблемами бізнесу.

Соціально-відповідальна компанія не повинна працювати виключно для максимізації прибутку, а має приймати рішення та виконувати дії, які є прийнятними з точки зору цілей і цінностей суспільства.

Варто додати, що корпоративна соціальна відповідальність — це механізм допомоги суспільству та, в той же час, розвитку бізнесу. Кращі світові компанії використовують дану концепцію для того, щоб балансувати між прямим заробітком і розв'язанням соціальних проблем. [4]

Список використаних джерел

1. Корпоративна соціальна відповідальність // [Електронний ресурс] - режим доступу: <https://uk.wikipedia.org/wiki/>
2. Соціальна відповідальність бізнесу // [Електронний ресурс] - режим доступу: <https://vue.gov.ua>
3. Соціальна відповідальність – основа філософії бізнесу // [Електронний ресурс] – режим доступу: <http://svb.ua/reviews/sotsialna-vidpovidalnist-osnova-filosofii-biznesu/>
4. Соціальна відповідальність бізнесу: що це означає та чому важливо // [Електронний ресурс] – режим доступу: <https://mainbusinesspartner.ua/sotsialna-vidpovidalnist-biznesu>

Ревко Т., к.е.н., доц.

Рівненський інститут ВМУРЛ «Україна»

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ В ПОВЕДІНКОВІЙ ЕКОНОМІЦІ

В Україні активно розвивається бізнес. Відбувається формування, накопичення та розподіл капіталів. Соціальні стандарти забезпечуються переважно в частині задоволення споживчих потреб. Інші соціальні норми та гарантії або забезпечуються не в повній мірі або ігноруються. Тому важливими є питання його соціальної відповідальності перед споживачами, працівниками, контрагентами, державою, суспільством. В першу чергу це потрібно для самого бізнесу.

Питання соціальної відповідальності бізнесу досліджує багато вчених. Серед них можна назвати таких як Н.Ю. Волосковець, О.М. Головінов, Л.М. Бухаріна, М.Є. Дейч, А.М. Колот, А.Л. Бержанір, М.І. Мурашко, О.П. Мишковська, А.В. Блакита, І.М. Царик, А.М. Колосок, О.О. Затейщикова та інші. Широкий спектр відносин вивчається авторами. За умов змінного зовнішнього середовища діяльності бізнесу питання соціальної відповідальності є завжди актуальними.

Економічні відносини в нашій державі є ринковими, тобто формуються на засадах попиту та пропозиції. Проте існують певні ризиковані фактори які не завжди можливо передбачити в цій

моделі економічних відносин. Можна припустити що економіка нашої держави характеризується певними елементами поведінкової економіки. Тут мається на увазі під поведінковою економікою складнощі в передбаченні поведінки як покупців так і продавців на ринку в процесі встановлення попиту та пропозиції та відповідно приведення економіки в рівноважний та збалансований стан.

Метою даного дослідження є дослідження основних положень соціальної відповідальності бізнесу в ринкових економічних умовах господарювання з елементами поведінкової економіки.

Завдання полягає в тому щоб пояснити взаємозалежність та взаємовплив поведінкової економіки та соціальної відповідальності бізнесу.

Визначимося з сутністю понять соціальна відповідальність бізнесу та поведінкова економіка. На сьогодні існує велика кількість тлумачень соціальної відповідальності бізнесу. Наведемо ті, які більш широко його визначають.

Соціальна відповідальність бізнесу передбачає свідоме ставлення суб'єктів господарської діяльності до вимог соціальної необхідності, соціальних завдань, морально-етичних норм та цінностей, розуміння наслідків власної діяльності для суспільства, держави, споживачів, ділових партнерів та своїх працівників. [1]

Соціальна відповідальність бізнесу передбачає відповідальне ставлення будь-якої компанії до свого продукту або послуги, споживачів, працівників, партнерів, активну соціальну позицію компанії, яка полягає в гармонійному співіснуванні, взаємодії та постійному діалозі із суспільством, участі у розв'язанні найгостріших соціальних проблем. [2]

Дані визначення є абсолютно ринковими категоріями оскільки в них передбачено отримання прибутку який приносять споживачі для компаній а компанії в свою чергу в рамках відповідальності бізнесу провадять діяльність з підтримання соціальних гарантій для своїх споживачів.

За інформацією з інтернет-ресурсів [3] поведінкова економіка – це напрямок економічної теорії, який займається дослідженням впливу психологічних факторів на рішення людей у різноманітних економічних ситуаціях. При цьому велику увагу приділяється ситуаціям, де люди поведуться інакше, ніж це прогнозує класична економічна теорія із її припущенням раціональності та егоїстичності. Спорідненою з поведінковою економікою є «економічна теорія і психологія у фінансовій сфері» або «поведінкові фінанси».

Отже, поведінка суб'єктів на ринку має вирішальне значення в питаннях існування бізнесу та його ефективності.

Пропозиції за результатами даного дослідження можна сформулювати таким чином:

- варто визначати ступінь задоволеності споживачів в продуктах чи послугах а також міру суб'єктивного сприйняття тих заходів які здійснюються в межах відповідальності бізнесу;
- варто бізнесовим компаніям проводити різного роду опитування своєї цільової аудиторії щодо їхніх потреб з метою досягнення більшого авторитету і відповідно втримання своїх позицій на завойованих сегментах ринку;
- бажано щоб бізнесові компанії мали розроблений «План заходів з прогнозування сприйняття/споживання продукту/послуги/міроприємства» або «План заходів в розширення сфер бізнесу на основі вивчення поведінки споживачів» або «План заходів з визначення лояльності суспільних верств населення щодо компанії/керівництва компанії/діяльності компанії» тощо.

Кожен бізнес має досконало та всебічно знати свою цільову аудиторію та вміти з нею працювати.

Перспективи подальших досліджень полягають в тому щоб напрацювати та збільшувати механізми такої співпраці.

Список використаних джерел

1. Стратегія сприяння розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.svb.org.ua/sites/default/files/201309_strategiya_spriyannya_rozvitku_svb_v_ukrayini.pdf
2. Баффет У. Ессе об инвестициях, корпоративных финансах и управлении компаниями / У. Баффет. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2008. – 268 с.
3. Uk.m.wikipedia.org. Поведінкова економіка

Савіцька О., к.е.н., доц.,

Савіцька Н., к.е.н., доц.,

Щур О., к.е.н., доц.,

Львівський національний університет імені Івана Франка

УПРАВЛІННЯ ПРОЦЕСОМ ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ КОНКУРЕНЦІЇ

Вступ. Сьогодні однією зі складових частин успіху підприємства є його позитивний імідж. Формування позитивного іміджу та високої репутації підприємства є одним з основних компонентів забезпечення його конкурентоспроможності. Пріоритетними для забезпечення конкурентоспроможності підприємств готельного бізнесу є наявність використання та утримання протягом тривалого періоду постійних конкурентних переваг, які мають характерні риси: цінність для споживачів, особливість чи унікальність, складність для дублювання конкурентами [1].

Основна частина. Позитивний імідж підприємства та його продуктів стає ключовим фактором успіху. Слово «імідж» в перекладі з латинської мови означає «зображення, подоба, уявний образ, уявлення, символ, ікона, метафора, вид, тип, характер, порядок» [2]. Імідж – це цілеспрямований образ об'єкта, який спрямований на цільову аудиторію та впливає на неї; це сформований образ, покликаний надати емоційно-психологічний вплив на будь кого з метою популяризації або реклами, тобто імідж – це загальне враження, яке створюється у людей про ту чи іншу компанію або організацію; це образ організації, який формується у свідомості людей [3]. Структура іміджу підприємства містить: зовнішній імідж (діловий, споживчий, держструктурний, громадський) та внутрішній імідж (престижний, організаційний). Основним показником, що характеризує імідж, виступає рейтинг підприємства. Основними завданнями іміджу є: підвищення ефективності реклами і різних заходів щодо просування товару; полегшення виведення на ринок нових товарів (послуг), тому що фірмі зі сформованим іміджем вивести товар на ринок легше; підвищення конкурентоздатності фірми, тому що в умовах рівноцінного товару конкуренція ведеться на рівні іміджів фірм [3].

Процес формування іміджу підприємства включає: аналіз стартової позиції рівня підтримки підприємства; розробку системи заходів щодо позитивного функціонування іміджу підприємства; реалізацію заходів, спрямованих на створення позитивного іміджу підприємства; регулювання системи заходів задля створення позитивного іміджу підприємства; обґрунтування рішень щодо активізації дії засобів та стимулів на формування іміджу підприємства [3].

Готельні господарства можуть посилити свій імідж за рахунок впровадження інноваційних технологій. Застосування сучасних комп'ютерних технологій має незаперечні переваги: швидкість виконання роботи; її висока якість; великий обсяг виконуваної роботи завдяки великому об'єму пам'яті; конфіденційність інформації; раціональний розподіл функцій між користувачем і комп'ютером. Виходячи з цього, у готелях можна впровадити проект, який носить назву: «Room Rex Expeditor». Додаток REX взаємодіє з системою управління готельним сервісом MTech's HotSOS (Hotel Service Order System) і призначений для координації обслуговуючого персоналу готелю, який отримують завдання з прибирання та підготовки номерів до зустрічі нових гостей і відправляє звіти про їх виконання по мобільних пристроїв в режимі реального часу. Це дозволяє в кілька разів скоротити час підготовки номерів до заїзду гостей і підвищити рівень обслуговування. З допомогою додатку REX, встановленого на мобільному пристрої, покоївка отримує інструкції, який наступний номер підлягає прибиранню, виходячи з ряду змінних, таких як «гість очікує», «номер зайнятий», «VIP- рівень заїжджати гостя» та багатьох інших. Крім того, покоївка має всю інформацію про гостя, його побажаннях, які зберігаються в системі і відображаються при повторному візиті готелю. Завдяки тому, що робота мобільних пристроїв забезпечується через Wi-Fi мережу готелю, це не накладає додаткових витрат на забезпечення процесу. Заміна паперових графіків обслуговування номерів, настільки широко поширених по всьому світу, на пристрої Apple iPhone / iPod дозволяє власникам готелів оптимізувати процес управління численним обслуговуючим персоналом, а також підвищити рівень наданого сервісу і, як наслідок, лояльність і відданість своїх клієнтів. Додаток доцільно впровадити на базі сенсорних мобільних пристроїв Apple iPhone /iPod. Для цього готелям

потрібно закупити певну кількість мобільних пристроїв та встановити на них програму, яка б спрощувала і вдосконалювала прибирання номерів. Щодо, працівників готелю, то їм треба буде пройти навчання з системою додатку Room Rex Expeditor, яке відбувається безкоштовно.

Також з метою підвищення іміджу готелю необхідно реалізовувати сувенірну продукцію з логотипом підприємства. Таке рішення дасть змогу реалізовувати продукцію, яка в основному стане одним з засобів реклами закладу та зміцнить його бренд, крім цього будуть додаткові надходження до бюджету підприємства. Таким чином, запропоновані заходи можуть бути впроваджені як шляхи покращення конкурентоспроможності та іміджу готелів.

Висновки та пропозиції. У сучасних умовах імідж є однією з найважливіших складових конкурентоспроможності підприємства, базовою передумовою його успішної діяльності. В умовах посилення конкуренції на вітчизняному та міжнародних ринках послуг зростає роль управління процесом формування іміджу підприємства як перспективного елементу розвитку економічної діяльності підприємства. У зв'язку з цим наступні дослідження будуть спрямовані на розроблення конкретних заходів щодо формування позитивного іміджу та зниження рівня ризику втрати репутації підприємств.

Список використаних джерел

1. Савіцька О.П. Теоретико-методичні аспекти оцінювання конкурентоспроможності суб'єктів туристичної індустрії / О.П. Савіцька, Н.В. Савіцька // Вісник Національного університету «Львівська політехніка «Менеджмент та підприємництво в Україні: сучасний стан та перспективи розвитку». – №776. – 2013. – С. 154-163

2. Петрова Е.А. Психология имиджа: Психосемиотический подход /Е.А. Петрова// Психология как система направлений : ежегодник Российского психологического общества.– Москва, 2002. – Т. 9, вып. 2. – С. 72–89.3. Сальникова Л.С. Репутация в российском бизнесе: технология создания и укрепления / Л.С. Сальникова – М. : Вершина, 2008. – 216 с.

Стахів О., к.е.н., доц.

Заводний Я., студент

Національний університет водного господарства та природокористування, м. Рівне

ЖІНОЧЕ СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО ЯК ДАННІСТЬ СЬОГОДЕННЯ

Непередбачувана пандемія та економічні наслідки, як ефект сніжної кулі, винесли на порядок денний нові питання та виклики. Результати досліджень яскраво підтверджують, що більший відсоток жіночого бізнесу постраждав в період пандемії COVID-19: 38% скоротили свою дохідність, а 52% – взагалі вимушені були зупинити діяльність. На жаль, під час пандемії у жінок з'явилося ще більше обов'язків, ніж було до. І одна з найбільших проблем жінки-лідерки — це недооцінювання себе та невміння просити про допомогу. Найбільше постраждали сфера оф-лайн торгівлі, бізнеси в невеликих містах та бізнеси власниць більш старшого віку. Такий розвиток подій підвищує потребу власниць бізнесу різного масштабу до пошуку інструментів для адаптації та подальшого розвитку своєї справи [3].

Новим трендом в українському бізнесі став розвиток соціального підприємництва. Соціальне підприємництво відрізняється від комерційного бізнесу наявністю трьох основних чинників: соціальна мета, інноваційність, розподіл доходів. І все це для досягнення вагомого соціального впливу [4].

Здебільшого соціальне підприємство створюється у форматі дрібного або навіть мікробізнесу (наприклад, поліпшення життя соціально вразливих верств населення: від працевлаштування та надання доступних послуг останнім до перерахування частини прибутку на благодійні цілі), в якому переважають жінки.

Питання жіночого підприємництва загалом та соціального його різновиду зокрема – надзвичайно щемлива тема. Жінка в підприємстві – це вже не новина, а реальність, хоча й непересічна.

Жіноче соціальне підприємництво засновується як якісно нове підприємництво з

незвичними місією, цілями, критеріями й параметрами, очікуваними результатами, спрямованими на отримання соціального ефекту.

Це не просто різновид самозайнятості, а самостійно створена, втілена й презентована суспільству власна роль у тій чи іншій галузі державного і суспільного життя; механізм досягання високих економічних, соціокультурних, а можливо, й політичних цілей.

Результати опитування представників бізнесу, великих аудиторських компаній та інших установ, які у професійній діяльності зорієнтовані на бізнес-процеси, свідчать, що вони інтерпретують соціальне підприємництво швидше як «удаване», «штучне», «несерйозне». Галузевий аналіз соціальних підприємств, очолюваних жінками, свідчить, що жінки керують або є власницями 43% соціальних підприємств. Найчастіше ними обираються види діяльності, пов'язані з пошиттям та ремонтом одягу, виробництвом та переробкою продуктів харчування, освітою та торгівлею, тобто традиційними «жіночими» заняттями. Однак поширені й організаційно-правові форми: громадські організації та ФОП, які часто мають договори про співпрацю [2].

Щоб підтримати та спонукати українських жінок до ведення соціального бізнесу і створення соціальних підприємств потрібно врахувати такі рекомендації:

- Уникайте стереотипів: обирайте нетрадиційні варіанти бізнесу з великим потенціалом зростання.
- Забезпечте доступ до фінансування: розширення можливостей з надання фінансових продуктів, спрямованих спеціально на жінок-підприємниць, буде корисним.
- Запропонуйте належну підтримку: забезпечте відповідну систему підтримки жінок (догляд за дітьми, людьми похилого віку, гнучкий графік роботи, наприклад, ЦНАПів тощо).
- Сприяйте видимості соціального підприємництва в цілому і соціальних підприємств очолюваних жінками, приверненню суспільної уваги і висвітлення очолюваних жінками соціальних підприємств у місцевих ЗМІ.
- Включіть тренінги з підвищення впевненості в собі до навчальних програм: жінкам часто бракує впевненості в собі, щоб заснувати та/або розширити соціальне підприємство.
- Співпрацюйте задля зміни соціальних відносин: жіночі організації, засоби масової інформації і школи можуть бути корисними партнерами в кампанії щодо усунення негативних стереотипних образів жінок і чоловіків у бізнесі.
- Сприяйте обміну інформацією: мережі, програми наставництва і членство в жіночих асоціаціях є важливими механізмами, які дозволять жінкам навчатися у інших жінок і розвивати нові навички [1].

Сьогодні «жіночий» бізнес через соціальну місію перетворений на оригінальні соціокультурні зони, осередки соціально-психологічного сприяння вразливим верствам населення. На жаль, сьогодні в Україні проблема розвитку жіночого підприємництва залишається невирішеною, оскільки багато українських жінок не можуть на повну силу реалізувати свої можливості, адже ще не набули достатніх навичок ведення бізнесу, підвищення кредитоспроможності, балансування роботи та сімейних обов'язків. Українські підприємці-жінки все ще залишаються один-на-один із проблемами більш глобального масштабу, таких як: бюрократія, відсутність підтримки з боку держави, відсутність фінансування, відсутність кваліфікованих кадрів та відсутність впевненості у завтрашньому дні, а отже, і відсутність впевненості у своїй діяльності. Це ті проблеми, які нашій країні необхідно вирішувати якомога швидше.

Список використаних джерел

1. Гендерна рівність та соціальне підприємництво. Проєкт міжнародної технічної допомоги «Партнерство для розвитку міст». URL: <http://pleddg.org.ua/ua/genderna-rivnist> (дата звернення: 15.10.2021).
2. Жіноче соціальне підприємництво: чи варте воно фінансової підтримки. URL: <https://www.prostir.uai> (дата звернення: 20.10.2021).
3. Жіноче підприємництво. URL: <https://womo.ua/zhinoche-pidpriyemnitstvo-v-ukrayini/> (дата звернення: 10.11.2021).

1. 4. Становлення жінки-підприємця у вітчизняних соціально-економічних реаліях. 2018.
URL: <http://www.kspu.edu/FileDownload.ashx> (дата звернення: 10.11.2021).

Стрільчук Р., к.іст.н., доцент,
доцент кафедри економіки та природокористування

Шелест В., студент
Волинський національний університет
імені Лесі Українки, м. Луцьк, Україна

ВПЛИВ ПАНДЕМІЇ НА РИНОК ПРАЦІ УКРАЇНИ

Ринок праці є важливою частиною економіки, її стан впливає на всю економічну ситуацію країни. Пандемія створила напружені обставини на ринку праці не лише в Україні, а й у всьому світі. На жаль, коронавірус не є передбачуваним і має значний вплив на ринок праці, збільшення кількості хворих призводить до локдауну, тобто закриття кордонів, підприємств. ТЦ, магазинів тощо. Це призводить до скорочення робочих місць, зниження зарплати. Значній кількості підприємств довелося припинити діяльність, а людям перекваліфікуватися.

«За підрахунками Торгово-промислової палати України, в перші два тижні після введення карантинних обмежень кількість безробітних збільшилася на 500-700 000 чоловік, за наступні два тижні - в квітні - додалося ще 500-600 000 чоловік» [1].

Однак, з послабленням карантину ринок повертався на докризовий рівень і майже його досяг. «У грудні 2020 р. на сайті work.ua було 53,6 тис вакансій – це на 2,5% менше, ніж у грудні минулого року» [2]. Тобто важливо зазначити, що ринок праці здатний відновлюватися, але нові карантинні обмеження постійно запобігають цьому процесу.

Пандемія протягом березня – липня 2020 р. призвела до таких змін на ринку праці України: зросла кількість безробітних, скоротилася зайнятість, зменшилась кількість “заробітчачан”, зменшились доходи українців від продажу робочої сили внаслідок зменшення зарплати, втрати роботи та доходів фізичних осіб-підприємців

Ті, хто зайняті у сфері послуг, постраждали найбільше від карантинних обмежень, оскільки функціонування цього сегмента економіки є вельми трудомістким. У багатьох інших сферах економічної діяльності технологічні процеси більше піддаються автоматизації, унаслідок чого вони не потребують значних витрат саме людської праці.

«Так, згідно з даними Державної служби статистики, 28 % усього зайнятого населення в економіці України сукупно працювало в таких сферах, як торгівля, ремонт автотранспортних засобів, організація харчування, фінансова діяльність, операції з нерухомим майном, спорт, мистецтво, розваги та відпочинок.» [3] Саме ці сфери української економіки зазнали найбільших втрат через запровадження карантину.

Унаслідок послаблення карантинних обмежень у травні-червні 2020 року ситуація на ринку праці стала покращуватися, і вже у вересні Мінекономіки оптимістично повідомили, що кількість безробітних більше не зростає. «Реєстрацію для безробітних було максимально спрощено. Наразі при максимально ліберальному підході цифра кількості зареєстрованих у центрах зайнятості зупинилася», – сказав міністр економіки Ігор Петрашко.

«За даними Держстату, це вплинуло на відновлення рівня середньої зарплати. У березні середня зарплата становила 11 446 грн, а вже у квітні знизилась до 10 430 грн. Однак у липні середня зарплата досягнула передкарантинний рівень, склавши 11 804 грн.» [4]

Можна було б порадіти, що нарешті економіка відновлюється. Але це згідно з даними Держстату. «Згідно з даними Work.ua, спостерігається інша ситуація. Якщо на початок квітня середня зарплата за рік за вакансіями становила 12 779 грн, то на початку вересня вона склала 12 420 грн.» [4]

Так як немає можливості працювати у звичному режимі, то роботодавці вдаються до дистанційної роботи. Тому постає питання продуктивності дистанційної роботи.

З одного боку, така робота зменшує витрати на транспорт та утримання приміщення, забезпечує більш гнучкий графік тощо. З іншого боку, бракує самоорганізації та немає "живого" спілкування, що знижує ефективність праці.

Експерти не вірять, що дистанційна праця зможе повністю замінити офісну зайнятість. «Однак до звичного режиму повернуться близько 40% роботодавців, про це говорять результати різних опитувань.»[6]

Після локдаунів ринок праці сильно змінився, оскільки тепер право вибору належить не потенційним працівникам, а роботодавцям.

Зберігся високий попит на спеціалістів зі сфери ІТ, бізнес-аналітиків, фінансистів, тепер запити на медиків є вищими. Хоча тепер ринок праці потребує не стільки нові вакансії, скільки навички тих чи інших спеціалістів. Користуються попитом креативні фахівці, що можуть збалансувати витрати і ефективність роботи і виконувати кілька задач: програміст-продавець, кур'єр-вантажник, бухгалтер-кадровик, оператор call-центру-продавець.

Отримані результати дають можливість зробити висновки, що ситуація на ринку праці постійно змінюється залежно від введення нових карантинних обмежень. Це призводить до скорочення робочих місць, зниження зарплати. Однак пандемія назажди лишила слід на ринку праці, оскільки тепер дистанційна робота – це звичне явище. Сьогодні особливо цінуються фахівці, які можуть виконувати декілька задач. Також пандемія спричинила негативні економічні наслідки, які вплинули на кожного з нас. Значній кількості підприємств довелося припинити діяльність, а людям перекваліфікуватися.

Список використаних джерел

1. Безробіття в Україні наростає – як упоратися з тим державі. URL : <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/3008987-bezrobitta-v-ukraini-narostae-ak-uporatisa-z-tim-derzavi.html>
2. Як COVID-19 змінив ринок праці: зарплати, вакансії, фрилансери і прогнози на 2021 рік. URL : <https://www.epravda.com.ua/publications/2021/01/4/669724/>
3. Український ринок праці під впливом пандемії COVID-19: стан та оцінка перспектив розвитку. URL : http://nbuviap.gov.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=4941:situatsiya-na-vitchiznyanomu-rinku-pratsi-v-umovakh-pandemiji&catid=8&Itemid=350
4. Як пандемія COVID-19 змінила ринок праці в Україні. URL : <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/3104312-ak-pandemia-covid19-zminila-rinok-praci-v-ukraini.html>
5. Тенденції ринку праці: де влаштуватися та скільки можна заробити простим українцям. URL : <https://ua.news.ua/tendentsyy-rynka-truda-gde-ustroytsya-y-skolko-mozhno-zarabotat-prostym-ukrayntsam/>
6. На роботу в капцях. Як пандемія вплинула на професійне життя людей? URL : <https://www.radiosvoboda.org/a/yak-pandemiya-vplynula-na-profesiyne-zhyttia-ludey/31226069.html>
7. Тенденції ринку праці 2021. URL : <https://www.pravda.com.ua/columns/2021/05/15/7293523/>
8. Шостак Л.В., Шепелюк Н.П. Зарубіжний досвід стимулювання праці. *Інфраструктура ринку*. 2019. №31. ст. 550-557. URL: <http://www.market-infr.od.ua/ukr/-17-2018>

Сур'як А., к.е.н., доцент,
доцент кафедри економіки та економіки природокористування
Михалюк В., студентка
Волинський національний університет
імені Лесі Українки, м. Луцьк, Україна

КАРАНТИННИЙ УДАР ПО НАСЕЛЕННЮ

Карантинний удар - це патова ситуація не лише для кожної окремої людини, але і для загального гаманця держави загально відчутно. Пандемія коронавірусу, яка охопила світ у 2019 році, докорінно змінила життя українців. Зміни стосувалися зайнятості та доходів, навіть наклали відбиток на спосіб життя, дозвілля і спілкування. Бізнес змушений був пристосуватися до нових перемін під час карантину.

Значні втрати отримала економіка від епідемії коронавірусу, які тяжко підрахувати, але українська економіка виявилася стійкішою ніж думали економісти. Доходи українців знизилися

через обмеження. Хтось працював з дому, а хтось був змушений брати не оплачувану відпустку або ж взагалі звільнитися. Бідні українські родини стали ще біднішими це стало помітним рід час коронакризи. Загалом в Україні було зароблено в 2019 році 3,97 трильйона гривень, а ВВП становило 94 590 гривень, про це повідомляє Укрстат.[2]

Споживання населення різко обмежилося через карантинні обмеження. В наслідок погіршення споживчих настроїв та оцінок матеріального становища. Також відбулося обмеження для закордонного відпочинку, тому щорічні витрати не здійснювалися.

Підприємства України були змушені припинити свій бізнес, а кількість малих підприємств знизилася. На думку, віцепрезидентки Київської школи економіки, **Олеси Верченко**, криза 2020 року є значно тяжчою для української економіки, ніж, наприклад, криза 2009 року.[1] Запровадили систему підтримки бізнесу, яка допомагає зняти фінансові навантаження на підприємстві.

Банки не зазнали порушень економічної рівноваги та відбулася зміна у роботі банківського сектора. Кредитні ризики знизилися, в цьому допомогли банки, які гнучко проводили перебудову кредитів для підприємств. Суттєвий вплив на зменшення обсягів надання кредитних коштів на поточний рахунок надало погашення боргів кількома позичальниками, деякими компаніями. Взаємодоповнюючими причинами скорочення кредитів було формування резервів. Український банківський сектор залишається високоприбутковим завдяки стійкості операційних прибутків та відсутності значних кредитних втрат

Карантинні заходи змінили фінансову поведінку домогосподарств, які отримували малі та середні прибутки. Спрощували споживчі витрати і зберігали деякі кошти. В наслідок, збільшувалися обсяги капіталу в банках. Зросли заробітні плати та прибутки від заробітчан. Позичкове навантаження домогосподарств залишається незмінним.

Карантинні обмеження найбільше вплинули на сфері послуг, а саме на закладах громадського харчування, туризмі, пасажирських перевезеннях. І після ослаблення карантину роботу частково було відновлено, але повноцінного відновлення не відбулося.

Не дивлячись на обмеження, деякі галузі промисловості збільшували обсяги реалізації, найбільше харчової промисловості, фармацевтика. Компанії-виробники зберігали прибутки за допомогою сприятливих зовнішніх цін та збільшенню попиту.

Пандемія вплинула сильно і на медицину, адже життя деяких людей стало на межі смерті. Почали достатньо ефективно збільшувати суми для закладів охорони здоров'я і спрямовувати більше коштів туди, де приймають більше пацієнтів і надають більший об'єм медичної допомоги. З бюджету було виділено суму коштів на придбання засобів захисту, обладнання та всього, що могло б забезпечити безпеку лікарів. Заробітна плата лікарів частко здійснюється за рахунок місцевого бюджету.

Патова ситуація, яка трапилася в Україні, сильно вплинула на економіку країни. Застосовані правила для об'єктивного оцінювання фінансування в країні в загалом та фінансування нерухомості, що утворює дохід. Фінансування муніципальних підприємств здійснюється з б'юджету місцевої влади, адже якщо цього не здійснювати то вони будуть банкрутами. Для фінансової стабільності необхідно ефективна робота з кредитами, пристосувати довгострокові ресурси також зберігати стандарти для банків та інше. Підприємства повинні створювати нові плани для того щоб отримати певну частину прибутку. Ризики для кредитування під час пандемії збільшилися для них. Певною мірою пандемія відкрила нові можливості для розвитку онлайн сервісів які на даний час необхідні для людей. Кожен під час пандемії має можливість створити мікробізнес через інтернет.

Список використаних джерел

1. Звіт про фінансову стабільність. Грудень 2020. URL: https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/FSR_2020-H2.pdf?v=4 (дата звернення 01.11.2021)

2. Пандемія-2020 змінила життя українців. Що саме змінилося? URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/%D0%BF%D0%B0%D0%BD%D0%B4%D0%B5%D0%BC%D1%96%D1%8F-%D1%8F%D0%BA%D0%B0-%D0%BD%D0%B0%D1%81-%D0%B7%D0%BC%D1%96%D0%BD%D0%B8%D0%BB%D0%B0-%D1%8F%D0%BA-%D0%B2%D0%BF%D0%BB%D0%B8%D0%BD%D1%83%D0%B2-covid-19-%D0%BD%D0%B0-%D0%B6%D0%B8%D1%82%D1%82%D1%8F-%D1%96->

<https://uacrisis.org/uk/medyky-otsinyuyut-gotovnist-systemy-ohorony-zdorov-ya-do-umov-pandemiya-na-2-baly-z-5-mozhlyvyh-doslidzhennya> (дата звернення 01.11.2021)

3. Медики оцінюють готовність системи охорони здоров'я до умов пандемії на 2 бали з 5 можливих – дослідження. URL: <https://uacrisis.org/uk/medyky-otsinyuyut-gotovnist-systemy-ohorony-zdorov-ya-do-umov-pandemiya-na-2-baly-z-5-mozhlyvyh-doslidzhennya> (дата звернення 01.11.2021)

4. Не втратити клієнта. Чи справді аптеки під час карантину мають шалені прибутки. URL: https://tvoemisto.tv/exclusive/ne_vtratyty_kliienta_shcho_zminyv_karantyn_v_roboti_aptek_112852.html (дата звернення 01.11.2021)

Тарасюк А., к.е.н., доц.
Уханова А., здобувач
ХНТУ, Херсон

КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА ПІДПРИЄМСТВ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Вступ. Одним із найбільш результативних методів управлінського впливу на персонал є формування та розвиток корпоративної культури.

Метою роботи є аналіз досвіду застосування корпоративної культури в процесі ефективного управління підприємством.

Основна частина. Корпоративна культура — це система цінностей та переконань, які розділяє кожен працівник фірми та передбачає його поведінку, обумовлює характер життєдіяльності організації.

На сьогодні організаційна культура є могутнім управлінським регулятивним ресурсом і чим вищий потенціал керівництва, тим вагоміший цей ресурс. Саме корпоративна культура в організації створює соціальний фундамент, який здатний нести на собі всю систему діяльності і взаємодії, протистояти і приймати зовнішні і внутрішні зміни, створювати сприятливі умови для розвитку організації та її маркетингової діяльності.

Наявність ефективної корпоративної культури на підприємстві, яке функціонує в умовах невизначеності набуває все більш важливого значення.

По-перше, культура надає працівникам корпоративної ідентичності, визначає внутрішню групове уявлення про організацію, є важливим джерелом стабільності і наступності. Це створює у працівників почуття надійності організації і свого місця в ній, соціальної захищеності.

По-друге, знання цінностей, норм і правил, які сформувалися в організації, допомагають новим працівникам правильно інтерпретувати події, що відбуваються в ній, і відповідно визначити свою поведінку.

По-третє, культура більше, ніж щось інше, стимулює самосвідомість і високу відповідальність працівника, що виконує поставлені перед ним завдання.

Вплив культури на ефективність організації визначається насамперед її відповідністю загальній стратегії організації. Виділяється чотири основних підходи до вирішення проблеми несумісності стратегії й культури в організації:

- перший – ігнорується культура, яка серйозно перешкоджає ефективному втіленню в життя обраної стратегії;

- другий – система управління підбудовується під існуючу в організації культуру; цей підхід будується на визнанні наявних бар'єрів, створюваних культурою для виконання бажаної стратегії, і виробленню альтернатив по «обходу» цих перешкод без внесення серйозних змін у саму стратегію;

- третій – робляться спроби змінити культуру таким чином, щоб вона підходила для обраної стратегії;

четвертий – змінюється стратегія з метою її підстроювання під існуючу культуру.

Складові корпоративної культури:

- мова спілкування та система комунікації;
- охайність працівників;
- норми і цінності організації;

- мотивування та трудова етика;
- віра в успіх організації.

Корпоративна культура відіграє роль потужного ресурсу розвитку організації. Здійснюючи підтримку стратегії, вона стає рушійною силою організації, яка може забезпечити довгострокові конкурентні переваги.

В наш час, корпоративна культура є фактором підвищення конкурентоспроможності, гарантом успіху, запорукою ефективної діяльності підприємства, а іноді й основою його виживання.

Висновки Корпоративна культура сприяє згуртуванню колективу, формує у співробітників почуття відповідальності за свою роботу. Вона підвищує ефективність роботи команди і вирішує задачі, як індивідуального розвитку співробітників, так і розвитку організації загалом. Вона створює передумови для формування стійкого і ефективно працюючого колективу, що чітко представляє місію організації.

Саме корпоративна культура точно визначає поведінку працівників. Передбачуваність, упорядкованість і послідовність діяльності у організації формується за допомогою високої формалізації. Ефективна корпоративна культура досягає того ж результату без ведення якої-небудь документації і розподілів. Більше того, вона може бути більш ефективною, ніж будь-який формальний структурний контроль. Чим сильніша культура організації, тим менше управлінському персоналу потрібно приділяти уваги розвитку формальних правил і положень для керування поведінкою працівника. Це закладено у підсвідомості працівника, що приймає культуру організації.

Таким чином, запорукою ефективності підприємства є обґрунтована система мотивації персоналу, забезпечення оптимальної взаємодії індивіда і організації.

Список використаних джерел

1. Колот А.М. Соціально-трудова сфера в умовах глобальних викликів: тенденції, проблеми, можливості стійкого розвитку. Формування ринкової економіки: зб. наук. праць. – Спец. вип.: у 3 т. Соціально-трудова відносина: теорія і практика. – К. : КНЕУ, Т. 1, 2010. – 549 с.
2. Бала О.І. Західні тенденції в Україні – або чи справді потрібна підприємцям України корпоративна культура / Ольга Бала // Інтелектуальний потенціал молоді в науці та практиці: Матеріали Всеукраїнської наукової конференції студентів, аспірантів та молодих вчених. – Хмельницьк : ХІЕП, 2006. – С. 12-13.
3. Чернишова А.О. Деякі аспекти корпоративної культури організації / А.О. Чернишова // Наукові праці: економічні науки. – 2010. – К. : КНТУ, Вип. 17.

Федорчук Н., к.е.н., доцент

Подільський державний аграрно-технічний університет
м. Кам'янець-Подільський, Україна

КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ В УМОВАХ КОРОНАКРИЗИ

Корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) компаній – термін, що з'явився нещодавно в українському бізнес-середовищі, але сьогодні це один із ключових показників успішності. Також це критерій оцінки прогресивності бізнесу і прихильності його власників європейським цінностям. Особливо важливим і показовим стало розуміння принципів КСВ власниками бізнесу в період кризи, коли соціальна відповідальність фірми або компанії стає вдвічі важливою для всього суспільства.

Світова пандемія COVID-19 дала можливість успішним компаніям по всьому світу показати, наскільки вони стійкі, добре підготовлені до управління ризиками та адаптації до нових обставин. Зустрівшись віч-на-віч з винятковими викликами, вони були змушені задатися питанням про свої цілі і про те, як вони працюють. Корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) стала важливою не тільки для того, щоб бізнеси могли бути успішними сьогодні, але і для того, щоб вони були готові і передбачали майбутні виклики і кризові зміни, що відбуваються в усьому світі.

Коронавірусна криза перетворилася в можливість переосмислити корпоративну відповідальність. З усього, що відбулося за майже два роки пандемії, ми можемо виокремити три уроки.

1. Простої відповідності вимогам корпоративної соціальної відповідальності уже недостатньо.

Простого дотримання норм КСВ, сформованих за останні десять років, недостатньо, щоб організації були готові до проблем, які можуть вплинути на їх діяльність і суспільство в цілому.

Навіть компаніям, що практикують так звану «гнучкість в роботі», було важко налаштувати швидкі та функціональні механізми віддаленої роботи – в технічному і організаційному плані. Лише деякі змогли передбачити ризики – хоча багато з них були передбачувані – наприклад, для робочої сили і ланцюжків постачань.

Все це показує, що бізнес-структури повинні йти набагато далі, ніж те, що рекомендовано або продиктоване законом. Доведеться виділяти більше ресурсів для виявлення ризиків в ланцюжках постачання, можливо, створювати стратегічні запаси, краще інтегрувати місцевих постачальників у глобальні стратегії.

2. Гнучкість у роботі — запорука успішності.

Коронакриза показала світу, що компанії, які найкраще підготували своїх співробітників до роботи з дому, які раніше заохочували своїх співробітників працювати віддалено і вивчали успішні практики дистанційної роботи, виявилися у виграві. Звичайно, дистанційна робота можлива не на усіх позиціях і не у всіх секторах. Але ясно, що для багатьох керівних і допоміжних посад віддалена робота не тільки можлива, але й корисна.

3. Відповідальна корпоративна культура – не розкіш.

Завдяки пандемії коронавірусу ми змогли побачити, наскільки корпоративна культура важлива при реагуванні на кризу. Компаніям, співробітники яких були найбільш постійними, реагувати і адаптуватися було простіше.

Створення сильної корпоративної культури – це вже половина шляху для компанії, яка прагне показати цінність своєї організаційної екосистеми. Справедлива заробітна плата, засновані на довірі методи управління неоціненні для створення цієї культури. Коли криза закінчиться, багатьом компаніям доведеться переглянути методи своєї роботи і створити більш відповідальну культуру. Підготувати менеджерів, визначити етичні принципи, створити більш справедливі внутрішні відносини. Адже це все теж корпоративна соціальна відповідальність [2].

Вітчизняний агробізнес гідно проходить через коронакризу саме завдяки об'єднаним зусиллям бізнесу, суспільства і держави. Процеси корпоратизації і консолідації часто пов'язані з соціальними проблемами, що з'являються не тільки у внутрішньому, але й у зовнішньому середовищі підприємства. Особливо це стосується країн з перехідною економікою, де системи соціального захисту та інституційного середовища, як правило, слабкі. Нажаль, сьогодні ще мало досліджено науковцями яким чином ці проблеми вирішують великі аграрні підприємства. Тому варто окреслити найважливіші рушійні сили для реалізації корпоративної соціальної відповідальності: лояльність сільських громад, моральні міркування, а також відданість працівників агрохолдингів.

У наш час соціальне неприйняття агрохолдингів з боку сільських громад у значній мірі перебільшене, зокрема іншими стейкхолдерами агрохолдингів. Крім культурних особливостей сільських жителів, таких, як відсутність власних підприємницьких навичок і присутність патерналістських очікувань, існує інше можливе пояснення цього явища. А саме – лояльність громади агрохолдинги визнають в якості першочергового завдання корпоративної соціальної відповідальності і, відповідно, підтримують її за рахунок певних інвестицій. Можливою причиною подібного визначення пріоритетів є те, що агрохолдинги піклуються не тільки про своїх співробітників, але й про сільських жителів, які володіють сільгоспугіддями і здають їх в оренду. Варто відзначити, що аграрна політика і пов'язані з нею траєкторії розвитку зробили свій внесок у такий стан справ. Тому й основною рушійною силою корпоративної соціальної відповідальності є необхідність зберегти прихильність землевласників, тобто сільських домогосподарств [1].

Список використаних джерел

1. Галюк Т., Ф. Шафт Корпоративна соціальна відповідальність аграрного бізнесу
URL: https://apd-ukraine.de/images/APD_APR_08-2016_CSR_in_Ukrainian_agriculture_ukr.pdf
(дата звернення: 11.11.2021).

2. Коронавірус, світ, бізнес і КСВ. URL: https://www.dsnews.ua/ukr/vlast_deneg/korporativnaya-socialnaya-otvetstvennost-pandemiya-kak-vyzov-03082020-393535 (дата звернення: 12.11.2021).

Федуняк І.О., к.е.н, доц.
ВП НУБіП України
«Бережанський агротехнічний інститут»
м. Бережани, Тернопільська обл.

КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ У СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ

Особливості розвитку сучасної економіки останнім часом формують пильну увагу громадськості до нових механізмів відносин між владою, бізнесом і суспільством. На сьогодні у найбільш економічно розвинутих державах світу поширення набула концепція «корпоративної соціальної відповідальності» (КСВ), що розуміється як концепція, згідно з якою компанії інтегрують соціальні та екологічні питання у свою комерційну діяльність та у їх взаємодію із заінтересованими сторонами на добровільній основі.

Корпоративна соціальна відповідальність (КСВ), насамперед, це відповідальність тих, хто приймає бізнес-рішення, за тих, на кого безпосередньо чи опосередковано ці рішення впливають [3].

В сучасних умовах господарювання, коли головною умовою ефективного функціонування підприємств є максимізація прибутку, не менш важливе місце почав займати людський, або так званий «соціальний» фактор. Кожному споживачу важливо усвідомлювати те, що не докладаючи зусиль він робить добру справу, купуючи продукт «соціально-свідомого виробника».

Корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) – окремий сектор соціальної політики управління підприємством, що означає довгострокове зобов'язання компаній поводитися етично та сприяти економічному розвитку, одночасно покращуючи якість життя працівників та оточуючого суспільства [4, с. 126].

Для досягнення високих темпів соціально-економічного зростання української економіці необхідна система інститутів, що забезпечить зусилля держави і приватного бізнесу. Мається на увазі не лише участь в окремих спільних проєктах, створення фондів розвитку, а й масштабні за розмірами програми, переозброєння старих і створення нових галузей. Необхідна система широкомасштабної державної програми розвитку, тобто сучасна система планування, що започатковується при взаємодії уряду з окремими галузевими асоціаціями бізнесу та соціально відповідальними підприємствами.

Створення спеціальних підрозділів і координаційних груп з упровадження системи КСВ, уведення в організаційну структуру управління компаніями посади віце-президента з КСВ, упровадження етичних кодексів і корпоративної культури, пронизаної духом соціальної активності та відповідальності, розроблення проєктів соціального інвестування, підготовка і публікація соціальних (нефінансових) звітів – далеко не повний перелік управлінських інновацій, що нині широко застосовуються в практиці як бізнес-структур, так і інших організацій [1].

Реалізація корпоративної соціальної відповідальності повинна відбуватись за умови не втручання держави та її відповідних органів до оперативної діяльності компанії. Надмірна регламентація такої діяльності позбавляє КСВ діяльність духу добровільності, соціально-спрямованої діяльності компанії або організації.

Одним зі шляхів розробки та регулювання КСВ діяльності є діалог держави, громадських організацій та представників бізнесу. Тому, політика соціальної відповідальності може бути вироблена і впроваджена в результаті соціального діалогу.

Основними мотивами, які спонукають вітчизняні та зарубіжні компанії підвищувати корпоративну соціальну відповідальність можуть бути такі:

- розвиток персоналу компанії, що не лише запобігає плинності кадрів, але й дозволяє залучати кращих спеціалістів із ринку праці;
- потреба забезпечити зростання продуктивності праці в компанії;
- покращення іміджу компанії та зростання репутації;
- реклама товарів і послуг;
- висвітлення діяльності компанії в засобах масової інформації;
- стабільність і стійкий розвиток компанії в довгостроковій перспективі;
- можливість залучення інвестиційного капіталу для розвитку соціально-відповідальних компаній;
- збереження соціальної стабільності в суспільстві;
- в окремих країнах, в яких існують соціально відповідальні компанії, передбачені податкові пільги [2, с. 25].

Дотримання усіх цих принципів дасть змогу підвищити неекономічні показники роботи компанії, що на сучасному етапі розвитку суспільства починають відігравати все важливішу роль у забезпеченні конкурентоспроможності, досягненні вищої продуктивності та більшого прибутку.

Серед основних напрямків діяльності компаній, підтримуваних заходами КСВ з використанням відповідних управлінських процедур і показників економічної, соціальної та екологічної результативності, виділяють наступні: корпоративний розвиток, тобто проведення реструктуризацій та організаційних змін за участю представників вищого менеджменту компаній, їх персоналу та громадських організацій; ефективний розвиток персоналу; здоров'я і безпека на робочому місці; співпраця з постачальниками і покупцями своєї продукції та послуг; рг-забезпечення всіх вище перелічених напрямів та інші [5].

Таким чином, інструментом, що буде активно впливати на ефективність та прибутковість діяльності підприємств, повинен стати механізм впровадження КСВ, у процесі формування якого необхідно здійснити значний обсяг дій. Проте кожний конкретний комплекс заходів механізму на кожному підприємстві повинен визначатися окремо та стати самостійним проектом розвитку.

Список використаних джерел

1. Баюра Д. Корпоративна соціальна відповідальність у системі корпоративного управління. *Україна: аспекти праці*. 2009. № 1. С. 21–25.
2. Волосковець Н. Корпоративна соціальна відповідальність підприємств як основа інноваційного розвитку сучасної економіки. Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. Економічні науки. 2010. Вип. 17. С. 125–130.
3. Державна служба України з питань регуляторної політики та розвитку підприємництва. URL: <http://www.dkrp.gov.ua/info/642.htm/>.
4. Колот А. Корпоративна соціальна відповідальність : сучасна філософія, проблеми засвоєння. *Економіка України*. 2014. № 3.
5. Соціально відповідальний бізнес. URL: <http://www.svb.org.ua>.

Харчук Т., д.е.н.,
Крутоголова Ю., студентка
 Національний університет
 фізичного виховання і спорту України,
 м. Київ, Україна

СПОРТИВНІ ЗАХОДИ ЯК ЕЛЕМЕНТ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ

Вступ. У сучасному світі, такі поняття, як «бізнес» та "спорт" взаємопов'язані. Але, на жаль, не так багато компаній, на даний момент, використовують цей ефективний інструмент для формування корпоративної культури.

В наш час, робота, часто, змушує нас вести пасивний спосіб життя, що веде до зниження соціальної активності, та, як наслідок, знижується ефективність роботи та обмежується можливість природного засвоєння необхідних навичок [1, 3]. Саме тому у багатьох сучасних компаніях особлива увага приділяється формуванню командного духу, що є частиною корпоративної культури.

Корпоративна культура – це система суспільно прогресивних формальних та неформальних правил та норм діяльності, звичаїв та традицій, індивідуальних та групових інтересів, особливостей поведінки персоналу даної організаційної структури, стилю керівництва, показників задоволеності працівників умовами праці, рівня взаємного співробітництва та сумісності працівників між собою та з організацією, перспектив розвитку [2]. Одним із найбільш ефективних способів формування командного духу, є такий елемент корпоративної культури як спортивні заходи..

Основна частина. Шляхом анкетування учасникам були задані питання щодо їхнього ставлення до спортивних заходів як частини корпоративної культури.

З проведеного дослідження можна зробити висновок, що більшість учасників не лише знають, що таке корпоративна культура (55,4% опитаних), але й вважають, що вона дуже впливають на імідж компанії та формування ефективної командної роботи (80,4%).

Анкетування дало змогу дізнатися, що 73,9% учасників вважають, що вони відчувають командний дух і об'єднання колективу під час проведення спортивних заходів в організації. Вони також відмітили, що це сприяє знайомству з колективом організації та формування командного духу.

Опитування показало, що для 85,9% опитаних наявність спортивних заходів як частини корпоративної культури є важливим фактором під час вибору місця роботи. 67,3% опитаних беруть участь у спортивних заходах, що їх проводить компанія, що говорить про високу зацікавленості у корпоративній культурі компанії. 66,3% опитаних відповіли, що спортивні заходи впливають на загальний командний дух підприємства та формує більш ефективне робоче середовище всередині компанії. При цьому лише 27,2% компаній українського ринку проводять заходи, спрямовані на формування корпоративного духу та цінностей компанії.

Висновки та пропозиції. З проведеного дослідження можна дійти висновку, що спортивні заходи є важливим елементом корпоративної культури, що впливає, не тільки на імідж компанії, але на ефективність роботи та розвитку командних навичок працівників, що збільшує їх цінність у компанії та на ринку.

За результатами опитування, можна стверджувати, що для підвищення іміджу компанії, збільшення лояльності та зацікавленості працівників, а також залучають нових цікавих партнерів та досвідченіших, професійних працівників, інвестиції компанії у розвиток спорту є невід'ємною частиною корпоративної культури,

Список використаних джерел

1. Жилина, А.И. Корпоративная культура на современном этапе / А.И. Жилина // Академия профессионального образования. — 2015. — № 7. — С. 36- 41.
2. Иванов, В.А. Направленность деятельности вуза по физическому совершенствованию студентов и сдаче норм комплекса ГТО / В.А. Иванов, С.П. Голубничий, В.А. Зайцев // Двигательная активность учащейся молодежи в современном образовательном пространстве: сб. трудов. Йошкар-Ола, 2015. — С. 71-73.
3. Чернова, Е.А. Повышение интереса молодежи к здоровому образу жизни и спорту, как следствие активной пропаганды в средствах массовой информации, телевидении и кино / Е.А. Чернова, Э.А. Чибриков, С.А. Якушин, С.П. Голубничий, Д.В. Чернухин // Ученые записки университета им. П.Ф. Лесгафта. — 2020. — № 2 (180). — С. 374

Шевчук І., д.е.н., професор,
завідувач кафедри цифрової економіки та бізнес-аналітики
Козик А., студентка 1 курсу факультету управління фінансами та бізнесу,
Львівський національний університет імені Івана Франка
м. Львів, Україна

РОЛЬ ГЕНДЕРНОГО АУДИТУ У РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ

У наш час, світ з кожним днем рухається вперед. Люди створюють те, що сотні, а то й десятки років тому здавалось неможливим. На превеликий жаль, попри всі успіхи та подолання

різного роду проблем, досі існує сексизм. Він став загрозою для багатьох сфер життя жінок. Адже, не можна заперечити той факт, що в сучасному світі все ще є горизонтальна сегрегація – розподіл на «жіночі» та «чоловічі» професії. Суспільство переконане, що є певні види діяльності де може впоратися тільки чоловік. До 2017 р. існував певний перелік професій, де жінки не мали змоги працювати. Є ще вертикальна сегрегація: тільки чоловіки обіймають керівні посади, яка також торкнулась України та багатьох інших країн світу.

Для оцінювання рівня гендерного розриву розроблено глобальний індекс гендерного розриву (Global Gender Gap Index), за допомогою якого можна відслідковувати основні тенденції у досягненні гендерної рівності за такими чотирма напрямками як: економічна участь; розширення прав і можливостей у політиці; рівень освіти; доступ до системи охорони здоров'я та тривалість життя. При цьому, лідируючі позиції у рейтингу за GGI 2020 р. займають Скандинавські країни (Ісландія, Фінляндія, Норвегія), а останню – Афганістан.

Дані досліджень, опублікованих у рамках звіту-порівняння країн Всесвітнім економічним форумом, засвідчують той факт, що в Україні ситуація із досягненням гендерної рівності є доволі нестабільною та найкращою була у 2014 та 2019 рр. (рис. 1). У 2020 р. Україна посіла найнижче місце у рейтингу за останнє десятиліття.

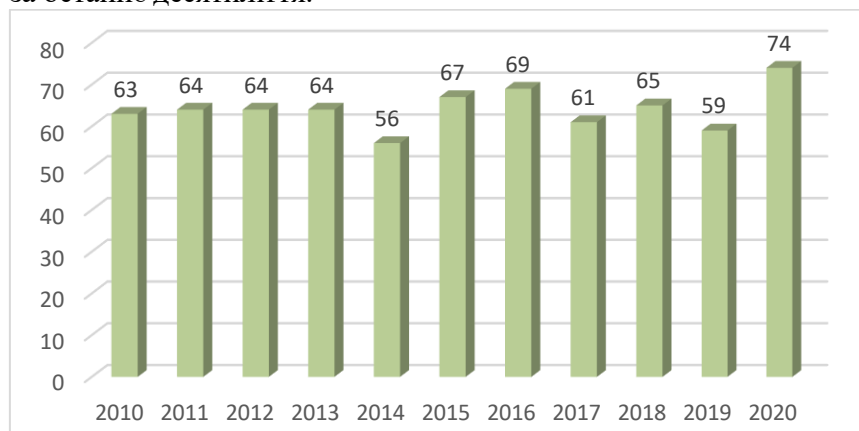


Рис. 1. Динаміка рейтингової позиції України за GGI

Джерело: побудовано на основі [1-2].

Зазначимо, що в Україні вже немало зроблено на законодавчому рівні для подолання гендерного розриву. Однак тут важливо повністю не калькулювати всі досягнення розвинених країн у даному аспекті, а зосереджуватися на тих, які нестимуть більший позитивний ефект для її соціально-економічного та демократичного поступу. Зокрема, це зростання соціальних можливостей людини в будь-яких сферах життєдіяльності; послаблення конфліктності між соціально-демографічними групами населення; гнучкість підприємств та бізнес процесів у відповідності до мінливості зовнішнього середовища, запитів, переваг та вимог клієнтів, завдяки залученню кращих фахівців, здатних продукувати та втілювати у життя сміливі інноваційні ідеї; скорочення цифрового розриву; зменшення смертності та збільшення середньої тривалості життя; підвищення рівня щастя та якості життя населення, що дуже важливо, бо згідно даних «Рейтингу щастя – 2021» Україна посідає 110 місце з-поміж 149-ти країн, які оцінювалися.

Стосовно гендерного аудиту, то це найкращий інструмент для подолання основних перешкод на шляху до гендерної рівності. Він виявляє проблеми та фіксує досягнення, встановлює вихідні принципи, критерії, індикатори та пропонує нові більш ефективні стратегії. Гендерний аудит, безпосередньо, повинен бути частиною КСВ (корпоративна соціальна відповідальність). Це концепція, яка встановлює вдалий баланс між екологічними, економічними, етичними і звісно ж соціальними проблемами бізнесу. КСВ є чинником зниження витрат, іміджу компанії, підвищення морального духу команди та лояльності клієнтів. Вона звісно ж вимагає покращення якості життя суспільства. Для підтвердження того наскільки важливою стала соціальна відповідальність в умовах ведення бізнесу та й у світі загалом, наведемо результати дослідження Cone Communications: 75% опитаних відмовляється купувати у компанії, якщо така підтримує проблему, яка суперечить їхнім переконанням, а 90% куплять продукт, якщо компанія підтримує те, що їх хвилює.

Що стосується України, то мережа магазинів «EVA» входить в ТОП-10 проєктів КСВ. В

них є низка програм таких як: національна премія «Мама року» чи клуб «Щаслива мама». Великим досягненням є те, що їм все ж вдалось зацікавити медіа цією темою і отримати широке висвітлення на регіональному та національному рівні. Так, одна з їхніх учасниць завдяки «Мамі року» повірила в себе й започаткувала власний проєкт – «Клуб активних жінок». До того ж, більша частина працівників мережі – жінки і мами. Це допомагає компанії збагнути потреби кожної жінки та шукати шляхи вдосконалення їхнього сімейного та професійного життя.

Гендерний аудит є тим засобом, що дозволяє побачити сильні та слабкі сторони бізнесу при реалізації принципів КСВ, роботодавцю виявити проблеми у взаємовідносинах у колективі для забезпечення здійснення більш ефективного управлінського менеджменту, отримати низку переваг (не порушення ключових корпоративних цінностей заради економічних вигод; підвищення ефективності та продуктивності роботи через залучення найкращих професіоналів; підґрунтя для удосконалення стратегії підвищення соціальної відповідальності; формування відповідного меседжу для основних зацікавлених сторін у розвитку даного бізнесу).

Список використаних джерел

1. Глобальний гендерний розрив в 2019 році: висновки для України. URL: <https://genderindetail.org.ua/library/ekonomika/globalniy-genderniy-rozriv-v-2019-rotsi-visnovki-dlya-ukraini-1341342.html>
2. Що таке гендер? URL: <https://pnotg.gov.ua/storage/static-pages/documents/a50aaebc58a229e2262d093d79cc3492.pdf>

Шевчун М., к.е.н., доц.
Київський національний
торговельно-економічний університет,
м. Київ, Україна

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ, ЯК СКЛАДОВА ПРОЦЕСУ УПРАВЛІННЯ СУЧАСНИМ ПІДПРИЄМСТВОМ В УМОВАХ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ

Соціальна відповідальність дає можливість іноземним та вітчизняним підприємствам успішно розвиватися в сучасному бізнес середовищі, бути конкурентоспроможними на світовому ринку й ефективно використовувати власні можливості для допомоги у вирішенні локальних і глобальних проблем людства. Корпоративна соціальна відповідальність є концепцією, що передбачає врахування потреб та інтересів суспільства суб'єктами бізнесу, які беруть на себе відповідальність за вплив своєї діяльності на клієнтів, постачальників, працівників, акціонерів, громаду та інші зацікавлені сторони, а також навколишнє середовище. На соціальну роль бізнесу сьогодні покладаються значні надії. Великі компанії стають новим центром влади, від якого суспільство очікує такого виконання соціальних функцій, яке можна було б порівняти з обсягом його ресурсів[1].

Коли йдеться про соціальну відповідальність, то справа стосується трьох речей – людей, грошей і природи. Це об'єкти інтересів будь-якого підприємства. Розширюючи сферу застосування корпоративної соціальної відповідальності, компанії перетворюють корпоративну соціальну відповідальність на корпоративну соціальну вигоду. Репутація соціальної підприємливості спроможна допомогти навіть великим підприємствам у визначенні нових ринків, нових послуг на існуючих ринках, розширенні існуючих ринків і т.д.

Останнім часом у світі отримало розповсюдження так зване «етичне інвестування». Воно передбачає, що вибір партнерів для співробітництва значною мірою обумовлений етичними мотивами. Наприклад, інвестор не пов'язує свою діяльність з компаніями, які характеризуються недобросовісною діловою практикою, завдають шкоди суспільству, пропонуючи неякісну або соціально шкідливу продукцію; негативно впливають на оточуюче середовище, чи діють на небажаних територіях; займаються діяльністю сумнівною з моральної точки зору, якщо, наприклад, співпрацюють з диктаторськими урядами, проводять досліди на тваринах, протидіють профспілкам, експлуатують недосконалість законодавства країн, що розвиваються. З іншого боку, вони можуть принципово вибирати в партнери компанії, які розв'язують суспільні проблеми та прямо чи опосередковано приносять користь суспільству, розробляють етичні

стратегії бізнесу[2].

Переважно соціальна відповідальність бізнесу в Україні розвивається за двома напрямками, один з яких скерований усередину компаній, а другий – зовні, на розвиток території, регіону, суспільства в цілому. Головними соціально відповідальними суб'єктами бізнесу виступають: великі компанії з місто-утворюючими підприємствами, які несуть значну частку відповідальності за підтримання соціальної сфери регіону, активно співпрацюють із місцевими органами влади у реалізації соціальних проєктів; спільні підприємства, які, як правило, не мають соціальної інфраструктури, але проводять разові соціальні акції; нові підприємства, які переважно під тиском держави беруть на себе частку соціальної відповідальності. Щодо внутрішньої скерованості існують такі напрями соціальної відповідальності бізнесу: 1) надання соціальних пакетів (соціальне страхування, кошти на лікування, відпочинок, оплату оздоровлення дітей, оплату послуг мобільного зв'язку тощо); 2) безпосереднє надання послуг працівникам на власних об'єктах[3].

На вибір форм соціалізації бізнесу впливають різноманітні фактори: соціально-економічний стан країни; наявність історичної та культурної спадщини, досвіду соціалізації бізнесу; менталітет населення, регіональні та місцеві особливості соціального розвитку, моральні переконання представників бізнесу; тиск з боку громадськості; державні вимоги; прибутковість бізнесу.

Як інструмент корпоративного управління, соціальна відповідальність в Україні більше стосується вивчення груп впливу та налагодження діалогу з ними, створення внутрішніх кодексів та інструментів впливу, стандартів менеджменту щодо зовнішніх зв'язків, зовнішньої комунікації тощо. Не приділяється увага розробці галузевих стандартів соціальної відповідальності, залученню до управління зовнішніх експертів, вироблення власної політики соціальної відповідальності.

Грамотна політика у сфері корпоративної соціальної відповідальності підвищує ефективність бізнесу і значно збільшує акціонерну вартість компанії. Якщо компанія створює гідні умови праці, інвестує в навчання і розвиток співробітників, по відношенню до неї формується репутація хорошого роботодавця. Це дозволяє залучати та утримувати кращі кадри, що впливає на успішність бізнесу та підвищує конкурентоспроможність. Реалізація соціальної відповідальності компаній у довгостроковому періоді приводить до стабілізації кадрового ядра підприємств, поліпшення морального клімату, формування корпоративної культури, підвищення рівня лояльності працівників до підприємства, вона сприяє створенню ефективної системи мотивації персоналу. У кінцевому підсумку це забезпечує зміцнення її ділової репутації, зростання конкурентоспроможності та капіталізації, підвищення інвестиційної привабливості.

Список використаних джерел

1. Зінченко А.Г. Корпоративна соціальна відповідальність 2005-2010: стан та перспективи розвитку / А.Г. Зінченко, М.А. Саприкіна. – К. : Вид-во «Фарбований лист», 2010. – 56 с.
2. Ковальчук Н.В. Економічні аспекти пріоритетів інтеграції України / Н.В. Ковальчук // Вісник ДДФА. Економічні науки. – 2014. – № 1. – С. 81-88. – URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vddfiae_2014_1_12.
3. Стратегія сприяння розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні на період до 2020 року. – URL: http://www.svb.org.ua/sites/default/files/201309_strategiya_spriyannya_rozvitku_svb_v_ukrayini.pdf.

Юрчик Г., к.е.н., доцент

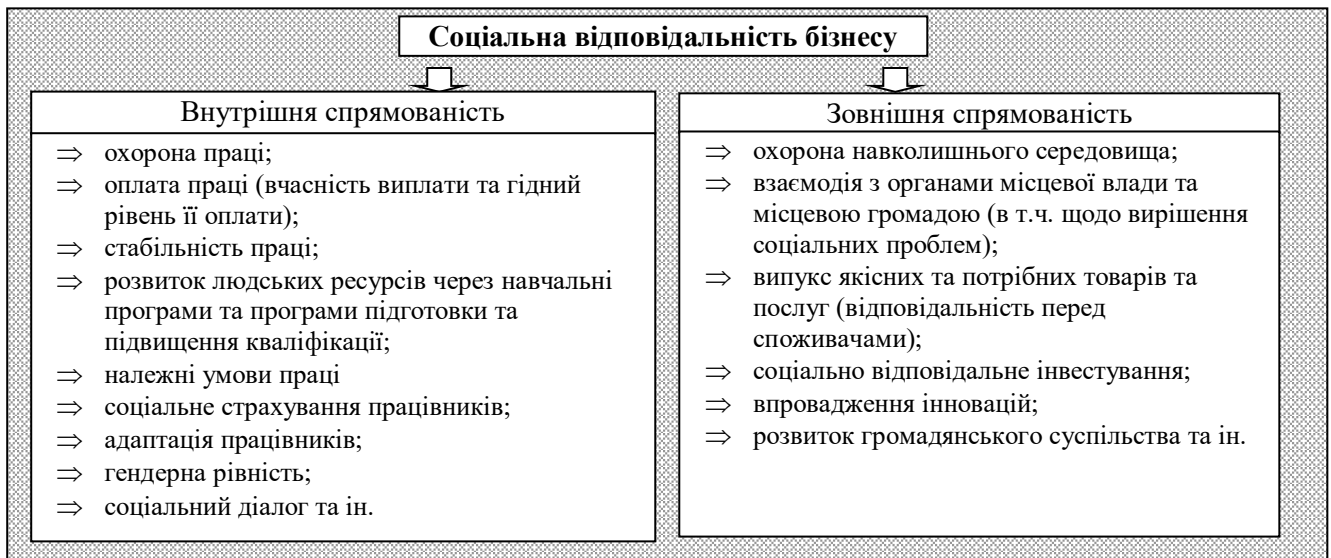
Царук В., студентка 4 курсу спеціальності «Економіка»,

Національний університет водного господарства та природокористування, м. Рівне, Україна

ОФШОРИЗАЦІЯ БІЗНЕСУ ЯК АНТАГОНІЗМ ЙОГО СОЦІАЛЬНІЙ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

Соціально-економічні виклики – зниження доходів та якості життя громадян, поширення

бідності, обумовлюють залучення до реалізації соціальних програм поряд з державою і бізнес-структур. Це зумовлює зростання значимості соціальної відповідальності бізнесу (СВБ). СВБ проявляються у різних сферах та має зовнішній та внутрішній вектор (табл. 1).



Не складно зауважити, що більшість із вище наведених напрямів СВБ потребують прямих фінансових витрат бізнесу або ж супроводжуються непрямими втратами у вигляді зменшення прибутку. Це породжує антагонізм між СВБ та прагненням максимізувати прибуток. Звичайно, вибір пріоритетів бізнес-діяльності залишається у виключній компетенції його власників та топ-менеджменту. В таких умовах значна кількість преставників бізнесу вдаються до пошуку балансу між бізнес-інтересами та СВБ, обираючи той чи інший рівень власної соціальної відповідальності. Поряд з цим, на жаль, досить значне коло бізнес-структур в Україні обирають прямо протилежну модель власної діяльності, яка орієнтована виключно на максимізацію власного прибутку (в т.ч. через тінізацію діяльності та доходів, їх виведення з під бази оподаткування). Одним із найбільш популярних методів максимізації прибутку в сучасних умовах є офшоризація бізнесу. Адже розвиток сучасного бізнесу органічно пов'язаний із глобалізацією економіки, де має місце вільний рух капіталів, лібералізація іноземних інвестицій, що створює широкі можливості для офшоризації бізнес-діяльності.

За найбільш загального підходу офшоризація бізнесу означає його ведення в рамках міжнародної групи компаній, частина яких розміщена в країнах, що надають податкові, валютні, інвестиційні й інші пільги за певних умов [1] або ж його «виведення на острови», що робить недосяжним бізнес для наглядових органів. Використання офшорів надає можливість планувати та організовувати бізнес-діяльність, що законно дасть змогу не сплачувати мінімальні податки та максимізувати прибутки.

У національному масштабі загрозливим для економіки України є відтік капіталу через офшорні зони. Індикатором значних масштабів офшоризації національного бізнесу є структура інвестиційних надходжень в Україну з іноземних держав (табл. 1).

Таблиця 1

Іноземні інвестиції в Україну (з найбільш значимих іноземних держав) [2]

Держава	2016		2017		2018		2019	
	млн. дол. США	%	млн. дол. США	%	млн. дол. США	%	млн. дол. США	%
Австрія	1 152,6	3,6	1 099,9	3,5	1 038,8	3,3	1 150,0	3,5
Люксембург	363,9	1,1	660,1	2,1	515,8	1,6	484,9	1,5
Нідерланди	6 090,3	19,0	6 028,4	19,3	6 395,0	20,2	7 118,7	21,6
Німеччина	1 604,9	5,0	1 564,2	5,0	1 682,9	5,3	1 701,4	5,2
Сполучене Королівство Великої Британії та Північної Ірландії	1 785,2	5,6	1 947,0	6,2	1 944,4	6,2	2 131,2	6,5

Угорщина	333,7	1,0	498,1	1,6	511,1	1,6	565,1	1,7
Франція	1 299,1	4,0	615,6	2,0	723,4	2,3	744,4	2,3
Швейцарія	1 391,0	4,3	1 436,9	4,6	1 515,9	4,8	1 552,1	4,7
Швеція	334,0	1,0	328,8	1,1	351,2	1,1	344,9	1,0
Кіпр	9 894,8	30,8	8 785,5	28,1	8 932,7	28,3	9 544,5	29,0
Британські Віргінські Острови	1 715,0	5,3	1 682,3	5,4	1 358,4	4,3	1 040,2	3,2
США	717,2	2,2	585,2	1,9	517,4	1,6	542,5	1,6

Зокрема, від 19 до 22% інвестиційних потоків в Україну надходить з Нідерландів, від 28 до 31% - з Кіпру, від 3 до 5% - з Британський Віргінських островів, близько 5% - з Швейцарії. В той же час, за результатами рейтингування офшорних юрисдикцій за даними 2020 року, найбільш потужними офшонами зонами у світі є Британські Віргінські острови, Кайманові острови, Бермудські острови, Нідерланди, Швейцарія та Кіпр. Тобто, на жаль, можна констатувати, що переважна більшість іноземних інвестицій в Україну є «поверненням» попередньо виведених коштів з України через офшорні зони. Таким чином, в Україні набуває поширення офшоризація бізнесу, яка є антогонізмом СВБ.

Список використаних джерел

1. Пешко, А.В. (2016) Офшорний бізнес як складова світової економіки. Економіка та підприємництво/ № 3, С. 233-236.
2. Державна служба статистики України: офіційний сайт URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 23.10.2021).

СЕКЦІЯ VII

Сучасні тенденції публічного управління, адміністрування й інформаційного розвитку

Alekseyenko L., Dr. of Econ., Prof.

Ivano-Frankivsk Education and Research Institute of Management,
West Ukrainian National University

Tulai O., Dr. of Econ., Prof.

West Ukrainian National University

MODERN VECTORS OF REFORMING FINANCE MANAGEMENT IN CONDITIONS OF EUROPEAN INTEGRATION

The implementation of finance management to ensure sustainable development in the context of geopolitical challenges must take into account the patterns and contradictions of social development, the real financial capabilities of the state to modernize existing infrastructure and enterprises, new trends and progressive phenomena. The digitalization of economic processes promotes business, so it is important to take into account the trend of multinational corporations, aimed at investing in the creation of innovative research centers.

In this context, Geets Valeriy (2020) determines that it is important to achieve a rational relationship of economic and political transformations is the transition from cosmopolitan universalism to evolutionary-institutional support of economic development based on pragmatism as a conscious economic, social and ethical action [1, pp. 318-326]. Much attention is paid to the effectiveness of finance management for sustainable development in the official instructions and recommendations of the OECD countries, the European Commission, and in the scientific works of well-known foreign and domestic scientists, including Bocola Luigi, Lorenzoni Guido (financial crises and lending of last resort in open economies) [2, pp. 2425-57], Varnalii Zakharii, Stytsenko Tetiana (tax optimization strategies to reduce tax liabilities) [3], Gabriel Chodorow-Reich, Plamen T. Nenov, Alp Simsek (stock market wealth and the real economy) [4, pp. 1613-57].

We believe that in the rank of priority measures to ensure the financial stability of the real sector of the economy, it is advisable to pay special attention to systemic support of viable businesses (strategically important enterprises) to optimize the allocation of financial resources and liquidation of non-viable enterprises. In 2021 the share of companies that planned to attract loans in Ukraine over the next 12 months was 41.7% (in the previous quarter – 41.9%); the vast majority of borrowers (76.7%) preferred the national currency. The share of companies planning to take loans abroad continued to decline, to 6.9% from 8.0% [5]. Modern vectors of reforming finance management: development of innovations in the financial sector; increasing the level of financial inclusion; development of non-cash economy; cybersecurity in conditions of European integration. The implementation of large national projects meets the standards of developed countries and, accordingly, the achievement of economic policy goals – stimulating economic development, curbing inflation and preventing a decline in living standards.

To maintain the liquidity of the banking system at a high level, the central bank introduced long-term refinancing for banks for up to five years, and also allowed the use of a new tool – interest rate swap, which allows banks to hedge against interest rate risk and not put a risk premium for loans to the real sector. In addition, the requirements set by the National Bank for the write-off of impaired financial assets help reduce the amount of non-performing assets on banks' balance sheets (mostly state), so the share of non-performing loans in the banking system decreased by 7.4 points to 41% by the end of 2020

coverage of non-performing loans by all reserves at the end of this year was almost 98% [6].

For 2022, for the first time in the monetary policy roadmap, the National Bank has prioritized the development of managerial, social and environmental aspects that will contribute to the formation of a strong “green” economy in Ukraine, following the example of leading countries. A simplified credit system for business projects has been introduced. Under the 5-7-9 Business Program, participating banks issued 25,179 loans totaling UAH 66.2 billion; of which almost UAH 21.8 billion – refinancing of previously obtained loans. Entrepreneurs received UAH 8.2 billion for capital investments and UAH 35.9 billion as anti-crisis loans to replenish working capital [7]. Participants in the program are representatives of industrial processing (17%), trade and production (26%) and agriculture (44%). The Entrepreneurship Development Fund has concluded cooperation agreements with 39 banks (Ukreximbank, Privatbank, Ukrgasbank, Oschadbank). The progressive digitalization of financial processes accelerates the unification of national economies, helps to optimize international production.

Список використаних джерел

1. Геєць В. М. Феномен нестабільності – виклик економічному розвитку : монографія. К. : Академперіодика, 2020. 454 с.
2. Bocola Luigi, Lorenzoni Guido. Financial Crises, Dollarization, and Lending of Last Resort in Open Economies. *American Economic Review*. 2020. 110 (8). pp. 2425-57.
3. Варналій З. С., Стиценко Т. О. Сучасний стан використання методів оптимізації податкового навантаження підприємств в Україні. *Міжнародний науковий журнал “Інтернаука”*. Серія: “Економічні науки”. 2021. № 6. <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2021-6-7378>.
4. Gabriel Chodorow-Reich, Plamen T. Nenov, Alp Simsek. Stock Market Wealth and the Real Economy: A Local Labor Market Approach. *American Economic Review*. 2021. 111 (5). pp. 1613-57.
5. Очікування бізнесу щодо економічного розвитку незначно погіршилися, інфляційні та девальваційні очікування зросли. URL: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/ochikuvannya-biznesu-schodo-ekonomichnogo-rozvitku-u-iv-kvartali-2020-roku> (дата звернення: 15.11.2021).
6. Річний звіт Національного банку за 2020 рік. URL: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/richniy-zvit-natsionalnogo-banku-za-2020-rik-10-faktiv-pro-te-yak-zminilisya-ekonomika-ta-finansova-sistema-uprodovj-pershogo-roku-pandemiyi> (дата звернення 14.11.2021).
7. Програмою 5-7-9 бізнесу вже видано кредитів на 66,2 млрд грн. URL: <https://www.me.gov.ua/News/Detail?lang=uk-UA&id=30336112-8cc8-4273-8b0e-05549c40604d&title=ZaProgramoiu5-7-9-BiznesuVzheVidanoKreditivNa66-2-MlrdGrn> (дата звернення: 11.11.2021).

Алексєнко М., д.е.н., професор

ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

ФІНАНСОВИЙ СЕКТОР: СТРАТЕГІЧНИЙ РОЗВИТОК ТА УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЯМИ

Цифровізація та посилення кібербезпеки фінансового сектору зумовлюють стратегічні зміни, інституційний розвиток та стратегічне планування в центральних банках та фінансових регуляторах. Прибуток банківського сектору за III квартал становив 21.3 млрд грн і був у 1.5 раза більшим, ніж у відповідному періоді 2020 року. Банківський сектор у 2021 році прискорив кредитування в корпоративному та іпотечному сегментах. Чисті активи банків зросли внаслідок поживлення кредитування клієнтів за одночасного зменшення вкладень у ОВДП та депозитні сертифікати НБУ. У III кварталі зростання чистих гривневих кредитних портфелів у корпоративному сегменті становило 13.1%, а в річному обчисленні приріст перевищив 40% [1]. Темпи зростання кредитів населенню у річному вимірі пришвидшилися до 31.2% порівняно з попереднім кварталом та перевищили докризовий рівень. Іпотечні кредити зберігають випереджальну динаміку порівняно зі споживчим кредитуванням – понад 16% за квартал та +54.5% р/р.

Фахівці центрального банку визнають, що глобальну економіку чекають і нові виклики: нестача кваліфікованої робочої сили, посилення соціальної нерівності, посилення змін клімату та стрімка цифровізація усіх сфер нашого життя [2]. Для Національного банку дороговказом розвитку є нова інституційна Стратегія до 2025 року, яка сфокусована на створенні максимальної цінності для клієнтів та покликана сприяти сучасному розвитку регулятора фінансового сектору України. У перспективі важливо розбудовувати стратегічну функцію, зокрема подальший розвиток функції стратегічного аналізу, а також підходів до формування ціннісної пропозиції Національного банку, розроблення автоматизованих інструментів для збору потреб клієнтів та моніторингу ефективності роботи, синхронізація операційного та фінансового планування, створення бізнес-планів для всіх структурних підрозділів Національного банку.

Для спрощення взаємодії учасників фінансового ринку з регулятором Національний банк України розробив систему єдиної ідентифікації учасників фінансового ринку. До інформаційних систем Національного банку мають уноситися відомості (операційна, звітна інформація як на консолідованій основі), так і в розрізі кожного підрозділу (банки; філії/представництва іноземних банків на території України; небанківські фінансові установи; інші особи, які не є фінансовими установами, але мають право надавати окремі фінансові послуги) [3].

Інвестори зацікавлені у надійних активах. Фінансові аналітики визнають, що країни відрізняються за обсягом розміщення своїх облігацій і фундаментальними ресурсами, доступними для пролонгації боргів [4]. Суверенні борги є безпечнішими, якщо фундаментальні показники є стійкими порівняно з іншими безпечними активами. У процесі сек'юритизації активів, запозичення коштів і диверсифікації ризиків з'явилися нові види фінансових інструментів. Для банків сек'юритизація стала додатковим джерелом ресурсів, інструментом поліпшення низки економічних нормативів, які регулюють діяльність банків, диверсифікації активів та мінімізації ризиків. Базовими активами сек'юритизації можуть бути лише прямі грошові вимоги або цінні папери, що засвідчують їх, зокрема кредитний портфель банків. Сек'юритизація активів банку може проводитися як шляхом емісії цінних паперів, так і через залучення синдикуваного кредиту. При цьому вона має класичну або синтетичну форми. За класичної форми банк-оригінатор виділяє активи, котрі списуються з його балансу і передаються спеціально створеній для цього компанії. Ця компанія випускає цінні папери, забезпечені активами, та розміщує їх серед інвесторів. При цьому грошові потоки, котрі виникають при сек'юритизації, мають бути узгоджені між собою за часом, валютами та розмірами платежів за інструментами рефінансування і пулом активів. Кредитні ризики переданих спеціальній компанії активів переносяться на власників цінних паперів, тобто інвесторів.

Пошук довгострокових ресурсів змушує банки використовувати нові перспективні форми фінансування, зокрема первинну публічну пропозицію цінних паперів на фондовому ринку, або IPO. Для підвищення довіри потенційних інвесторів до емітованих у процесі сек'юритизації активів цінних паперів, необхідна об'єктивна та адекватна оцінка ризиків інвестування в такі цінні папери. Рішення про вихід на ринок IPO має прийматися виходячи з конкретних мотивів і потреб банку, його готовності до функціонування у статусі публічної компанії.

Список використаних джерел

1. Найвищі за десять років темпи зростання корпоративних та іпотечних кредитів і рекордні прибутки. URL: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/nayvischi-za-desyat-rokiv-tempi-zrostannya-korporativnih-ta-ipotechnih-kreditiv-i-rekordni-pributki--oglyad-bankivskogo-sektoru> (дата звернення: 15.11.2021).

2. Стратегічний розвиток та управління змінами у фінансовому секторі: Національний банк провів міжнародний круглий стіл. URL: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/strategichniy-rozvitok-ta-upravlinnya-zminami-u-finansovomu-sektori-natsionalniy-bank-proviv-mijnarodniy-krugliy-stil> (дата звернення: 15.11.2021).

3. Кожен учасник фінансового ринку отримав унікальний код ID НБУ для спрощення взаємодії з регулятором. URL: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/kojen-uchasnik-finansovogo-rinku-otrimav-unikalniy-kod-id-nbu-dlya-sproschennya-vzayemodiyi-z-regulyatorom> (дата звернення: 15.11.2021).

4. Zhiguo He, Krishnamurthy Arvind, Milbradt Konstantin (2019). A Model of Safe Asset Determination. *American Economic Review*, 109 (4): 1230-62. DOI: 10.1257/aer.20160216.

Антонова С., к.е.н., доцент
Національний університет водного господарства та
природокористування
Кирушок А., студентка
Національний університет водного господарства та
природокористування

ДЕЯКІ АСПЕКТИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МОЛОДІ ЖИТЛОМ

Житло є невід'ємною частиною життя кожної людини, а також показником розвитку держави і одним із головних чинників її безпеки. З огляду на багатоаспектну важливість цього матеріального активу, житлова політика держави має бути спрямована на задоволення існуючих житлових потреб суспільства, використання з цією метою усіх наявних активів – державних, муніципальних, громадських, приватних.

Питання забезпечення молоді житлом завжди було болючим та проблемним, особливо через скорочення фінансування в цій сфері. Про це свідчать результати опитування молоді, віком від 18 до 34 років в рамках глобального молодіжного проекту U-Report «Житло для молоді» в Рівненській області, які наведені в таблиці 1.

Таблиця 1

Результатами опитування глобального молодіжного проекту U-Report
«Житло для молоді» в Рівненській області

№ з/п	Запитання	Відповіді респондентів, %
1	В яких житлових умовах Ви зараз проживаєте? Власне житло; Орендоване житло; Гуртожиток; Проживаю з батьками; Інше.	10 25 29 35 1
2	Чи є актуальним для Вас питання забезпеченням житлом? Так; Ні.	84 16
3	Чи знаєте Ви про існування житлових програм, які реалізуються за підтримки держави або муніципалітетів? Так; Ні.	12 88
4	Чи хотіли б Ви брати участь у державних житлових програмах? Так; Ні.	76 24
5	Який із зазначених варіантів для Вас підходить найбільше? Орендне житло за ціною, нижче ринкової; Пільговий кредит на житло (3% річних); Разова компенсація від держави.	23 77 0
6	Яку суму коштів з Вашого доходу за місяць Ви готові сплачувати за іпотечним кредитом? До 4000 грн.; До 8000 грн.; До 12000 грн.; Більше 12000 грн.; Інше.	72 23 3 1 1

*Джерело: складено автором за [1].

Понад третину U-репортерів проживають з батьками – 35%, в орендованому житлі – 25%, гуртожитку – 29%, власному житлі – 10%, інше – 1%. Чим старшими є U-репортери, тим менше їм підходить орендоване житло за ціною нижче ніж ринкова: 18–19 років – 41,4%, 20–21 рік – 31,7%, 22–24 роки – 22,1%, 25–34 – 10,1%. Всього 12% молодих осіб мають інформацію про державні та муніципальні житлові програми, які реалізуються для молоді. Також більшість зазначило, що вони б хотіли отримати пільговий кредит на житло для покращення своїх житлових

умов.

Варто зазначити, що у Рівненській області на квартирному обліку перебуває 15 612 сімей і одиноких громадян. Ця черга рік від року лише збільшується. В рейтингу кандидатів на отримання пільгових довготермінових кредитів на будівництво та придбання житла в Рівненському регіональному управлінні Держмолодьжитла перебувають 406 молодих сімей та одиноких молодих громадян. [2]. Впродовж останніх років сім'ям та одиноким молодим громадянам Рівненщини на будівництво та придбання житла було надано 8 пільгових довгострокових кредитів на суму 3,25 млн. гривень з державного бюджету та 3 кредити за рахунок обласного бюджету на загальну суму 0,956 млн. гривень. Проте, це надзвичайно мало, оскільки більшість із молоді не мають можливості придбати житло самостійно.

Отже, враховуючи наведену інформацію варто відмітити надзвичайну важливість та актуальність реалізації ефективної молодіжної житлової політики. Особливістю її має стати постійне інформування молоді щодо державної та муніципальної підтримки у вирішенні їх житлових потреб, виділення коштів на розвиток програми пільгового житлового кредитування, поліпшення демографічної ситуації, розвиток будівельної сфери.

Список використаних джерел

1. Забезпечення молоді житлом. URL: <https://ukraine.ureport.in/opinion/3413/>.
2. У Рівному є обласна житлова програма. URL: <https://www.molod-kredit.gov.ua/pres-tsentr/novyny/u-rivnomu-ie-oblasna-zhytlova-prohrama>.

Балджи М., д.е.н., проф.

Бондар К., студентка

Маснюк Д., студентка

Одеський Національний Морський Університет, м. Одеса, Україна

НАУКОВО-ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ СТАНОВЛЕННЯ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ

Вступ. Україна – молода, незалежна країна, в якій спостерігається складний процес побудови демократичної держави на руїнах тоталітаризму. Для формування «європейського суспільства» в країні потрібна його демократизація. Важливими складовими демократії є плюралізм, толерантність, повага до іншої точки зору, визнання свободи совісті, гарантованого права на власність інших осіб. Основними умовами демократичного суспільства виступає громадянська освіченість, компетентність, виховання поваги до прав людини, вміння знаходити компроміс. Демократія – це не універсальна модель суспільного устрою, це, перш за все, розмаїття національно-культурних форм життя, які базуються на відмінностях менталітету народів [1].

Основна частина. Публічне адміністрування – «цілеспрямована взаємодія публічних адміністрацій з юридичними і фізичними особами з приводу забезпечення реалізації законів та виконання основних функцій: орієнтованого планування, яке визначає бажані напрями розвитку, створення правових, економічних та інших умов для реалізації інтересів учасників взаємодії, розподілу праці, кооперування та координування діяльності, а також моніторинг результатів» [2].

Уперше поняття «публічне адміністрування» і «публічне управління» в 1887 році ввів 28-й президент США Вудро Вільсон, який зазначав, що наука адміністрування полягає у дослідженні діяльності, що проводить уряд, при цьому йде пошук засобів, завдяки яким ця діяльність буде ефективною, з мінімальними фінансовими та енергетичними витратами та впорядкує організацію управління [3]. Форми і методи діяльності органів публічного управління обумовлені їх функціями і повноваженнями. При управлінні в галузі економіки широко застосовуються економічні методи і лише в мінімально необхідному обсязі – адміністративні. Адміністрування в сфері інтелектуальної творчості, в галузі культури взагалі неприпустимі, в політичній сфері важливо шукати угоди, консенсус, компроміси тощо [4].

Публічне управління стосується ефективного функціонування всієї системи політичних інституцій. Термін «публічне адміністрування» має два тісно пов'язаних значення [5]:

1) цілісний державний апарат (політика, правила, процедури, системи, організаційні структури, персонал тощо), який фінансується за рахунок державного бюджету і відповідає за управління і координацію роботи виконавчої гілки влади та її взаємодію з іншими зацікавленими сторонами в державі, суспільстві та зовнішньому середовищі;

2) управління та реалізація різних урядових заходів, що пов'язані з виконанням законів, постанов та рішень уряду та управління, що пов'язане з наданням публічних послуг.

Шляхи вдосконалення системи публічного управління мають відбуватись на основі поетапних процесів завершення адміністративної та адміністративно-територіальної реформ, впровадження електронного врядування в діяльність органів публічної адміністрації, що сприятиме подальшому функціонуванню систем публічного управління в зарубіжних країнах, застосуванню новітніх концепцій і управлінських напрямів з врахуванням цивілізаційних тенденцій розвитку суспільства. Також в країні назріла потреба кардинальної зміни економічної моделі розвитку. Суспільство сформувало запит на розвиток справжньої ринкової економіки – із системою стримувань і противаг у вигляді непорушних інститутів приватної власності, міцного середнього класу, розвиненого підприємництва, ефективних і підконтрольних суспільству державних органів нагляду, справедливого правосуддя, потужних профспілок, незалежних ЗМІ та активних громадянських інститутів. Це вимагає докорінної модернізації моделі взаємовідносин між суб'єктами економіки й державою.

Висновки і можливості розвитку подальших досліджень. У висновку ми можемо сказати, що необхідність змін вітчизняної системи публічного управління зумовлена викликами часу та глобалізаційними змінами сучасного суспільства і має спиратись не тільки на фіксацію нових управлінських віянь, а й на комплексне врахування досвіду діяльності системи публічного управління та здобутків зарубіжних держав. Вважаємо, що подальші шляхи поліпшення системи публічного управління в Україні повинні відбуватись на основі поетапних процесів завершення адміністративної та адміністративно-територіальної реформ, впровадження електронного адміністрування в діяльність органів публічної адміністрації, подальше завершення конституційної реформи у частині децентралізації влади, що передбачає передачу реальних повноважень органам місцевого самоврядування, реорганізація системи публічного управління на основі комплексного врахування досвіду діяльності систем публічного управління в зарубіжних країнах, застосуванню новітніх концепцій й управлінських напрямів, врахуванні цивілізаційних тенденцій розвитку суспільства.

Список використаних джерел

1. Бандурка О.О. Державне управління: проблеми уточнення поняття та визначення меж його використання. Науковий вісник Національної академії внутрішніх справ України. 2004. № 3. С. 26 – 32.

2. Мельтюхова Н.М. Становлення і розвиток публічної адміністрації в Україні. Європеїзація публічного адміністрування в Україні в контексті європейської інтеграції: матеріали наук.-практ. конф. 17 груд. 2009 р., м. Дніпропетровськ. Дніпропетровськ: ДРІДУ НАДУ, 2009. С. 77 – 78.

3. Вільсон В. Вивчення адміністрування. Політологічний квартал. 1887. В.2, №1(червень). С.197. URL: <http://teachingamericanhistory.org/library/>.

4. Скидан О.В., Якобчук В.П., Дацій Н.В. та ін. Публічне управління та адміністрування: навч. посіб. Житомир: ЖНАЕУ, 2017. 705 с

5. Обушна Н. Публічне управління як нова модель організації державного управління в Україні: теоретичний аспект. Збірник наукових праць. Ефективність державного управління. 2015. № 44. С. 53 – 63.

Бараноўская А., студэнтка

Беларускі дзяржаўны эканамічны універсітэт, г. Мінск, Беларусь

КАНТРОЛІНГ: ПЕРАВАГІ І НЕДАХОПЫ

У сучасным свеце валоданне дакладнай і актуальною інфармацыяй служыць асновай паспяховай дзейнасці любых прадпрыемств, незалежна ад іх арганізацыйна-прававой формы. Узнікае неабходнасць у стварэнні адзінай сістэмы планавання, кантролю і аналізу, якая б давала

своечасовую і актуальную інфармацыю для аператыўнага кіравання дзейнасцю прадпрыемства. Інструментам для дасягнення пастаўленых мэтаў можа стаць кантролінг.

Тыя, хто ўпершыню чуюць слова "кантролінг", як правіла, уяўляюць сабе кантроль за чым-небудзь, але на самой справе гэта зусім не так. Кантролінг на прадпрыемстве – гэта складаная сістэма, якая накіравана на ўдасканаленне фінансавых, кадравых, тэхналагічных працэсаў з мэтай дасягнення эфектыўнага функцыянавання арганізацыі ў цэлым. У адрозненне ад кантролю, які прызначаны для выяўлення праблем і памылак, дапушчаных у мінулым, кантролінг імкнецца да пабудовы сістэмы кіравання працэсамі на прадпрыемстве, якія факусуюцца на бягучых і будучых справах [1].

Сярод пераваг кантролінгу можна вылучыць наступныя:

- арыентацыя на інфармацыйныя патрэбы кіраўнікоў прадпрыемства, на падтрымку прыняцця кіраўніцкіх рашэнняў;

- каардынацыя розных планаў і распрацоўка кансалідаванага плана ў цэлым па прадпрыемству;

- аналіз вынікаў і адхіленняў. Аналіз мінулага накіраваны на ацэнку вынікаў мінулай дзейнасці прадпрыемства; аналіз сучаснага дапамагае вызначыць, што адбываецца на прадпрыемстве ў цяперашні час, і ў якім кірунку яно развіваецца; аналіз будучага ацэньвае ці змога прадпрыемства дамагчыся пастаўленых мэтаў і якія магчымасці перад ім адкрыюцца;

- стымуляванне выканання планаў па падраздзяленнях, інтэрпрэтацыя прычын адхіленняў плана ад факту і выпрацоўка прапаноў, ідэй, інавацый для іх памяншэння;

- кожнае дзеянне выконваецца такім чынам, каб у адпаведнасці з загадзя усталяванымі стандартамі і нормаў забяспечыць найбольш эфектыўнае выкарыстанне рэсурсаў для далейшага максімальнага забеспячэння іх даступнасці;

- падахвочванне супрацоўнікаў праяўляць ініцыятыву і паляпшаць узровень ведаў і навыкаў, павышаючы, такім чынам, сваю каштоўнасць і прафесіяналізм;

- выразныя правілы кіравання прадпрыемствам і яснае размежаванне абавязкаў. Кожны супрацоўнік загадзя ведае, што ад яго чакаюць і якія стандарты працы, на аснове якіх ён будзе ацэньвацца [2-3].

Недахопы ўкаранення кантролінгу ў сістэму стратэгічнага кіравання прадпрыемствам:

- неготовнасць менеджменту да ўжывання сучасных сістэм кіравання. Укараненне кантролінгу як новай з'явы выклікае абурэнне калектывам новаўвядзення і запавольвае працу;

- спатрэбіцца карэкціроўка традыцыйна ўсталяванай структуры кіравання прадпрыемствам, абгрунтаванне неабходнасці ўкаранення кантролінгу супрацоўнікам;

- узрастае магчымасць з'яўлення рознагалоссяў і канфліктаў паміж адміністрацыяй прадпрыемства і кіраўніком службы кантролінгу з нагоды рэалізацыі пастаўленых мэтаў і ацэнкі дасягнутых паказчыкаў;

- узнікненне цяжкасцяў з планава-эканамічным і ўлікова-аналітычным падраздзяленнямі прадпрыемства, у якіх будуць канфіскаваныя асобныя функцыі, а наўзамен спатрэбіцца выкананне іншых дадатковых;

- праблема ў пошуку спецыялістаў з ліку наяўных супрацоўнікаў, здольных выконваць функцыі і задачы па кантролінгу;

- недастатковая празрыстасць інфармацыі, з наявы таго, што менеджэры не хочуць дзяліцца ёю, баючыся страціць сваю значнасць [3-5].

Аднак, сёння кантролінг неабходны спецыялістам па стратэгічным менеджменце, стратэгічнаму планаванню, маркетынгу, бухгалтарскаму ўліку і антыкрызісным кіраванні. Кантролінг можа забяспечыць добрую падтрымку працэсаў, якія адносяцца да інфармацыйна-аналітычнага тыпу, паколькі ён адлюстроўвае ў сабе найвелізарны спектр навуковых, эканамічных і кіраўніцкіх дысцыплін — менеджмент, стратэгічнае планаванне, кібернетыка, эканамічная тэорыя і гэтак далей. Дзякуючы гэтаму прафесійны менеджэр або каманда з некалькіх спецыялістаў, на якіх ускладзена функцыя кантролінгу, здольныя вырашаць вытворча-эканамічныя і кадравыя пытанні, улічваючы шматпланавасць і шырокі спектр праблематыкі дадзенай дзейнасці [2].

Менавіта таму наяўнасць наладжанай сістэмы кантролінгу на прадпрыемстве дазваляе

вырашаць, а часам і прадбачыць праблемы, што, у сваю чаргу, прыводзіць да своєчасовага рэагавання і мінімізацыі розных выдаткаў і сур'ёзных фінансавых страт.

Такім чынам, у сучасных умовах вельмі важна ісці ў нагу з часам і ажыццяўляць кантроль не толькі над атрыманнем максімальнага прыбытку, але і з мэтай пазбягання мінулых памылак дзейнасці і ўстанаўлення арыенціраў на дасягненне новых вынікаў. Таму кантролінг павінен быць гнуткім, мэтанакіраваным, арыентаваны, перш за ўсё, на падтрымку працэсаў прыняцця рашэнняў. Функцыя якога дзейнічае як інструмент, які дапамагае высветліць, наколькі фактычныя паказчыкі адхіляюцца ад стандартаў, а таксама знаходзіць прычыну адхіленняў і рашэнняў для прыняцця карэктуючых мер на іх выснове. Пры гэтым варта забяспечыць адаптацыю традыцыйнай сістэмы ўліку на прадпрыемстве да інфармацыйных патрэб службовых асоб, якія прымаюць рашэнні, а таксама браць у разлік недахопы і перавагі кантролінгу пры ўкараненні такой сістэмы ў кіраванні бізнесам.

Спіс выкарыстаных крыніц

1. Дудзінская, Д.В. Кантролінг як інструмент кіравання прадпрыемствам / Д.В. Дудзінская // Расія Маладая: артыкул VII Усерасійскай навукова-практычнай канферэнцыі маладых навукоўцаў (Г. Кемерава, 21-24 красавіка 2015 г.). – Кемерава: Расія маладая, 2015. – С. 359.
2. Кантролінг як інструмент кіравання прадпрыемствам [Электронны рэсурс] / Ea.donntu.org. – Мінск, 2015. – Рэжым доступу: http://ea.donntu.org:8080/bitstream/123456789/28392/2/Контроллинг_Конспект.pdf / – Дата доступу: 09.11.2021
3. Meaning of Controlling [Electronic resource] / TOPPR. – 2021. – Mode of access: <https://www.toppr.com/guides/business-studies/controlling/meaning-of-controlling/> – Date of access: 09.11.2021.
4. Advantages and Disadvantages of Control Systems in Business Management [Electronic resource] / Medium. – 2019. – Mode of access: <https://sarahganly1.medium.com/advantages-and-disadvantages-of-control-systems-in-business-management-3b67830942af/> – Date of access: 09.11.2021.
5. Сіліна, А. В. Перавагі і недахопы ўкаранення кантролінгу ў сістэму стратэгічнага кіравання арганізацыяй / А. В. Сілін // Эканоміка і бізнэс: тэорыя і практыка – 2021. – № 4-2 (74) – С. 149-152

Бацэнко Л., Шевченко Л.
Сумський НАУ, м. Суми, Україна

МОТИВУВАННЯ ПРАЦІВНИКІВ АПАРАТУ УПРАВЛІННЯ

Завдання стимулювання працівніків до прадуктыўнай праці є адным із найважлівішых пытанняў. Так як на с'югоднішній дзень кожнае підприємства жадае маты якомога больш конкурентных пераваг від найму і выкарыстання высококваліфікаванага персанау, кіравнікі намагаюцца пакараваць сістэмы мотывування. Проте, в нашій дэржаві тількі пачынаюць з'являцца эфектыўны сістэмы мотывацыі працівніків і стимулювання іх до праці.

Особліве місце в структуры управління підприємствам займае управління персанау, як одне з найважлівішых завдань і фактараў развітку та успішнасці підприємства. Як паказуе практыка, сама эфектыўнае управління персанау є аднією з перадумов дасягнення высокіх эканамічных рэзультацтваў дэяльносці та фармування успішнага менеджменту в умовах забеспечення сталого развітку підприємств.[5]

У загальнаму разумінні мотывацыя — це сукупність рушійных сіл, які спонукаюць людыну до выканання певных дэяў. Це одін з найважлівішых і важка змінюваных фактараў, які варту враховуваты пры прыёмі на роботу та пры наступній побудові сістэмы стуацыйнага кіравніцтва. Мотывацыя працівніків посідае одне з ключовых місць в управлінні персанау, оскількі вона виступае беспосередняю прычыною іхняой паведінкі.

Основным її завданням виступае: фармування в кожнаго співробітніка разуміння сутнасці і

значення мотивації в процесі праці, навчання персоналу і керівного складу психологічним основам спілкування у підприємстві, формування в кожного керівника демократичних підходів до керування персоналом із використанням сучасних методів мотивації. [2]

Мотивування управлінців існує двох видів: поточне стимулювання та винагорода за кінцевий результат роботи. Перший вид застосовують для стабілізації та коригування поточної роботи. Поточне стимулювання керівників стосується результатів, які вже досягнуті. Розмір його має бути мінімальним для підтримки постійного зацікавлення щодо продовження необхідної діяльності. Цей вид стимулювання повинен бути своєчасним і конкретним, щоб управлінець знав з чим воно пов'язане і як йому себе поводити у майбутньому. Другий вид мотивування - винагорода за кінцевий результат, пов'язаний з досягнутими показниками. Вона має відповідати реальному внеску кожного керівника, а також має спонукати їх до досягнення ще вищих показників у майбутньому та бути справедливою.

Вона здійснює неабиякий вплив на особистість, характер її трудової діяльності. Як результат, працівник проявляє великі зусилля, стає більш наполегливим, старанним і виконує завдання на совість.

Мотивування трудової діяльності адміністративних працівників містить в собі як матеріальні, так і нематеріальні спонукання, які залежать від планомірного утворення мотивів праці і використання наявних вже мотивів. Ці ж самі мотиви поділяються на мотиви матеріального та морального порядку, залежно від стимулюючої сфери.

Також слід зазначити, що мотивація для управлінців існує двох форм: Перша - це поточне стимулювання, яке стабілізує або ж коригує поточні роботи, стосується результатів, які вже досягнуті, а в разі відсутності діяльності воно припиняється. Іноді доцільним є застосування «авансового» поточного стимулювання, яке зобов'язує працівника управлінського апарату працювати краще. Друга винагорода за досягнення кінцевого результату роботи пов'язана з досягнутими показниками, тому вона повинна відповідати дійсному внеску кожного управлінця, бути справедливою, спонукати працівника до досягнення в майбутньому вищих показників. [3]

Крім матеріального заохочення, всі менеджери, спеціалісти, службовці в схемі мотиваційного механізму передбачають просування по службових сходах, що надає більше повноважень, влади, вищого статусу.[1]

В українських компаніях також стає звичайною практикою заохочення персоналу завдяки оригінальності поряд із загальноприйнятими методами мотивації. На разі впроваджують нестандартні програми мотивації, основною з причин яких є, це боротьба за фахівців. Науковцями доведено, що основним мотивом для працівника являється кар'єрне зростання, потім атмосфера в колективі та аж на третьому місці - матеріальні заохочення. Система управління персоналом – це система, яку потребує постійного розвитку, удосконалення та доповнення впровадженнь низки мотиваційних заходів.

На скільки б не були хороші ідеї, інноваційні технології, найсприятливіші зовнішні умови, без добре висококваліфікованого та правильно мотивованого персоналу, високої ефективності роботи досягнути неможливо.[4]

Вклад у працівників апарату управління є найраціональнішим вкладанням в довгострокові чинники забезпечення конкурентоспроможності та стійкого функціонування організації. Сучасний управлінець має врахувати всі можливі чинники, щоб забезпечити ефективну роботу підприємства. Тому, при формуванні дієвої системи мотивації управлінців потрібно використовувати як класичні, так і сучасні теорії мотивації, а також необхідно враховувати їх менталітет.

Список використаних джерел

1. Мотиваційні основи управлінської праці [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://tourlib.net/books_ukr/nechauk63.htm (дата звернення: 11.10.21)
2. Мотивація праці персоналу на підприємстві в сучасних умовах господарювання [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=5041> (дата звернення: 10.10.21)
3. Мотивація працівників апарату управління [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://studopedia.com.ua/1_386683_tema--motivatsIya-pratsIvnikIv-aparatu-upravlInnya.html (дата звернення: 10.10.21)

4. Мотивація працівників, як складова частина управління персоналом [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/30220/2/FVT_2019_Garmatiuk_O-Employee_motivation_as_44-45.pdf (дата звернення: 11.10.21)

5. Роль управління персоналом у забезпеченні сталого розвитку [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://conf.management.fmm.kpi.ua/proc/article/view/99816> (дата звернення: 11.10.21)

Баценко Л., кандидат економічних наук, доцент
Глух А.
 Сумський НАУ, м. Суми, Україна

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ АДМІНІСТРАТИВНО-ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ

В сучасних умовах публічного управління акцент зміщується на створення ефективної системи управління, яка б сприяла становленню правової держави з високим рівнем життя, демократією, політичною та соціальною стабільністю та розвитком. Оптимальний механізм діяльності державних органів на основі сучасних умов розвитку ринкової економіки, демократичних перетворень у суспільстві та взаємодії з громадськістю, адже створення ефективного державного управління можливе лише при поєднанні сучасних досліджень у сфері державотворення, законодавчої та нормативно-правової діяльності, організаційно-розпорядчих практик, удосконалення державного апарату та матеріально-технічного забезпечення його функціонування.

Зміни, які відбуваються в системі публічного управління на цьому етапі, є комплексними. Причинами цих змін є загальна освіта, глобальні зміни, зміни в економічній теорії, технології, в приватному та державному секторах.

Усі тенденції можна умовно поєднати відповідно до обраних складових державного управління. Це основні довгострокові тенденції розвитку менеджменту, тому можна виділити такі тенденції державного управління, а саме:

- тенденції зміни об'єктів управління в державному управлінні;
- тенденції до зміни адміністративних об'єктів;
- зміна цілей державного управління;
- тенденції до зміни управлінських відносин;
- зміна ціннісних орієнтацій в державному управлінні;
- тенденції до зміни концепцій та теоретичних підходів у державному управлінні;
- тенденції використання нових технологій в процесі управління та ін., [2, с.220-225].

Вважаємо, що на сучасному етапі розвитку держави відбувається активна зміна системи державного управління від бюрократичного до представництва територіальних громад та активної участі неурядових організацій. Важливим є залучення до функціонування державного управління представників неурядових організацій, корпоративних структур, груп інтересів та громадянського суспільства в цілому, що характеризує застосування новітніх концепцій державного управління в державотворчих процесах, а саме в управлінні.

Тенденція до зміни об'єктів управління простежується в проблемі обмеженості ресурсів, яка підкреслює перехід від використання ресурсів до їх створення, що призводить до перетворення ресурсів від управління до їх об'єкта. Змінюється залежність системи управління виключно від матеріальних і фінансових ресурсів і посилюється залежність від інформаційних ресурсів. Переосмислюється роль і функції держави як регулюючого органу, а саме: держава хоче зберегти свою присутність і вплив у різних сферах життя суспільства і водночас співпрацювати з представниками громадських структур.

Сучасна практика менеджменту вимагає не лише спеціаліста у сфері державного управління, а насамперед адміністратора, аналітика, антикризового та інноваційного менеджера. Багатокомпонентна система навчання державних службовців проти однокомпонентної системи навчання, ймовірно, буде найбільш перспективною [3].

Роль координації зростає в порівнянні з підпорядкуванням, як і реорганізація, тобто така модель управління, за якої юридична перевага однієї громади над іншою чи деякими сторонами,

частинами та елементами однієї спільноти над іншими як по горизонталі, так і по вертикалі [1, с. 75].

На сучасному етапі розвитку суспільства зміни відбуваються і у співвідношеннях централізації та децентралізації. Відбувається перехід від формальної організації до корпоративних зв'язків, відносин, організації та культури [4].

У сучасному державному управлінні відбувається перехід від ідеології адміністративного управління до комплексної єдності ідеологій організаційно-адміністративної, інформаційно-аналітичної, соціальної служби та управління зв'язками з громадськістю. Ведеться активний пошук не лише прикладних теорій державного управління, а й загальної парадигми державного управління, яка слугуватиме ідейно-філософською основою сучасного державного управління. Звісно, набуття зарубіжного досвіду та впровадження окремих аспектів державного управління у практику вітчизняного державного управління можливе лише за умови ґрунтовного вивчення національної специфіки державного управління та відповідно до досягнень світової науки та громадськості [5, с. 60-67].

Необхідність змін внутрішньої системи державного управління в контексті викликів часу та зміни глобалізації в сучасному інформаційному суспільстві має базуватися не лише на закріпленні нових управлінських тенденцій, а й на комплексному викладі досвід і досягнення державного управління. Іноземні країни. Вважаємо, що подальші шляхи вдосконалення системи державного управління в Україні на основі поетапних процесів завершення адміністративно-територіальної реформи, запровадження електронного урядування в державному управлінні та подальшого завершення конституційної реформи в сенсі децентралізації мають бути здійснені з влади.

Список використаних джерел

1. Публічне управління: навч. Посібник А. В. Стасишин, Г.В. Капленко, Г. О. Комарницька та ін. [за заг.ред. А. В.Стасишина]. Львів:ЛНУ імені Івана Франка, 2019. 460 с.
2. Державне управління: підручник: у 2 т. Нац.акад.держ.упр. при Президентові України; ред. кол. Ю. В. Ковбасюк (голова), К. О. Ващенко (заст. голови), Ю. П. Сурмін (заст. голови) [та ін.]. – К.:Дніпропетровськ : НАДУ, 2012. – Т. 1. – 564 с.
3. Босак О.З. Публічне управління як нова модель управління у державному секторі. Державне управління: теорія та практика: Збірник наукових праць. Харків: Вид-во «Магістр», 2010.№ 2.
4. Державне управління: навч. підручник: у 2-х т. Нац. акад. Держ. упр. при Президентові України; ред. кол. Ю. В. Ковбасюк, (голова), К. О. Ващенко (заст. голови), Ю. П. Сурмін (заст. голови) [та ін.]. Київ: НАДУ, 2013. Т. 2. 324 с.
5. Туленков М. В. Концептуальні засади організації сучасного менеджменту: монографія. Київ; Ніжин: ТОВ Вид-во “Аспект-Поліграф”, 2006. 312 с.

Безтелесна Л., д.е.н., професор
Тіткова І., ст. магістратури
НУВГП, Україна, м. Рівне

УПРАВЛІННЯ КАДРОВИМ ПОТЕНЦІЛОМ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД: ДОЦІЛЬНІСТЬ І НЕОБХІДНІСТЬ

Загальновідомо, що в країні з 2014 року розпочалася децентралізація, яка передбачає передачу повноважень та фінансів від державної влади якнайближче до людей - органам місцевого самоврядування [1]. Власне, цей процес передбачав інституційно формування нових структур – об'єднаних територіальних громад та органів їх управління. Сформовані та діючі органи управління територіальних громад у процесі діяльності стикнулися з рядом проблем, що обумовлені, власне, організацією людського капіталу в органах місцевого самоврядування. Ці проблеми детально були відображені у презентованому дослідженні 7 жовтня 2021 р. на форумі, що проведений спільно Національним агентством кваліфікацій та Київською обласною радою [2]. І хоча Київська область не є типовою серед сукупності областей, але вона ілюструє хороші темпи соціально-економічного розвитку, а тому наявні проблеми у ній будуть характерними й

для інших, але з певним часовим лагом. Отож, згідно результатів дослідження органи місцевого самоврядування стикаються з такими проблемами, як: низька укомплектованість штату; майже відсутності молоді, працівників віком до 25 років, лише 1% серед працюючих; праці значної кількості працівників, що не проживають на території громади; потреби у фахівцях [2]. Отож, проведення форуму та презентація досліджень щодо організації людського капіталу в органах місцевого самоврядування підтверджується практичний інтерес і доцільність дослідження питань, що пов'язані з управлінням кадровим потенціалом територіальних громад.

Питання управління кадровим потенціалом також перебуває у центрі наукових досліджень, а саме визначенні його суті та моделей реалізації. Так, М.М. Арнаут і Митрофанова Т. В. [3] доводять, що серед науковців не існує одностайності у визначенні суті кадрового менеджменту, а існує багато підходів. Усіх їх можна розділити на дві основні групи. Перша група вважає, що кадровий менеджмент – це нова парадигма управління персоналом сучасної організації з точки зору цінності людських ресурсів, замінюючи поняття «управління персоналом» на поняття «управління потенціалом персоналу». Інша група вважає, що кадровий менеджмент – це один із елементів комплексної діяльності з управління персоналом в частині формування кадрового потенціалу організації. Обидві позиції об'єднує те, що вони оцінюють працівників, як головний актив організації і її цінність.

Абсолютно розділяючи погляди науковців щодо сутності кадрового менеджменту, вважаємо, що в основі його лежить кадровий потенціал, що обумовлює управління ним. Як правильно зазначає М. Маланчій [4], в управлінні визначальне місце завжди належить цілепокладанню, яке відіграє важливу роль у методології та організації і цей цілеспрямований вплив характерний і для кадрового потенціалу. Метою управління кадровим потенціалом має бути формування вихідного образу, який необхідний для досягнення результату. Власне, менеджмент територіальної громади має формувати бажаний образ кадрового потенціалу і прагнути його сформувати. У процесі діяльності територіальної громади доцільно і необхідно управляти кадровим потенціалом та забезпечити наступні вимоги до нього.

1. Кадровий потенціал не повинен бути декларативним, а абстрактним. Він повинен мати творчий, дієвий характер, націлений на досягнення позитивного результату.

2. Повинен бути системним, комплексним і всебічним. Це обумовлює його динамічність, а відтак поетапність проведення управління.

3. Як об'єкт треба розглядати все працююче населення ТГ, всі його рівні, тобто кадровий потенціал повинен бути загальним.

4. Мати новаторський, але не кон'юнктурний характер, йти на декілька кроків вперед, бути прогнозованим та випереджувальним.

5. Кадровий потенціал ТГ загострений на формування дієвого кадрового резерву: підготовка нової генерації кадрів для органів місцевого самоврядування, вихованих на патріотичних національних традиціях, історичному вітчизняному та сучасному світовому досвіді державного та місцевого управління, здатних до роботи на політичних, патронажних і адміністративних посадах.

6. Створення сприятливих умов і гарантій для виявлення кожним працівником своїх здібностей, реалізації позитивних інтересів і особистих планів, всебічно стимулюючи його професійний ріст і службове підвищення.

7. Регулярне проведення кадрових моніторингів з метою виявлення спонукальних і стимулюючих факторів службового просування, що також повинно бути предметом уваги і практичної діяльності кадрових підрозділів.

В основі реалізації управління кадровим потенціалом ТГ має бути покладена ідея про зростаючу роль особистості працівника, про необхідність знання його мотиваційних настанов, умінь їх формувати і спрямовувати відповідно до завдань, що стоять перед громадою. У кращих компаніях світу розроблені нові підходи до пріоритету цінностей: головне всередині організації – співробітники, головне поза організацією – споживачі послуг [4].

Головною метою в управлінні кадровим потенціалом ТГ має стати забезпечення її персоналом необхідної кількості і якості, організація його ефективної діяльності, професійного і соціального розвитку для реалізації місцевих, особистих і суспільних цілей. Результатом успішного

управління кадровим потенціалом ТГ має стати її стабільний соціально-економічний розвиток, а саме: збільшення як кількості реалізованих проектів, так і доходної частини бюджету, повна укомплектованість штату, підвищення комфортності, рівня та якості життя членів громади.

Список використаних джерел

1. Децентралізація дає можливості <https://decentralization.gov.ua/about>
2. Формування нових кваліфікацій у громадах в умовах децентралізації <https://nqa.gov.ua/news/forum-formuvanna-novih-kvalifikacij-u-gromadah-v-umovah-decentralizacii/>
3. Арнаут М.Н., Митрофанова Т.В. Кадровый менеджмент: сущность, подходы к трактовке, модели. Азимут научных исследований: экономика и управление. 2018. Т.7. № 1 (22). С. 22-25.
4. Маланчій М. Кадровий менеджмент у системі державного управління: принципи реалізації. Державне управління та місцеве самоврядування. 2019. Вип.2 (41).С.115-120.

Березівський Я., к.е.н., доц.

Львівський національний університет ветеринарної медицини та біотехнологій імені С. З. Гжицького, м. Львів, Україна

ІНСТИТУЦІЙНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ТЕХНОЛОГІЧНОЮ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ НАЦІОНАЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА

Вступ. В структурному аспекті система інституційного забезпечення технологічної конкурентоспроможності складається з різнофункціональних елементів, які в умовах ефективної інтеграції, запускають механізм інноваційно-технологічного оновлення та реформування галузей національного господарства і в результаті сприяють досягненню високих конкурентно-технологічних переваг. Відповідно, на сьогоднішній день існують різні підходи до визначення складових системи управління інфраструктурою технологічної та інноваційної діяльності.

Основна частина. В міру технологічної модернізації виробничих потужностей підприємств значно зросла роль інноваційно-інтегрованих структур (технопарків, інноваційних кластерів, інноваційно-технологічних центрів) у активізації процесів інноваційно-технологічного зростання як окремих підприємств, так і пріоритетних галузей національного господарства. Зважаючи на багатогранність компонент, які формують інфраструктуру технологічної конкурентоспроможності, пропонується розглядати її як систему взаємопов'язаних елементів, адже використання системного підходу дозволяє найкраще оцінити взаємозв'язки між окремими структурними компонентами [1, с. 253-270].

Здебільшого, у нормативно-правових документах з питань інноваційного розвитку у межах системи інноваційної інфраструктури виділяється виробничо-технологічна, фінансово-економічна, нормативно-правова, територіальна та кадрова підсистеми. Також серед підсистем інноваційної інфраструктури окремо варто виділити інформаційну, фінансову та матеріально-технічну складові стимулювання інноваційно-технологічних процесів.

Обґрунтовуючи системоформуючі компоненти інноваційної інфраструктури у прив'язці до хронологічних етапів реалізації інноваційної діяльності виділимо управлінсько-регулюючу, фінансово-економічну, науково-кадрову, комерційно-ринкову, інноваційно-популяризаційну підсистеми. Зокрема, суб'єкти управлінсько-регулюючої підсистеми інноваційної інфраструктури повинні формувати сприятливе середовище для виникнення інноваційних ідей, тоді як фінансово-економічна та науково-кадрова – перетворювати інноваційну ідею у технологічний результат, який може принести прибуток через комерціалізацію та популяризацію технологічної новинки у галузях національного господарства.

Розкриваючи структурно-змістове наповнення підсистем інноваційної інфраструктури, до ключових елементів фінансово-економічної інфраструктури інноваційної діяльності доречно віднести фонди підтримки інноваційного бізнесу, венчурні фонди, страхові компанії, фінансово-кредитні установи; до інноваційно-популяризаційної – інноваційно-технологічні центри, технопарки, інкубатори бізнесу, інформаційні системи [2, с. 1785-1798; 3, с. 14-19].

Зараховуючи до виробничо-технологічних елементів інноваційної інфраструктури технопарки, інноваційно-технологічні, інжинірингові центри, центри розвитку високих

технологій, варто велику увагу приділити елементам, які просувають, популяризують та сприяють комерціалізації інноваційних технологій. Серед них – центри комерціалізації технологій, виставки, зовнішньоторговельні об'єднання, спеціалізовані посередницькі фірми.

Цілком справедливо додатково виокремлювати нормативно-правову та організаційну структурні підсистеми інноваційно-технологічної інфраструктури. Враховуючи, що інноваційно-технологічне зростання повинно відбуватися в межах правового поля, до елементів даної підсистеми варто зарахувати кодекси, закони, укази, постанови, розпорядження та рішення державних і місцевих органів влади, які регулюють відносини у сфері впровадження інноваційних технологій та використання прав інтелектуальної власності. Організаційні елементи інноваційної інфраструктури конкретизуються в площині чіткого розподілу функцій та завдань, налагодження ефективних управлінських та комунікаційних контактів між учасниками інноваційно-технологічної діяльності [4, с. 32-51].

Відмітимо, що функція створення нових технологій та інновацій у галузях національного господарства покладається в основному на науково-дослідні інститути, університети, окремі підприємства інноваційно-технологічного профілю. Водночас, прогрес наукової думки засвідчив застарілість даної сентенції. Науково-технічний та інформаційно-технологічний прогрес прискорив цифрову трансформацію світових економік та сформував потребу у швидкому акумулюванні інноваційно-технологічних ресурсів. Загострення конкурентної боротьби при інноваційно-креативному зростанні галузей економіки привело до формування інноваційної філософії суспільно-економічного розвитку та функціонування в умовах стану безперервної технологічної гонки, яка у випадку технологічного зростання галузей національного господарства, відображається у формуванні інноваційно-інтегрованих структур .

Варто відзначити, що нові суб'єкти технологізації національного господарства володіють більш якісними організаційно-управлінськими та економічними параметрами і це дозволяє їм більш ефективно досягати визначених стратегічних цілей та виконувати завдання щодо набуття технологічних конкурентних переваг галузями національного господарства та державою загалом [5, с. 117-123].

Висновки та пропозиції. Питання розвитку інноваційної інфраструктури в контексті забезпечення сталого реформування та оновлення галузей національного господарства розкрито доволі комплексно, водночас аспект процесів технологізації в інноваційному розвитку економіки часто залишався поза увагою, що сформувало певну теоретико-методичну прогалину. Загострення конкурентної боротьби за встановлення технологічної першості та технологічного озброєння пріоритетних галузей національного господарства обґрунтовує потребу у подальшому теоретичному осмисленні питань організації інституційної системи управління технологічними процесами.

Список використаних джерел

1. Лупак Р. Л. Державна політика імпортозаміщення в системі забезпечення економічної безпеки України: пріоритети та інструменти реалізації : монографія. Львів : Вид-во ННБК «АТБ», 2018. 527 с.
2. Kunytska-Iliash M., Berezivskyi Y., Nakonechna N., Ivanova L., Vasylytsiv T., Lupak R. Information and analytical support system of enterprise competitiveness management. *Accounting*. 2021. № 7(7). P. 1785-1798.
3. Shtets T., Lupak R., Vasylytsiv T. General aspects of state policy to ensure the digital transformation of the national economy. *International independent scientific journal*. 2020. № 20. Vol. 2. P. 14-19.
4. Васильців Т. Г., Лупак Р. Л., Волошин В. І. Стратегічні імперативи державної політики протидії гібридним загрозам та забезпечення економічної безпеки України. *Економіка України*. 2021. № 2(711). С. 32-51.
5. Lupak R. L., Kunytska-Iliash M. V. Conceptual Relationships between the Systems of Ensuring the Economic Security of the State and the Implementation of the State Policy of Import Substitution. *Problemy Ekonomiky*. 2017. № 2. P. 117-123.

ГЛАБАЛЬНЫЯ ВЫКЛІКІ СУЧАСНАГА СВЕТУ І ІХ УПЛЫЎ НА ФІНАНСЫ ДЗЯРЖАВЫ

У цяперашні час функцыянаванне эканомік розных дзяржаў адбываецца ва ўмовах дзеяння глабальных выклікаў сучаснага свету. З англійскай мовы слова "выклік" (challenge) перакладацца як – патрабаванне памерацца сіламі. У беларускай транскрыпцыі гэтым словам пазначаюць пытанне, якое немагчыма хутка вырашыць. Зыходзячы з гэтага тлумачэння, і фармуецца рэакцыя на выклік: распачаць пэўныя меры для таго, каб даць адказ на яго, змякчыць наступствы выкліку або прадухіліць яго.

Глабальныя выклікі выяўляюцца як якасна новыя ўмовы развіцця, на якія ўжо практычна немагчыма ўплываць, але іх абавязкова трэба ўлічваць нацыянальным эканомікам у сваім далейшым развіцці. Застацца ў баку ад іх не ўяўляецца магчымым. А адказ на гэтыя глабальныя выклікі патрабуе дадатковай увагі ўрада, дадатковага расходу фінансавых рэсурсаў, (не абумоўленага праўдзівымі патрэбамі нацыянальнай эканомікі). Узнікае неабходнасць карэкціроўкі фінансавай палітыкі дзяржавы, перафарматавання задуманых да выканання мерапрыемстваў, распрацоўкі новых мер, новага фінансавага механізму іх практычнай рэалізацыі. Напрыклад, пры распрацоўцы дзяржаўнай Праграмы сацыяльна-эканамічнага развіцця Рэспублікі Беларусь на 2021-2025 гады гэтыя выклікі ўлічваліся па многіх пазіцыях, якія тычацца напрамкаў развіцця беларускага грамадства і іх фінансавага забеспячэння [1].

Распрацоўцы мер эфектыўнага рэагавання на глабальныя выклікі павінна папярэднічаць работа па вывучэнні іх зместу, напрамкаў дзеяння. Для гэтага даследчыкі прапануюць наступную грунтоўную іх класіфікацыю, з вылучэннем у іх складзе: экалагічных, эканамічных, геапалітычных, сацыяльных і тэхналагічных выклікаў [2].

Глабальныя экалагічныя выклікі праяўляюць сябе ў сітуацыях, якія адносяцца да навакольнага асяроддзя. Сучасная рэчаіснасць характарызуецца экстрэмальнымі прыроднымі ўмовамі і катаклізмамі, экалагічнымі катастрофамі, узрастаннем колькасці надзвычайных сітуацый, што прыводзіць да маштабнай шкоды нацыянальным эканомікам краін і рэгіёнаў, чалавечым ахвярам, наносіць непараўнальную шкоду навакольнаму асяроддзю.

Глабальныя эканамічныя выклікі выяўляюцца ў крызісных з'явах і спадах вядучых эканомік, а менавіта ў ключавых іх сферах: бюджэтнай, банкаўскай, інфраструктурнай, фіскальнай. Сюды ж адносяцца інфляцыйны ціск; крытычная пазыковая нагрузка; зніжэнне ліквіднасці; падзенне коштаў на актывы; банкруцтва; коштавая нестабільнасць на рынках энерганосьбітаў, сыравіны, харчавання; высокая беспрацоўе і іншыя маштабныя збоі ў эканамічных сістэмах.

Глабальныя геапалітычныя выклікі – гэта праблемы, звязаныя з паслабленнем ўплыву міжнародных інстытутаў і міжнароднага права; парушэннем міждзяржаўных пагадненняў і дамоўленасцяў; збоямі глабальнага кіравання; крызісам унутранай і знешняй палітыкі дзяржаў, палітычных і ваенных блокаў; умяшаннем адных дзяржаў ва ўнутраныя справы іншых; злачынным ваенна-палітычным ціскам; распаўсюджваннем і пагрозай прымянення зброі масавага паражэння; нядобрасумленнай канкурэнцыяй, пратэксцыянізмам і правядзеннем неправамернай санкцыйнай палітыкі.

Глабальныя сацыяльныя праблемы з'яўляюцца маштабнымі пагрозамі, звязанымі з нестабільнасцю дынамікі насельніцтва, буйнамаштабнай, некіравальнай міграцыяй; павелічэнне няроўнасці даходаў і разрыў у жыццёвым узроўні паміж самымі багатымі і самымі беднымі грамадзянамі і краінамі; праблемы выжывання чалавека (харчовай і водны крызісы) і пагроза хвароб (распаўсюджванне інфекцый, з'яўленне новых хвароб і недасканаласць сістэмы барацьбы з імі).

Глабальныя тэхналагічныя выклікі спараджаюцца ў выніку негатыўнага ўплыву дасягненняў навукова-тэхнічнага прагрэсу на жыццё чалавецтва, перш за ўсё, залежнасць ад тэхнічных сістэм і маштабныя ўзрушэнні пры выхадзе іх з ладу, пры збоях у працы ключавых інфармацыйных блокаў, ад якіх залежаць дзяржаўнае, муніцыпальнае і карпаратыўнае кіраванне,

функцыянаванне фінансаў, унутраная і знешняя бяспека, прамысловая вытворчасць, сфера паслуг і камунікацыі. Сюды адносіцца таксама крымінальнае выкарыстанне персанальных дадзеных, беспрэцэдэнтныя маштабы крадзяжу электронных дадзеных, эскалацыя буйнамаштабных кібератак, незаконная праслухоўка тэлефонаў, татальная электронная сачэнне і т. п.

Уплыў глабальных выклікаў і пагроз на развіццё эканомікі Рэспублікі Беларусь адбываецца па наступных асноўных кірунках:

- яны спараджаюць сацыяльныя праблемы беларускага грамадства;
- яны патрабуюць дадатковай арганізацыйнай і фінансавай увагі к далейшаму развіццю рэальнага сектара эканомікі;
- яны патрабуюць дадатковых укладанняў у актывізацыю інавацыйнай дзейнасці ў дзяржаве;
- яны прадвызначаюць паскарэнне лічбавай трансфармацыі беларускага грамадства;
- яны ствараюць перадумовы і вызначаюць напрамкі ўдасканалення дзяржаўных фінансаў у Беларусі.

Прыведзены ўплыў глабальных выклікаў на беларускую эканоміку, можа выяўляцца і ў іншых краінах. Трэба быць гатовымі да адказу на іх.

Спіс выкарыстаных крыніц

1. Праграма сацыяльна-эканамічнага развіцця Рэспублікі Беларусь на 2021-2025 гады. Указ Прэзідэнта Рэспублікі Беларусь ад 29.07.2021 № 292

2. Іваноў А. Б. сучасны свет: глабальныя тэндэнцыі, выклікі і пагрозы. "ЭТАП: Эканамічная тэорыя, аналіз, практыка" 2019 № 1 с.: 20-36

Васьківська К., д.е.н., професор

Романюк М., студентка

Львівський національний університет
Імені Івана Франка, м. Львів, Україна

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ В УКРАЇНІ

Публічне управління для України є досить новим і до кінця не сформованим у суспільстві явищем, яке потребує об'єктивних основ виникнення. Вивчаючи сучасний стан потрібно звернути увагу на фактори та чинники, які виникають так, як публічне адміністрування перебуває під впливом низки тенденцій та факторів суспільного розвитку.

Засновником публічного управління вважається Вудро Вільсон, який у 1881 році у своїй статті «Дослідження адміністрації» визначає «публічне управління», як предмет адміністративного дослідження. Деяко з часом ще досить багато вчених досліджували публічне управління.

Публічне управління – це управління, що здійснюється на основі волевиявлення громади та реалізується суб'єктами, визначеними громадою, для задоволення потреб і досягнення цілей громади як об'єкту управління.

Сучасне публічне управління в Україні розглядається, як взаємодія інституцій державної влади, місцевого самоврядування та інституцій громадянського суспільства, що організовані на правових засадах з метою реалізації інтересів суспільства та держави на засадах нових та вдосконалення наявних концепцій, теорій, принципів і методів.

Публічне адміністрування пов'язане із виконавчою гілкою влади та розглядається, як:

- професійна діяльність державних службовців, що охоплює всі види діяльності, що спрямовані на реалізацію рішень уряду;
- вивчення та розроблення, впровадження напрямків державної політики.

Публічне адміністрування є сукупністю державних та недержавних суб'єктів публічної влади, що у свою чергу є структурним елементом по-перше – орган виконавчої влади, по-друге – виконавчі органи місцевого самоврядування.

Наукова теорія «Публічне управління» має певні структурні складові: філософські засади,

понятійно-категоріальний апарат, концептуальні ідеї, виявлення закономірностей та методи дослідження.

Філософські засади у собі характеризують отологічні та гносеологічні аспекти. Саме і він визначає суб'єкт, об'єкт, предмет публічного управління, його сфери, протиріччя та зв'язки. Та включає у себе чималий ряд складових.

Понятійно-категоріальний апарат завдяки поняттям та певним категоріям на рівні високої розумової діяльності людина пізнає дійсність та сутнісні характеристики соціального буття.

Концептуальні ідеї включають у себе основні засади теорії публічного управління.

Закономірності у собі формують науковий образ публічного управління. Можна виокремити такі основні закономірності та закони публічного управління:

1. Закон залежності управління конкретним суспільством від закономірностей розвитку світу та світової цивілізації
2. Закон обумовленості системних і інституціональних засадах публічного управління базовими цінностями суспільства
3. Закон системності публічного управління.
4. Закон ціннісно-ситуативного спрямування публічного управління.
5. Закон необхідності посилення регулювання та управління суспільними процесами.
6. Закон «необхідного багатоманіття» управляючих впливів. “
7. Закон участі населення, груп інтересів і громадян в публічному управлінні, підвищенні його результативності, ефективності, відповідальності.
8. Закон соціально-професійної стратифікації та функціонування механізмів соціальної мобільності, формування й функціонування еліт

Методи дослідження у своєму розгляді може включити та використовувати весь арсенал наукових методів.

Механізми публічного адміністрування поділяють на три типи:

- механізми-знаряддя, є призначені для досягнення конкретної мети або здійсненню цілеспрямованого впливу шляхом застосування одного або кількох засобів відповідних;
- механізми-системи, надає можливість представляти будь-яку систему у якості механізмів, що у собі відображають сукупність взаємодій між підсистемами та елементами;
- механізми-процеси, являють собою визначену послідовність здійсненню певних дій, на рахунок об'єктів на які вони є спрямовані та відображають певні зміни в цих об'єктів під дією зовнішніх та внутрішніх факторів.

Механізми публічного адміністрування за своєю побудовою поділяються на:

- цільові, що включають у себе спрямування певної мети;
- механізми функціонування системи публічного адміністрування на різних етапах суспільного розвитку країни;
- механізми здійснення процесу публічного адміністрування різними владними органами та окремими посадовими особами.

Список використаних джерел

1. Джерело 1 ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ В УКРАЇНІ: СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПРОБЛЕМИ [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: http://www.dy.nauka.com.ua/pdf/3_2020/39.pdf.

2. Джерело 2 ПУБЛІЧНЕ УПРАВЛІННЯ: ШЛЯХИ РОЗВИТКУ [Електронний ресурс]. – 2014. – Режим доступу до ресурсу: http://academy.gov.ua/NMKD/library_nadu/Mater_konf_NADU/cd2037c0-71c9-458f-aad6-946f6e8488c8.pdf.

3. Джерело 3 РОЗВИТОК ПУБЛІЧНОГО АДМІНІСТРУВАННЯ ЯК УМОВА ВДОСКОНАЛЕННЯ ФУНКЦІОНУВАННЯ ОРГАНІВ ВЛАДИ [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: http://www.pubadm.vernadskeyournals.in.ua/journals/2018/2_2018/5.pdf.

4. Джерело 4 Сучасний стан розвитку публічного управління в Україні [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <file:///C:/Users/Admin/Downloads/666-Article%20Text-984-1-10-20191111.pdf>.

ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ НАДАННЯ АДМІНІСТРАТИВНИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ

Одна з головних ознак демократичного суспільства і правової держави – це якісне надання органами публічної влади адміністративних послуг. Процеси демократизації і суспільних перетворень в Україні визначають пріоритет публічно сервісної спрямованості діяльності органів виконавчої влади та органів місцевого самоврядування в ході реалізації повноважень, покладених на них чинним законодавством. На сучасному етапі в Україні триває реформування місцевого самоврядування, головним завданням якого є усунення недоліків, що стоять на заваді здійснення ефективної управлінської діяльності, а саме: відсутність належної правової бази щодо розподілу повноважень між органами державної влади та органами місцевого самоврядування; неузгоджена система адміністративно-територіальних одиниць; несформована фінансово-економічна база органів місцевого самоврядування, яка б дала їм змогу надавати повноцінні адміністративні послуги.

Досвід розвинутих, соціально-відповідальних країн Західної Європи, Північної та Південної Америки, Азії і Африки [1-2] однозначно демонструє, що вся державна і ділова бюрократія (в позитивному розумінні цього терміну) у своїй управлінській діяльності є й буде ефективною та результативною тільки за тієї умови, коли свою діяльність будуватиме на фундаменті концептуально новітніх знань про людину, суспільство і державу, про принципи і закономірності їх розвитку, про сучасні організаційні інновації, інноваційні управлінські технології, організаційні механізми та інструменти, про можливості і потенціал використання в процесах урядування і обслуговування населення сучасних інформаційно-комп'ютерних технологій тощо.

На підставі цього неважко дійти висновку, що в більшості розвинутих країн світу і їх управлінським корпусом, і суспільством все глибше усвідомлюється важливий факт, що будь-які аномальні проблеми у відносинах між державними і самоврядними службами з одного боку та населенням держави і її територіально детермінованих часток з іншого обумовлені незадовільним рівнем професіоналізму державних службовців і працівників органів місцевого самоврядування, а також їх сателітних структур (установ, організацій, центрів, агентств і т. п.), їх невідповідних сучасним вимогам і нормам морально-духовного та інтелектуально-ментального стану.

Забезпечення високонадійного функціонування системи управління державою вимагає пріоритетної і постійної уваги до корекції та оптимізації саме цих характеристик її людських ресурсів, що ставить завдання з вивчення, оцінки та вдосконалення професіоналізму, моральності і ментальності «слуг народу» у число пріоритетних і самих актуальних наукових завдань у відповідній сфері досліджень.

Актуальність і важливість цієї проблеми пояснюється динамічною трансформацією суспільства в результаті становлення, масштабного поширення і розвитку економіки знань, формування постіндустріального світу, інформаційного суспільства з відповідними змінами в інтелекті, ментальності, моральності і духовності людей демократизованого і лібералізованого світу – людей, щодо яких поступово втрачають силу і вплив традиційні методи управління і впливу з боку органів влади.

Розвиваючи цю тезу, доцільно звернутись до роботи В. Петренка [3], в якій вперше у вітчизняній економічній теорії на основі дослідження методологічних і практичних основ управління використанням інтелектуальних ресурсів соціально-економічних систем національного господарства автором була запропонована управлінська парадигма «інтелектуалізованому суспільству – інтелектуалізоване управління». Розповсюдивши цей імператив на процеси і процедури надання послуг владою населенню, отримаємо адаптований до цієї сфери взаємовідносин складових українського соціуму варіант формули – «інтелектуалізованому суспільству – інтелектуалізоване обслуговування і послуги», який означає, що всі види послуг населенню сьогодні повинні надаватися і державними службовцями, і працівниками органів самоврядування виходячи з нових позицій, потреб і прагнень оновленого, демократизованого і лібералізованого суспільства постіндустріальних цінностей і оцінок.

Саме на цьому шляху лежить розв'язання проблем кризи державного управління і місцевого самоврядування у всіх пострадянських країнах, в тому числі і в Україні. При цьому, як і у всьому світі, реінжиніринг, реформування та вдосконалення відповідних служб на всіх рівнях ієрархії управління державою повинні бути орієнтованими на викорінення із суспільної практики традиційних технологій «сильної держави», «влади закону» і «авторитету чиновника», які в багатьох випадках продовжують некваліфіковано і сліпо втручатися у соціальну дійсність громадян, діючи від імені органу («суб'єкта»), в якому працюють і виконують покладені (делеговані) цьому органу (а не службовцю) повноваження.

Стає очевидним, що для державно-управлінської системи у процесі її функціонування сьогодні існує реальна потреба в компетентних управлінських працівниках, оскільки її характерною рисою є залежність людини від людини, що уособлюють собою типову управлінську пару «суб'єкт - об'єкт». Слід визнати необхідність адекватних, а інколи і випереджаючих змін у характеристиках відповідної множини «суб'єктів надання» адміністративних послуг – кадрового наповнення органів державного управління і місцевого самоврядування нашої країни. При цьому, основні зміни повинні відбутися в напрямку суттєвого підвищення етичного та інтелектуального потенціалу цього кадрового наповнення на основі професійного оволодіння знаннями і досвідом щодо тих сфер життєдіяльності українського суспільства, які потребують регулювання і якими необхідно якісно управляти.

В Україні уже тривалий час ведеться наполеглива і результативна робота щодо вдосконалення процесів і процедур надання адміністративних послуг населенню, учасниками цієї роботи уже накопичено достатньо вагомий матеріал і його узагальнення та оцінка можуть сприяти виявленню і вирішенню реальних проблем.

Список використаних джерел

1. Berman Evan M., Bowman James S., West Jonathan P., Van Wart Montgomery R. Human Resource Management in Public Management. SAGE Publications, Inc., 2013. 552 p.
2. Transforming the citizen experience. One Stop Shop for public services. PwC. Public Sector Research Centre. URL : <http://www.pwc.com/gx/en/psrc/australia/transforming-the-citizen-experience-one-stop-shop-for-public-services.jhtml>
3. Петренко В. П. Управління використанням інтелектуальних ресурсів соціально-економічних систем : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня д-ра економ. наук : спец. 08.00.03 «Економіка та управління національним господарством». Львів, 2009. 38 с.

Герасимів З., к.геогр.н., доц.
ВП НУБіП України «Бережанський
агротехнічний інститут»

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ

Сучасні трансформаційні зміни в економіці, інтеграція та глобалізація господарства вимагають перегляду підходів до ведення бізнесу із врахуванням проблем екології, вичерпності природних ресурсів та максимального задоволення потреб людини. Забезпечення сталого еколого-соціально-економічного розвитку вимагає зміни пріоритетів господарювання.

Концепція корпоративної соціальної відповідальності передбачає дотримання етичних вимог у відносинах із працівниками та споживачами, а також відповідальність перед суспільством за використання природних ресурсів та вплив на навколишнє середовище.

Корпоративна соціальна відповідальність – це відповідальність організації за вплив її рішень і діяльності на суспільство та довкілля через прозору та етичну поведінку, що сприяє сталому розвитку, здоров'ю та добробуту суспільства, враховує очікування зацікавлених сторін, відповідає існуючому законодавству та узгоджується з міжнародними нормами поведінки, інтегрована у діяльність всієї організації, реалізується на практиці взаємовідносин організації [2].

Туризм в сучасних умовах господарювання є важливою галуззю, яка динамічно розвивається, спрямована на задоволення потреб населення, виступає модератором розвитку економіки, є важливим джерелом наповнення бюджету та має хороші перспективи подальшого

розвитку. Лише за умови державної підтримки та перетворення туристичної діяльності в туристичний бізнес можлива реалізація її економічної, соціальної та екологічної складових.

Туристична діяльність пов'язана з реалізацією концепції соціальної відповідальності, яка сьогодні займає важливе місце у взаємовідносинах бізнесу із суспільством.

Запровадження принципів соціальної відповідальності в туристичному бізнесі знаходиться лише на початковій стадії, тому дослідження проблем, пов'язаних із реалізацією складових соціальної відповідальності у сфері туризму сьогодні є особливо актуальними.

Туристичний бізнес в умовах сьогодення стикається з низкою проблем, вирішення яких для нього є пріоритетними. Серед них можна назвати наступні:

- недостатній рівень державної підтримки туристичної діяльності;
- недосконалі законодавча, нормативно-правова бази туристичної сфери, неадаптованість їх з європейським та світовим законодавством;
- необхідність запровадження податкових пільг для активізації туристичного бізнесу;
- потреба в розробці та реалізації регіональних програм розвитку туризму;
- недостатня матеріально-технічна база туристичних підприємств;
- нерозвинута інфраструктура туристичної сфери;
- недостатній рівень запровадження інноваційних рішень;
- низька конкурентоспроможності вітчизняної туристичної індустрії;
- необхідність залучення вітчизняних та іноземних інвестицій;
- нестача кваліфікованих кадрів для потреб туристичної сфери.

Туристичний бізнес в умовах сьогодення розвивається а умовах ризиків, однак успішне його функціонування неможливе без реалізації концепції соціальної відповідальності.

Виділяють внутрішню та зовнішню складові соціальної відповідальності туристичного бізнесу. Внутрішня складова включає такі елементи:

- безпека праці;
- стабільність заробітної плати;
- обґрунтованість розміру заробітної плати;
- додаткове медичне соціальне страхування;
- програми підвищення кваліфікації та безперервного навчання;
- допомога працівникам у критичних життєвих ситуаціях.

Основними зовнішніми складовими соціальної відповідальності є наступні:

- спонсорство та корпоративна благодійність;
- відповідальність перед клієнтами за якість послуг;
- взаємодія з місцевими органами влади;
- сприяння охороні навколишнього середовища;
- відповідальність перед партнерами за виконання умов співпраці;
- відповідальність перед державою за виконання норм законодавства [1].

Внутрішня складова передбачає створення сприятливих умов життєдіяльності для працівників, підвищення добробуту, збільшення соціальних гарантій, своєчасну виплату заробітної плати та сплату податків, підвищення кваліфікації працівників.

Зовнішня складова визначає економію ресурсів, охорону навколишнього середовища, надання якісних послуг споживачам, спонсорство та благодійну діяльність.

Принципи соціальної відповідальності реалізуються переважно великими компаніями. Вони є важливою складовою успішної стратегії, що забезпечує формування позитивного іміджу, зміцнює репутацію та приваблює нових клієнтів.

Основними перевагами, які отримує туристичний бізнес від запровадження та реалізації принципів соціальної відповідальності є наступні:

- залучення соціальних інвестицій;
- підвищення конкурентоспроможності туристичного продукту;
- зменшення претензій зі сторони контролюючих органів;
- доступ до нових ринків реалізації туристичних послуг;
- формування позитивної ділової репутації;
- економія ресурсів;
- розширення економічних можливостей туристичного бізнесу.

Соціальна відповідальність у сфері туристичного бізнесу передбачає свідому діяльність із врахуванням можливих негативних наслідків для навколишнього середовища, узгодження своєї діяльності з екологічними, економічними та соціальними вимогами, дотримання вимог етики та моралі, дає змогу ефективно функціонувати та забезпечувати виробництво конкурентоспроможного туристичного продукту.

Список використаних джерел

1. Гончарова С. Ю., Гончаров А. Б., Аграмакова Н. В. Соціальна економіка: сутність, принципи, функції та основні орієнтири для України. *Бізнес Інформ*. 2018. №3. С. 21 – 26.
2. Посібник із КСВ. Базова інформація з корпоративної соціальної відповідальності / Кол. Автор.: Лазоренко О., Колишко Р., та ін. К.: Видавництво «Енергія», 2008. 96 с.

Гринявський С., аспірант
НААН «Інститут аграрної економіки»
докт.екон.наук, проф., академік Жук В.М.

НЕОБХІДНІСТЬ ІНСТИТУЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

Діяльність сільськогосподарських підприємств сьогодні вимагає актуальних підходів обліку до розвитку планування їх процесів в майбутньому. Вітчизняні підприємства потребують розвитку наукових досліджень в сфері інституційних аспектів стратегічного управління. Адже наведення конкретно сформованого алгоритму дій, який можна використати в конкретній ситуації надасть можливість з легкістю прийняти рішення. Підвищення ролі інституцій запроваджених на підприємстві покращить обліково-аналітичне забезпечення системи бухгалтерського обліку загалом.

Аналіз наукових досліджень в наукових працях В.С. Хоменко, А.А. Костякова, Н.Ю. Єршова, В.М. Жук, А.В. Довбуш, Р.Ф. Бруханський, Н.М. Цветкова, В.Р. Шевчук, М.М. Зозуляк, О.Є. Власова, В.І. Попович, з питань інституцій стратегічного обліку свідчить про недостатнє висвітлення даної теми, що зумовлює об'єктивну необхідність для перегляду та висвітлення новацій в обробці інформації для побудови стратегічного управлінського обліку сільськогосподарського підприємства.

Трагування інституційного забезпечення стратегічного управлінського обліку відповідає сучасним викликам управління. Еволюція ділового середовища потребує щоб показники стратегічного управлінського обліку не були виключно фінансовими, а належно інтегрувались в основні стратегічні завдання бізнесу, а оскільки з плином часу останні змінюються, те саме повинно відбуватися з показниками управлінської діяльності. Ці спеціально підібрані показники для прийняття стратегічного рішення полягають у виборі конкретного варіанта, що в свою чергу забезпечать максимальну економічну вигоду підприємства, навіть якщо найкращий вибір – це лише менші збитки порівняно з іншими альтернативами. Вибір максимальної вигоди можна робити тільки в контексті конкретно запропонованої інституції.

Тільки при належному інституційному забезпеченні підприємств сільськогосподарської галузі облік буде на відповідному рівні, на якому буде робитися вибір стратегії, і часовий діапазон її проведення. В свою чергу вирішення поточних завдань буде підпорядковано досягненню поставленого довгострокового плану, дій, виконанню попередньо сформованих рішень, що налаштує господарську діяльність відповідно до сформованих цілей та отримання бажаних результатів, а при найменшому коливанні, зміні показників, можна буде застосувати ту чи іншу інституцію відповідного характеру для стабілізації ситуації, забезпечення необхідного виконання обґрунтованих планів. Що в свою чергу надасть досягти високого рівня лідерської позиції на ринку відносно конкурентів. Використання інституційного забезпечення стимулюватиме реалізацію стратегічного управління, адже розроблені та вчасно використані інтегровані плани, не тільки полегшить повсякденну діяльність, а й наблизить до досягнення запланованих результатів.

Громоздова Л., к.е.н., професор
Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана
Ілляшенко І., к.е.н., доц.
Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана

ПОТЕНЦІАЛ ЕТНОГРАФІЧНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

Вступ. Сучасний етап розвитку туризму вирізняється високими вимогами з боку зацікавленої клієнтури, що вимагає від організаторів туризму постійного урізноманітнення пропозиції. У зв'язку з цим спостерігається поява та виокремлення нових напрямків, і, навіть, формування нових видів туризму. Це в свою чергу потребує узагальнення досвіду їх організації, виявлення їх характерних ознак, дослідження географії туристичних потоків та ресурсного потенціалу.

Основна частина. Етнографічний туризм сьогодні є видом туризму, який активно розвивається. Він заснований на інтересі туристів до справжнього життя народів, до ознайомлення з традиціями, обрядами, творчістю і культурою. Знайомство з етнічними особливостями інших культур дозволяє скласти єдину картину багатостороннього світу з унікальними в своїй індивідуальності етносами.

Етнографічний туризм сприяє збереженню та залученню етнографічних ресурсів певних територій до світової культурної спадщини.

На теперішній час існують різноманітні трактування визначення «етнографічний туризм», крім того доволі часто застосовуються і терміни «етнічний туризм», «етнокультурний туризм», «ностальгічний туризм», а на зарубіжного туристичному ринку поняття «етнографічний туризм» ототожнюється з терміном «антропологічний туризм (або туризм способу життя)», хоча ці поняття не мають синонімічного значення і повинні бути чітко розмежовані [1].

«Етнографічний туризм» – це вид туризму, що має суміжні риси з культурно-пізнавальним туризмом, об'єкти яких часто перекликаються, та головною метою якого є пізнання культурної спадщини відвідуваної місцевості [2].

Як окремий вид туризму етнографічний туризм виконує велику кількість соціальних функцій, найбільш значущі з них [3]:

- сприяє толерантному ставленню до представників різних етносів;
- допомагає зберегти культурне, соціальне і ландшафтно-екологічне різноманіття;
- забезпечує фінансову підтримку музеїв, театрів та інших об'єктів культури, що мають велике значення не тільки для туристів, а й для місцевих жителів;
- сприяє зміцненню почуття ідентичності та подальшого збереження культури регіону, в якому проживає та чи інша етнічна група;
- зберігає різноманіття і багатогранність сучасного світу;
- сприяє відродженню місцевої кухні, ремесел та художніх промислів;
- забезпечує альтернативу поступового економічного спаду і депопуляції, які загрожують багатьом сільським територіям (зокрема створює нові робочі місця для місцевого населення);
- підвищує культурний рівень корінного населення, налагоджує культурні зв'язки з представниками інших культур.

Етнографічний туризм має широку аудиторію споживачів, яка практично не залежить від віку, зазвичай в одній групі можливе обслуговування як дорослих, так і дітей. Щоправда, слід зважати й на те, що в етнографічному туризмі розробляються тури спеціально для певної вікової групи та певної групи населення (наприклад, етнографічні тури для етнічних груп, з метою відвідання їх історико-етнічних місць проживання), в таких турах потрібно зважати на однорідність споживачів послуг.

Висновки і перспективи подальших досліджень. В підсумку можна зазначити, що, в етнографічному туризмі закладена ідея збереження, примноження і передачі нащадкам історико-культурної спадщини. Цей спеціалізований вид туризму має ряд організаційних особливостей.

Україна має багатий та різноманітний ресурсний потенціал для розвитку етнографічного туризму, достатньо гарно вивчений та збережений, який представлений всіма його різновидами. Проте регіони України мають значний відрив в ресурсному забезпеченні етнографічного туризму за областями держави, і можуть бути використані при розробці та уточненні програм і стратегій

розвитку галузі. Розвиток же етнографічного туризму що в майбутньому допоможе зберегти самобутність українського народу, його історію та культуру, привертатиме увагу вітчизняних і іноземних туристів, що в підсумку принесе країні збільшення конкурентоспроможності та профілювання на міжнародному туристському ринку.

Список використаних джерел

1. Біржаков М.Б. Введення в туризм: [навч. посібник] / М.Б Біржаков – СПб.: Герд – 2000. – С. 192.
2. Божко Л.Д. Культурний туризм як важливий чинник соціальнокультурного розвитку регіонів України / Теорія та історія культури (філософські й культурологічні виміри) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/ku/2011_32/32-1-19.pdf. (дата звернення: 11.08.2018).
3. Бочан І.О. Вступне слово про етнотуризм / І.О. Бочан // Розвиток етнотуризму: проблеми та перспективи: Зб. матер. Всеукр. наук.- практ. конф. молодих вчених (Львів, 2 – 3 березня 2011 р.) – Міністерство освіти і науки, молоді та спорту України, Львівський інститут економіки і туризму. – Львів – 2001. – С. 1.

Довгенко Я., к.е.н., доц.
Центральноукраїнський державний педагогічний університет
імені Володимира Винниченка

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ГЛОБАЛЬНОЇ ПРОДОВОЛЬЧОЇ БЕЗПЕКИ ТА МІСЦЕ УКРАЇНИ В ЇЇ ДОСЯГНЕННІ

Вступ. Проблема продовольчої безпеки людства набуває в наш час особливого значення. За даними ФАО абсолютна кількість людей, які недоїдають, зросла від 804 млн осіб у 2016 р. до 821 млн осіб у 2020 р., тобто на 2,1% [3].

Крім того, протягом останніх років розширилося коло країн, де існують проблеми з продовольчим забезпеченням з різних причин: через військові дії, що призвели до порушення ланцюгів постачання продовольства (Сирія); політичну нестабільність і зростання цін на продовольство (Ємен); природні катаклізми (Філіппіни); неврожаї та посуху (ряд африканських країн). Обмежений доступ до продовольства, особливо до здорової їжі, спричиняє зростання кількості хвороб, високу дитячу смертність (5 млн дітей щорічно) і зумовлює вкрай низьку якість життя, провокує соціальну нестабільність. Усе це виводить проблему глобальної продовольчої безпеки на чільне місце і потребує зростання обсягів виробництва харчових продуктів на основі вдосконалення методів та підвищення ефективності виробництва, запобігання негативним екологічним наслідкам від ведення виробничої діяльності та впровадження дієвого механізму розподілу продовольства. Останнє, у свою чергу, залежить від можливості досягнення узгоджених дій всіх країн світу незважаючи на рівень їх продовольчого забезпечення.

Основна частина. Визнання на глобальному рівні проблеми продовольчої безпеки закріплено в міжнародних угодах щодо регулювання важливих складових людської діяльності, а боротьба з хронічним голодом населення передбачена усіма стратегічними Цілями сталого розвитку, прийнятими Генеральною Асамблеєю ООН [1], які адаптовані на національному рівні в багатьох країнах, зокрема і в Україні у 2016 році.

Протягом останніх десятиліть людство досягло помітних успіхів у збільшенні обсягів виробництва продовольства, зростанні середньодушового забезпечення продовольством, зниженні частки населення, яке голодує. Це було досягнуто завдяки узгодженим і спрямованим діям світової спільноти в питаннях: використання та захисту земельних, водних і лісових ресурсів планети; підвищення ефективності агропродовольчого виробництва та його ресурсоефективності; боротьби з бідністю; забезпечення тимчасових та надзвичайних потреб у харчових продуктах.

Однак протягом цього часу проявив себе комплекс нових явищ, який раніше не брався до уваги і який нині визначає сучасні тенденції у виробництві та споживанні продовольства поряд із традиційними чинниками. Ці чинники мають різнонаправлений характер, становлячи загрозу

продовольчій безпеці, або, навпаки, створюючи нові можливості для її подолання. Серед них:

- посилення впливу зміни клімату та природних катастроф;
- зростання глобального попиту на продовольство у міру росту середньодушового рівня продовольчого споживання;
- зміна структури харчування в країнах, що швидко розвиваються, зокрема Китаю;
- зростання кількості людей з ожирінням, відсоток яких на всіх континентах, за винятком Африки, перевищує кількість голодуючих;
- перегляд підходів до так званого здорового харчування;
- швидке поширення хвороб, пов'язаних з їжею, та антимікробна резистенція;
- підвищення вимог до безпеки харчових продуктів;
- суттєве скорочення частки внеску сільського господарства в кінцеву продовольчу продукцію;
- зростання обсягів дружнього до навколишнього середовища сільськогосподарського виробництва, зокрема органічного;
- розвиток інфраструктури й логістики в сільському господарстві;
- стрімкий розвиток та впровадження інноваційних технологій в агровиробництво (біотехнології, Smart-технології) [2].

Врахування цих чинників у подальших планах дій із забезпечення продовольчої безпеки важливе як на глобальному, так і на державному рівні, оскільки підвищення рівня продовольчої безпеки окремої держави позитивно позначається й на глобальному рівні. При цьому розміри такого впливу визначаються як масштабами країни, так і обсягами її продовольчого експорту.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Україна має всі можливості не тільки для забезпечення продовольчої безпеки на внутрішньому ринку, а й здатна здійснити істотний вплив на її зміцнення на світовому рівні. Позиції в Глобальному індексі продовольчої безпеки можуть бути суттєво зміцнені за рахунок «непродовольчих» чинників – досягнення політичної стабільності, покращення макроекономічної ситуації, зростання доходів населення, ефективної політики держави, спрямованої на подолання високої диференціації в доходах і споживанні різних соціальних груп, боротьби з корупцією, стимулювання наукової сфери. Також для покращення позицій України в рейтингу глобальної продовольчої безпеки необхідно зосередити увагу на створенні ефективної системи державного регулювання ринку продовольства, яка б включала розробку та впровадження моніторингу харчування населення, встановлення прозорого механізму надання державних гарантій безпечності та якості харчових продуктів, а також імплементацію українського нормативно-правового законодавства відповідно до європейської практики, а саме регламентів ЄС у царині забезпечення безпечності та якості харчових продуктів.

Список використаних джерел

1. Цілі сталого розвитку 2016–2030. URL : <http://www.un.org.ua/ua/tsili-rozvytku-tysiacholittia/tsilistaloho-rozvytku>.
2. Юзефович А. Е. Продовольчі ресурси і соціальний прогрес. Продовольчі ресурси. Сер. Економічні науки. 2014. № 3. С. 27–32.
3. Food Security & Nutrition around the World 2018. Report jointly prepared by FAO, IFAD, UNICEF, WFP. URL : <http://www.fao.org/state-of-food-security-nutrition/en/>.

Каличева Н., д.е.н., проф.
УкрДУЗТ

ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ ЯК ІМПЕРАТИВ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ СТРУКТУР

На даний час динамічний розвиток бізнес-середовища призводять до трансформації підходів в управлінні господарськими процесами функціонування підприємства. При цьому змінюються процеси господарської діяльності та формуються нові види ринків тісно пов'язані з трансформацією, як основою змін в сучасній економічній системі [1].

За таких умов суб'єкти підприємницької діяльності змушені пристосовуватися до нових

викликів. Адже рівень конкурентоспроможності підприємств бізнесу забезпечується, в першу чергу, спроможністю підлаштуватися під вимоги ринку, які варто розглядати в нерозривному зв'язку з цифровою трансформацією [2].

Основними аспектами цифрової трансформації ринкової економіки є:

- повне перетворення соціально-економічної системи, її концепції та форми функціонування, з метою найбільш гармонійного поєднання інтересів бізнесу та стратегічних орієнтирів розвитку, потреб суспільства та інтересів держави;

- перебудова формату функціонування за допомогою переведення елементів бізнес-системи в цифровий простір та на цифрову взаємодію;

- взаємопов'язана єдність сукупності процесів впровадження і освоєння трансформуючих цифрових технологій, формування цифрової інфраструктури, налаштування цифрової взаємодії користувачів у цифровому просторі.

Варто відзначити, що вибір конкретного інструменту цифровізації залежить від ресурсних можливостей економічного суб'єкта. Але в контексті перспектив цифрової трансформації бізнес-процесів з метою збільшення конкурентоспроможності вітчизняні підприємницькі структури стикаються з наступними проблемами:

1. застосування застарілих методів побудови відносин зі споживачами;

2. відсутність відповідного рівня знань та кваліфікації у персоналу;

- відсутність єдиного підходу до запровадження новацій;

- неадекватна координація роботи щодо цифрового оновлення;

- нестача фінансів та досвіду.

Та, не зважаючи на наявність проблем та труднощів, результати економічної діяльності підприємницьких структур, які почали активну цифрову трансформацію, говорять про те, що підприємства малого та середнього бізнесу змогли підвищити рівень сервісу, активізували маркетингову діяльність, а також змогли розширити кількість пропозицій та завоювати нових споживачів.

На даний час, основним інструментом цифрової трансформації бізнес-процесів та формування нової моделі функціонування господарюючих суб'єктів в умовах цифровізації економіки є застосування цифрових платформ [3].

Метою їхнього функціонування є підвищення ефективності взаємодії всіх зацікавлених сторін (бізнесу, науки, держави, громадських організацій) на основі об'єднання потенціалів усіх учасників для стимулювання взаємовигідного інноваційного розвитку систем, що трансформуються, створення центрів компетенції, формування економіки майбутнього, постійного технологічного оновлення, підвищення глобальної конкурентоспроможності соціально-економічної системи країни [4].

Цифрові платформи за своєю суттю є технологічним інтегратором сукупності послуг, пов'язаних із цифровою економікою. Тож, користувачам необхідно вибирати ті з них, які забезпечують систему найкращим співвідношенням продуктивності та вартості.

Саме цифрові платформи дають велику можливість підприємствам для постійного розширення своєї діяльності за рахунок обслуговування багатьох функцій, а саме: накопичення та обробки інформації, сервісизації процесів, залучення нових технологій у сфері комунікації, фінансів, а також при наданні адміністративних послуг і т.д. [5].

Ключовими перевагами використання цифрових платформ є:

- створення доходу;

- скорочення витрат;

- підтримка співробітництва та інновацій для створення нових продуктів та послуг;

- збільшення швидкості розміщення продуктів на цільових ринках.

Таким чином, цифрова трансформація підприємницьких структур дозволить їм пристосуватися до структурних змін в економіці, швидко адаптуватися до запитів ринку, вносити значний внесок у розвиток вітчизняної економіки та швидко впроваджувати новації.

Список використаних джерел

1. Денис Шмигаль: Цифровізація — це колосальний інвестиційний ресурс, який є змога спрямувати на розвиток економіки URL.:<https://www.kmu.gov.ua/news/denis-shmigal>

cifrovizaciya-ce-kolosalnijinvesticijnij-resurs-yakij-ye-zmoga-spryamuvati-na-rozvitok-ekonomiki (дата звернення: 05.11.2021)

2. Каличева Н.Є., Масан В.В. Теоретичні аспекти підвищення конкурентоспроможності підприємств залізничного транспорту в умовах цифровізації. *Науковий вісник УжНУ. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2021. Випуск 35. С. 38-41

3. Семенов А. Ю. Екосистеми цифрових платформ як фактор трансформації бізнесу в умовах цифрової економіки. *Вісник Київського національного університету технологій та дизайну. Серія Економічні науки*. 2019. № 4 (137). С. 39-50.

4. Про схвалення Концепції розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018-2020 роки та затвердження плану заходів щодо її реалізації: Розпорядження КМУ від 17.01.2018 № 67-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/67-2018-%D1%80#n13> (дата звернення 07.11.2021).

5. Україна 2030e — країна з розвинутою цифровою економікою. URL: <https://strategy.uifuture.org/kraina-z-rozvinutoyu-cifrovoyu-ekonomikoju.html> (дата звернення 05.11.2021).

Калінін А., к.пед.н., доц.,
Центральноукраїнський інститут МАУП
Поліщук М., магістрант,
Центральноукраїнський інститут МАУП,
м. Кропивницький, Україна

МОТИВАЦІЙНІ ТЕНДЕНЦІЇ МЕДИЧНИХ ПРАЦІВНИКІВ В УКРАЇНІ

Пандемія Covid-19 у багатьох країнах змусила по-новому оцінити значення підготовки та утримання якісних медичних кадрів. Втім, ще до початку пандемії Всесвітня організація охорони здоров'я (ВООЗ) наголошувала на необхідності підвищення якості медичної допомоги, її доступності у всіх країнах світу, підготовки кваліфікованих та вмотивованих медичних кадрів. Проблему кадрового дефіциту в галузі охорони здоров'я та ефективного управління людськими ресурсами для побудови ефективної медичної системи ВООЗ розглядало як «глобальний ризик», і за останні 2 роки цей прогноз, нажаль, справдився.

Для України є особливо актуальним питання підготовки, залучення та утримання медичних кадрів, адже оплата праці в медичній сфері залишається неконкурентною порівняно з іншими країнами. Наприклад, середня заробітна плата медичного працівника в Україні станом на січень 2021 р. становила 11 тис. грн. (322 євро) для лікарів, 9 тис. грн. (263 євро) для середнього персоналу (медсестри, парамедики, фельдшери) та 7 тис. грн. (205 євро) для молодшого персоналу (санітарок) [1].

В той час, середня заробітна плата лікаря в Польщі становила приблизно 2,5 тис. євро, в Італії – 3 тис. євро, в Німеччині – 5 тис. євро. Така не справедлива оплата праці спричинила трудову міграцію українських медичних кадрів в країни, де зарплати вищі, а умови роботи – кращі. У 2021 р. уряд Польщі значно спростив процедуру працевлаштування для іноземних медиків, і заявив, що очікує з України 2 тис. лікарів та 5 тис. медичних сестер, які зможуть працювати без підтвердження диплому та складання іспитів [2].

На сьогодні збільшилася кількість запитів в медичні заклади освіти та післядипломної освіти для підтвердження документів про медичну освіту – це може свідчити про наміри медичних працівників поїхати працювати в інші країни, що за декілька років може призвести до колапсу медичної системи в нашій державі. Така ситуація пов'язана як із загальнонаціональними чинниками (недофінансуванням системи охорони здоров'я, продовженням реформаційних процесів, кадровою нестабільністю у Міністерстві охорони здоров'я України, застарілістю або відсутністю необхідного обладнання, застарілістю лікарських приміщень, відсутністю витратних матеріалів та необхідних ліків, тощо), так і з локальними – стереотипністю мислення місцевих чиновників та очільників лікувальних закладів, їхньою неготовністю до реальних змін – адже

навіть за наявності достатньої кількості грошей на рахунках лікувального закладу, керівники не завжди готові витратити їх на підвищення заробітної плати своїм працівникам. В цих умовах у державній медичній установі вкрай важко вибудувати дієву систему мотивації співробітників, що забезпечувала б ефективне функціонування лікувального закладу, сприяла б задоволеності працівників та спонукала б їх до якісної праці. Досить часто в якості стимулів та внутрішніх мотиваторів медичних співробітників експлуатуються такі властивості як відповідальність, вірність клятві Гіпократу, любов до своєї роботи тощо. Ці речі працюють, звісно, але до певного часу.

В Україні оплата праці медичним працівникам продовжує здійснюватися переважно за Єдиною тарифною сіткою з врахуванням всіх доплат, і не завжди залежить від обсягу наданих медичних послуг та медичної допомоги. Часто буває, що два працівники, які працюють в однакових умовах, мають однакову кваліфікацію та однаковий досвід, отримуватимуть однакову заробітну плату, навіть якщо один з них працює напружено і приймає в день 30 пацієнтів, а другий – вдвічі менше. Звісно, така несправедливість не сприяє формуванню стійкої мотивації до роботи та бажанню надавати якісну медичну допомогу.

Саме тому необхідно кардинально змінити систему оплати праці медиків, формувати прозору та ефективну систему їхньої мотивації, що зможе залучити та утримати в системі охорони здоров'я кваліфіковані медичні кадри. Актуальним тут будуть запозичення елементів з систем мотивації, які використовуються у розвинених країнах і які вже сьогодні реалізуються у деяких вітчизняних приватних медичних закладах. Вони поєднують в собі погодинну оплату (фіксовану оплату працю, яка враховує посаду, кваліфікацію тощо), елементи гонорарів, надбавки за результати, що доповнюють базовий рівень. Ефективним доповненням стимулів стануть умови і організація праці, комфортне робоче місце, справедливий розподіл відпусток та робіт, психологічний клімат в колективі. Нажаль, сьогодні більшість медичних установ не приділяють достатньо уваги своїм працівникам, не намагаються утримати їх, не сприяють їхньому професійному та особистому розвитку. Тому не дивно, що не відбувається повноцінна заміна медичних кадрів: у 2020 р. з системи охорони здоров'я звільнилися 5 тис медиків, натомість прийшли в систему 1 тис. молодих фахівців [3].

Тож для досягнення дійсно якісних змін у вітчизняній системі охорони здоров'я необхідний комплексний, виважений підхід. Залучення та утримання медичних кадрів в Україні має стати першочерговим завданням розробки мотиваційної системи для медиків на загальнодержавному рівні. Важливим в цьому контексті є продовження реформування системи охорони здоров'я, забезпечення достатнього фінансування галузі, підняття соціального і професійного престижу медичної професії в державі.

Список використаних джерел

1. Гроші для медиків. Скільки отримують лікарі в Києві і від чого це залежить. *LB.ua*: веб-сайт. URL: https://lb.ua/society/2021/04/01/481261_groshi_medikiv_skilki_otrimuyut.html (дата звернення 10.11.2021).
2. Лікарі-заробітчани: як Польща полегшує працевлаштування українським медикам. *Deutsche Welle*: веб-сайт. URL: <https://www.dw.com/uk/av-56298505> (дата звернення 10.11.2021).
3. Поперечна Д. В Україні звільнилися понад 5 тисяч лікарів – НСЗУ. *Українська правда*: веб-сайт. URL: <https://life.pravda.com.ua/health/2020/11/30/243226/> (дата звернення 10.11.2021).

Kapiton A., doctor of pedagogical sciences,
 associate professor of the department of computer and information technologies and systems,
 National University «Yuri Kondratyuk Poltava Polytechnic»
Kaluga A., applicant, Scientific lyceum №3 of Poltava city council

IMPLEMENTATION OF ERP SYSTEMS

Introduction. Oracle (Oracle Corporation) — an American corporation, the world's largest developer of software for organizations, a major supplier of server equipment [1,2]. Oracle Corporation (nasdaq ORCL) is one of the largest American companies, developers of database management systems, database development tools and ERP systems. The corporation is headquartered in the United States, in

the state of California, near San Francisco. Oracle employs 132,262 people worldwide (as of the last quarter of 2016). The corporation has increased its share of the software market through organic growth and many high-tech acquisitions. Than Oracle became the third largest software company after Microsoft and IBM. The flagship and most famous product is the Oracle database management system. The company also creates many tools for developing databases and mid-range software, enterprise resource planning (ERP) software, Customer Relationship Management Software (CRM) and supply chain management (SCM). Larry Ellison, founder of Oracle, has served as Oracle's CEO throughout the company's history[1-3] .

Main part. Some words about foundation, history and development. The company was founded in June 1977 in Santa Clara, California under the name SDL (abbreviation for Software Development Laboratories) Larry Ellison, Bob Miner and Ed Oates. All three founders have worked before this year at Ampex on a project for the US CIA codenamed Oracle. This code name was assigned to the SDL DBMS developed in the first months of its existence. In mid-1979, the US Air Force's Wright-Patterson Air Force Base acquired Oracle v2 and became the company's first customer [2-4]. At the same time, the renaming of SDL to RSI (English Relational Software, Inc.).

Thanks to the success of Oracle v.2, RSI in 1982 decided to rename it Oracle. In 1983, the third version of the database was released. In 1984, the company received funding from Sequoia Capital. The fourth (in 1984) and fifth (in 1985) versions of a DBMS were successively released. In March 1986, Oracle made an initial public offering of about 2.1 million shares on the NASDAQ. At that time, the company had 450 employees and an annual turnover of \$ 55 million. In 1987, the company formed a division of business applications, focused on the creation of replicable application software, closely integrated with virtually the only product at the time of the company - DBMS. In 1989, the company's headquarters moved to a complex in Redwood Shores (California), turnover in 1989 reached \$ 584 million. The company's first commercial difficulties date back to 1990. The company ended the year with a loss of \$ 12.4 million and laid off 400 people from about 4,000 employees at the time, due to installments provided to large customers by installments that turned into bad debts and accounting errors[2-5].

Now, the company released next its versions of its Oracle Database. Such, the company acquired from DEC a division that develops the Rdb database and all rights to the product, so since then the company has begun to supply several database management systems. That is why, the company acquired the company that developed the first-ever multidimensional Express database management system and OLAP tools based on it. In the same year, the corporation entered the middleware market, releasing Oracle Web Application Server and announcing strategic interests in the development of technologies for the three-tier architecture and the web.

Conclusions. Oracle came in first in the application server market and second in the middleware market as a whole. In the same year, the company entered the hardware market, releasing on the basis of Hewlett-Packard hardware hardware and software complex Exadata, a cluster of servers running RAC. The key product since the company's inception and to this day - Oracle Database. As a result of the acquisition of Sun Microsystems, MySQL AB assets and the freely distributed MySQL database were transferred to Oracle. Also in the product portfolio of the corporation are: Timesten resident database (acquired together with the company of the same name in 2005); multidimensional database Essbase, which entered the product line as a result of the acquisition of Hyperion; relational DBMS Rdb, which was originally developed in DEC as an infrastructure project for VMS; discontinued to support multidimensional DBMS Express - the world's first multidimensional database management system.

References

1. Белінська Я.В. Інститути та економічний розвиток. Актуальні проблеми економіки. 2004. 2 (32). 36–49.
2. Богиня Д., Волинський г. Структурна перебудова економіки в умовах глобалізації та інформатизації. Економіка України. 2005. 9. 19–28.
3. Виявлення та розслідування злочинів, що вчиняються за допомогою комп'ютерних технологій: Посібник. Авт. кол. За ред. Я.Ю. Кондратьєва. К.: НАВСУ: МНДЦ. 2000. 64с.
4. Гавловський ВД. Інформаційне законодавство України: від інкорпорації до кодифікації. Систематизація законодавства України: проблеми теорії і практики: Мат. міжнар. наук.-практ. конф. — К.: Ін-т законодавства Верховної Ради України, 2009. 289 -292.

5. Гавловський В., Гриценко В., Цимбалюк В. Організаційно-правові питання формування державної інформаційної політики в Україні // Науковий вісник: 36. наук, праць АДПС України. 2002. 3 (17). 177-182.

6. Nafiiak A., Moroz A. Formation of strategic prospects for informatization of enterprises / Економічні читання: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., присвяч. 85-річному ювілею професора В.Й. Шияна, 19 лютого 2021 р. / Харків. нац. аграр. ун-т ім. В.В. Докучаєва. – Харків: ХНАУ. 2021. С. 481.

7. Nafiiak A., Shepurko A. Problems of development and implementation of analytical procedures for evaluating financial statements / Інноваційні рішення в економіці, бізнесі, суспільних комунікаціях та міжнародних відносинах: матеріали Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції. Дніпро: Університет митної справи та фінансів, 2021. С. 791-794.

Карпич А., ас., асп.

Київський національний університет
імені Тараса Шевченка, м. Київ, Україна

ГЕНДЕРНО ОРІЄНТОВАНЕ БЮДЖЕТУВАННЯ ДЛЯ НАЛЕЖНОГО ВРЯДУВАННЯ В УКРАЇНІ

Вступ. Україна наразі перебуває на шляху до євроінтеграції та проходить етапи становлення й утвердження демократичних цінностей, притаманних західним партнерам. Питання досягнення гендерної рівності, як «дітища» ліберального світового порядку, на сьогодні набуває в нашій країні дедалі більшої актуальності як на державному рівні, так і на рівні місцевих органів самоврядування. Використання інструментів для реалізації державних політик, які спрямовані на створення та забезпечення рівних прав і можливостей для представників обох статей, відбувається, зокрема, з імплементацією гендерно орієнтованого бюджетування. У свою чергу, включення гендерних аспектів на всіх стадіях бюджетного процесу є невід'ємною складовою для забезпечення належного врядування, що й зумовлює необхідність вивчення цієї проблематики, особливо на теренах України в умовах реформування системи публічних фінансів, а також державного та місцевого управління в цілому.

Основна частина. Концепція належного врядування напряму пов'язана з ліберальними цінностями, серед яких можна виокремити свободу дій та вибору індивідууму, забезпечення державою гарантування та дотримання прав людини, демократичний політичний режим, наближення до соціальної та гендерної рівності в суспільстві та ін.

Належне врядування може відбуватися як у публічному, так і в приватному секторах, на міжнародному рівні чи на рівні окремої держави або ж місцевого самоврядування. Таким чином, слід підкреслити, що до належного врядування залучається широке коло зацікавлених осіб, які надають йому статус потужного засобу для досягнення поставлених цілей при чіткості та прозорості процесу прийняття саме стратегічних рішень.

Загалом належному врядуванню притаманні такі характеристики:

- 1) організована та інформована участь жінок і чоловіків у врядуванні;
- 2) дотримання верховенства права;
- 3) прозорість у прийнятті рішень (в т.ч. вільний доступ до інформації для тих, кого ці рішення стосуються);
- 4) відповідальність перед зацікавленими особами;
- 5) орієнтованість на досягнення консенсусу;
- 6) рівноправ'я та інклюзія різних груп населення до процесу врядування;
- 7) ефективність та результативність;
- 8) підзвітність громадськості та інституційним стейкхолдерам [5].

Із наведених вище характеристик належного врядування, де наголошується на залученості жінок і чоловіків, зокрема з різних соціальних і вікових груп, стає помітною важливість інтеграції гендерної складової та сприяння активнішій громадянській позиції обох статей.

Разом з тим, Рада Європи [1] виокремлює такі дванадцять принципів (закріплені в Стратегії для інновацій та належного врядування на місцевому рівні), на яких має ґрунтуватися належне демократичне врядування та які перетинаються з власне вже наведеними його характеристиками: (1) справедливі вибори, репрезентативність та участь; (2) відповідальність; (3) ефективність та результативність; (4) відкритість та прозорість; (5) верховенство права; (6) етична поведінка; (7) компетентність та спроможність; (8) інноваційність та відкритість до змін; (9) сталість та орієнтація на довгострокову перспективу; (10) раціональний фінансовий менеджмент; (11) права людини, культурна різноманітність та соціальна згуртованість; (12) підзвітність. Розглядаючи ці принципи, підтверджується вже висловлена теза, що гендерне питання береться до уваги при провадженні належного врядування. На додаток, десятий принцип наголошує на раціональному менеджменті фінансовими ресурсами, який відповідно включає в себе й процеси бюджетування.

І тут варто згадати позицію засновника науки про публічну політику, відомого американця А. Вільдавські, який наголошував на визначальній ролі бюджетного процесу в сфері публічного управління, де він підкреслював, що саме через бюджетний процес фінансові ресурси перетворюються на людські цілі [6]. Спрямованість бюджетної політики, яка відображається та реалізується на всіх стадіях бюджетного процесу повинна за умов належного врядування покращити соціально-економічне становище населення в державі. Однак орієнтованість на конкретні потреби кінцевих бенефіціаріїв через використання бюджетних коштів не завжди прослідковується на практиці. Слід підкреслити, що існує ряд факторів, які погіршують ефективність та результативність виконання бюджетної політики та заважають реалізації практики належного врядування в Україні.

У цілому, на сьогодні в нашій державі належне врядування очікується досягти за допомогою проведення реформ державного управління та децентралізації, налагодження прозорості публічних фінансів і розвитку електронних послуг, а також реформування фіскальних органів [2]. При цьому, реформа децентралізації відбувається паралельно з поширенням та популяризацією практики застосування в Україні гендерно орієнтованого бюджетування (в основному за підтримки проєктів, що фінансуються міжнародними донорами). Реформування вітчизняного державного управління також включає в себе гендерне питання. Так, у Стратегії реформування державного управління на 2022-2025 рр. вказується, що професійний розвиток і управління результативністю мають бути забезпеченими через «формування гендерної компетентності державних службовців шляхом включення гендерного компонента в програми підготовки та підвищення кваліфікації державних службовців» [3, с. 17].

За допомогою інструментів гендерно орієнтованого бюджетування вивчаються потреби жінок і чоловіків (з різних груп населення) та відбувається переструктуризація видаткової частини бюджетів таким чином, щоб їх потреби були в однаковій мірі враховані. Це дає змогу як підвищити ефективність використання бюджетних коштів, так і зменшити наявні гендерні розриви. Однак, слід зауважити, що імплементація гендерно орієнтованого бюджетування в Україні поки що характеризується недостатньою підтримкою з боку держави [4]. Саме волевиявлення вітчизняного суспільства та його позитивна налаштованість до змін, у тому числі до впровадження нових практик у бюджетний процес, сприяло та продовжує сприяти поширенню практики гендерно орієнтованого бюджетування в нашій країні та покращувати рівень врядування, приводячи його до такого, який зміг би бути проголошеним саме «належним врядуванням».

Висновки та пропозиції. Підсумовуючи позиції та думки викладені вище, варто підкреслити на необхідності подальшого просування використання практик гендерно орієнтованого бюджетування задля забезпечення належного врядування на теренах України. Слід також зазначити, що наразі ця тема є доволі злободенною, а тому потенціал гендерно орієнтованого бюджетування для належного врядування спонукає до більш детального його вивчення.

Список використаних джерел

1. 12 Principles of Good Governance. Council of Europe : [web-site]. URL: <https://www.coe.int/en/web/good-governance/12-principles>.
2. Ефективне врядування. Урядовий портал : [сайт]. URL: <https://www.kmu.gov.ua/diyalnist/reformi/efektivne-vryaduvannya>.

3. Стратегія реформування державного управління України на 2022-2025 роки. Урядовий портал : [сайт]. URL: <https://www.kmu.gov.ua/storage/app/sites/1/reforms/pars-2022-2025-ukr.pdf>.
4. Karpynch A., Miedviedkova N. The challenges for the implementation of a gender-oriented approach to budgeting in Ukraine: What can be improved? *Baltic Journal of Economic Studies*. 2021. №7(2), P. 101-109. DOI: 10.30525/2256-0742/2021-7-2-101-109.
5. What is Good Governance? United Nations ESCAP : [web-site]. URL: <https://www.unescap.org/sites/default/files/good-governance.pdf>.
6. Wildavsky A. B., Caiden N. *The New Politics of the Budgetary Process*. New York : Pearson, 2001. 416 p.

Кузуб М., старший викладач кафедри обліку та оподаткування
Київський національний торговельно-економічний університет, м. Київ
Андріяш А., студентка 3 курсу, 4 групи, факультету фінансів та обліку

ОБЛІК ЕЛЕКТРОННИХ ГРОШЕЙ: ПРОБЛЕМИ ТА НЕДОЛІКИ

Активний розвиток інформаційних технологій несе за собою нові технологічні можливості здійснення господарських операцій. До таких слід віднести і так звані електронні гроші. Згідно з Положенням № 481, електронні гроші – це така одиниця вартості, яка зберігається на електронному пристрої (гаманці), приймається як засіб платежу іншими, ніж емітент, особами і є грошовим зобов'язанням емітента, що виконується в готівковій або безготівковій формі.[1].

Електронні гроші для нашої країни є досить новим способом платежу проте слід зазначити, що Україна досить швидко адаптується до нових технологій та активно застосовує їх у своїй практиці. Головний недолік, зважаючи на цей фактор, полягає в тому, що саме розуміється під електронними грошима: чи це є засіб платежу, так як готівка чи безготівкові кошти, чи акредитив, депозит тощо або ж грошові зобов'язання, як наприклад, право на вимогу боргу. Часто обліковці не розуміють як це правильно відобразити у своїй звітності і тут починаються проблеми. Багато з вчених, авторів, обліковців віддають перевагу думці, що дані кошти потрібно відносити до дебіторської заборгованості, так як не вважають їх грошима, а лише борговими зобов'язаннями. Проте, все ж більшість схиляється до того, що електронні гроші такі повинні вважатись коштами, які мають обліковуватись на рахунку інших коштів, як окремий вид грошей на окремому субрахунку.

Електронні гроші є сучасним платіжним засобом, що використовується для оплати різних послуг і товарів у мережі Інтернет та мають точно таку ж цінність, як і реальні гроші. До основних нормативних документів, якими регулюється обіг електронних грошей слід віднести: Закон України «Про електронну комерцію» від 03.09.15 р. № 675-VIII; Закон України «Про платіжні системи та переказ коштів в Україні» від 05.04.01 р. № 2346-III; Закон України «Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг» від 12.07.01 р. № 2664-III; Закон України «Про захист прав споживачів» від 12.05.91 р. № 1023-XII; Положення про електронні гроші в Україні, затверджене постановою Правління НБУ від 04.11.10 р. № 481; Інструкція про застосування плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств та організацій, затверджена наказом МФУ від 30.11.99 р. № 291 [2].

В бухгалтерському обліку електронні гроші відображаються на окремому субрахунку 335 «Електронні гроші, номіновані в національній валюті». З моменту випуску електронні гроші зараховуються на цей же субрахунок. На даному субрахунку слід відображати операції з електронними грошима, які здійснюються комерційними агентами та користувачами, відповідно до нормативно-правових актів Національного банку України та правил використання електронних грошей, узгоджених з Національним банком України. Інформація про рух грошових коштів в «Балансі (Звіті про фінансових стан)» наводиться в 2 розділі активу.

В законодавстві нашої країни сказано, що емітентом електронних коштів є лише банки і

тільки у національній валюті та ще й в обмеженому обсязі. [1] За даними Національного банку України, 23 банки мають право здійснювати випуск електронних грошей. Метою створення банками систем електронних грошей є забезпечення клієнтів (власників) електронних грошей зручним платіжним засобом для придбання продукції, робіт чи послуг у будь якого торговця. Зростання ринку електронних грошей в Україні можна пов'язати зі зростанням інтересу учасників ринку до цього до цього платіжного інструменту. Найпоширенішими платіжними системами, з використанням яких здійснюються операції з електронними грошима є: MasterCard, Visa, ПРОСТІР, ХРАУ, FORPOST, ALFA-MONEY [3].

Проте разом із цим впливає наступний недолік, в нашій країні не передбачено створення окремого рахунка чи субрахунку для відображення іноземної валюти, яка внаслідок економічних взаємозв'язків з іншими державами буде надходити на Україну, і в першу чергу саме через електронні платежі та розрахунки, так як вони на даний час є дуже популярними в світі, у зв'язку з цим уповільнюється розвиток системи електронних платежів та міжнародних взаємовідносин [1].

Також одним із проблемних аспектів обліку електронних грошей є легальність використання систем розрахунків. Так, наприклад, певний час система WebMoney Transfer застосовувалася в Україні нелегально, на що звертав увагу і Нацбанк (див. листи від 20.11.03 р. № 25-209/1539-8608 і від 24.06.11 р. № 25- 112/1575-7731). З 21.05.15 р. система WebMoney.Ua зареєстрована НБУ як внутрішньодержавна система розрахунків [4]

Зважаючи на все вище сказане можемо дійти висновку, що система обліку і відображення електронних грошей в Україні має певні недоліки та проблеми, та разом з тим можна побачити і значний інтерес до даного платіжного інструменту від різних учасників ринку. Наразі електронні гроші відіграють важливе місце в сучасних електронних системах в усьому світі, тому на мою думку Україні варто звернути увагу і покращити свою нормативно-правову базу в сфері електронних грошей адже від цього залежить майбутній розвиток даної сфери в Україні та її зав'язків із світом.

Список використаних джерел

1. Положення про електронні гроші в Україні, затверджене постановою Правління НБУ від 04.11.2010 р. №481. URL: - <http://www.bank.gov.ua/doccatalog/document?id=72246>.
2. Про платіжні системи та переказ коштів в Україні: Закон України від від 5.04.2001 № 2346-III. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2346-14>.
3. . Узгодження правил використання електронних грошей. URL: https://old.bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=66296&cat_id=66292.
4. . Електронні гроші: використовуємо без проблем. Бухгалтерський тиждень. 2015. № 42. i.Factor. URL: <https://i.factor.ua/ukr/journals/bn/2015/october/issue-42/article-12491.html>
5. Репецька О.С. Кузуб М.В. Проблеми обліку електронних грошей. Інтернет-конференції ХНУМГ ім. ОМ Бекетова, 2019.
6. Кузуб М.В. Інструменти стандартизації фінансових даних. URL: <https://knute.edu.ua/file/MTc=/c902b121ed3493620cf96cfa0c166fca.pdf>.
7. Кузуб М.В., Лещій Л.А. «Оцінка впливу інфляції на показники фінансової звітності», Міжнародна науково-практична конференція «Глобалізаційні виклики розвитку національних економік», присвяченої 70- річчю КНТЕУ. 19-21 жовтня 2016 р., м. Київ.

Кузуб М., старший викладач кафедри обліку та оподаткування
Донських К., студентка 4 курс, 12 група ФРГТБ КНТЕУ
 Київський національний торговельно-економічний університет, м. Київ

УПРАВЛІННЯ АМОРТИЗАЦІЄЮ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ

Основні засоби (ОЗ) – матеріальні активи, які підприємство утримує з метою використання їх у процесі виробництва або постачання товарів, надання послуг, здавання в оренду іншим особам або для здійснення адміністративних і соціально-культурних функцій, очікуваний строк корисного використання (експлуатації) яких більше одного року (або операційного циклу, якщо

він довший за рік) [1].

У бухгалтерському обліку до ОЗ включають матеріальні необоротні активи, вартість яких перевищує ліміт, що підприємство визначило на свій розсуд і затвердило в наказі про облікову політику. Активи, вартість яких менша за визначений ліміт, — це малоцінні необоротні матеріальні активи (МНМА).

Під амортизацією розуміють систематичний розподіл вартості, що амортизується, необоротних активів протягом строку їх корисного використання (експлуатації). Таке визначення передбачає пункт 4 НП(С)БО 7.

У національних стандартах визначено, що вартість земельних ділянок, природних ресурсів та капітальних інвестицій не амортизують [1]. Проте за МСБО є виключення: якщо земля (кар'єр, місце звалища) має необмежений термін експлуатації, то вона не амортизується; проте якщо земля має обмежений термін експлуатації або собівартість землі включає в себе витрати на демонтаж, переміщення та відновлення території, ця частина земельного активу амортизується протягом періоду вигід, отриманих під час здійснення цих витрат [4].

Об'єктом амортизації є вартість, що амортизується [1]. Вона відноситься до витрат підприємства та визначається як первісна або переоцінена вартість необоротних активів, за вирахуванням їх ліквідаційної вартості.

Під ліквідаційною вартістю ОЗ розуміють суму коштів або вартість інших активів, що підприємство очікує отримати від реалізації (ліквідації) ОЗ після спливу строку їх корисного використання (експлуатації), за вирахуванням витрат, пов'язаних із їх продажем (ліквідацією) [1].

Отже, першим необхідним показником у розрахунку амортизації ОЗ є вартість, що амортизується. Визначають її як позитивну різницю між первісною вартістю ОЗ та його ліквідаційною вартістю. Якщо раніше переоцінювали (дооцінювали та/або уцінювали) ОЗ, щоб обчислити вартість, що амортизується, беруть переоцінену вартість за вирахуванням ліквідаційної.

Не менш важливим показником є строк амортизації, він же — строк корисного використання ОЗ, протягом якого нараховується амортизація.

Строк корисного використання (експлуатації) — очікуваний період часу, протягом якого необоротні активи будуть використовуватися підприємством або з їх використанням буде виготовлено (виконано) очікуваний підприємством обсяг продукції (робіт, послуг) [1].

Строк корисного використання ОЗ встановлюють на свій розсуд. Як правило, його визначають, коли зараховують об'єкт ОЗ на баланс, і фіксують у відповідному розпорядчому акті [2]. Тому цей строк на одних і тих самих засобів на різних підприємствах може відрізнятися. Також кожен частину об'єкта основних засобів, собівартості якої є значною по відношенню до загальної собівартості цього об'єкта, слід амортизувати окремо [3, ст.110].

Коли переводять об'єкт ОЗ на реконструкцію, модернізацію, добудову, дообладнання, консервацію, припиняють нараховувати амортизацію починаючи з наступного місяця після того, коли перевели.

Поновлюють амортизацію починаючи з наступного місяця після того, коли ввели об'єкт в експлуатацію після реконструкції, модернізації, добудови, дообладнання, консервації.

Припиняють нараховувати амортизацію з наступного місяця після того, коли об'єкт ОЗ вибув. У разі виробничого методу — з наступної дати після дати його вибуття. Суму нарахованої амортизації відображають як одночасне збільшення суми витрат і зносу ОЗ. Розмір нарахованої амортизації ОЗ залежить безпосередньо від обраного методу амортизації.

Підприємство на свій розсуд обирає метод амортизації кожного конкретного об'єкта ОЗ з огляду на очікуваний спосіб отримання економічних вигод від його використання. Однак на практиці підприємства часто встановлюють один метод амортизації для однотипних об'єктів ОЗ.

Отже, амортизація відображається кількісною втратою основними засобами їхньої вартості, яка амортизується, та її систематичне перенесення на заново створений продукт протягом строку їх експлуатації. Важливими показниками для визначення вартості, що амортизується є строк корисного використання, ліквідаційна вартість ОЗ, первісна вартість ОЗ. Зазвичай строк корисного використання ОЗ підприємства встановлюють на свій розсуд. Нараховується амортизація щомісяця, розпочинаючи з наступного місяця після місяця, коли ввели об'єкт ОЗ в

експлуатацію, тобто коли ОЗ став придатним для корисного використання, та її нараховану суму відображають як одночасне збільшення суми витрат і зносу ОЗ, на практиці підприємства часто встановлюють один метод амортизації для однотипних об'єктів ОЗ.

Список використаних джерел

1. Про затвердження Положення (стандарту) бухгалтерського обліку 7 «Основні засоби». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0288-00#Text>.
2. Про затвердження Методичних рекомендацій з бухгалтерського обліку основних засобів. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0561201-03#Text>.
3. Жолняр І.В. Фінансовий облік за міжнародними та національними стандартами: навч. посібник / І.В. Жолняр. – К.:ЦУЛ, 2012. – 326.
4. Міжнародні стандарти бухгалтерського обліку 16 «Основні засоби». URL:: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/929_014#Text
5. Кузуб М.В. Інструменти стандартизації фінансових даних. URL: <https://knote.edu.ua/file/MTc=/c902b121ed3493620cf96cf0c166fca.pdf>.
6. Кузуб М. В. Теоретичні засади оцінки готової продукції тваринництва. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/teoretichni-zasadiotsinki-gotovoyi-produktsiyi-tvarinnitstva/viewer>.

Кузуб М., старший викладач кафедри обліку та оподаткування
Пучок М., студентка 3 курс, 4 група ФФО
Київський національний торговельно-економічний університет, м. Київ

ІНВЕНТАРИЗАЦІЯ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВА

Інвентаризація на підприємстві — це перевірка і документальне підтвердження наявності та стану, оцінки активів та зобов'язань самостійно господарюючого об'єкта, створеного для виробництва, виконання робіт і надання послуг з метою задоволення суспільних потреб і отримання прибутку. Інвентаризація є одним з елементів методу бухгалтерського обліку і відіграє роль обов'язкового доповнення до поточної документації господарських операцій всіх підприємств. Методичний прийом інвентаризації використовується для контролю достовірності даних бухгалтерського обліку, звітності і балансу підприємства, зокрема наявності і вартості товарно-матеріальних цінностей, грошових коштів в касах, на розрахунковому й інших рахунках в установах банків; реальності обліку грошових і матеріальних цінностей в дорозі, дебіторів і кредиторів, незавершеного виробництва, витрат майбутніх періодів, резерву майбутніх витрат, інших засобів, відображених в статтях балансу [1, с.102].

Для проведення інвентаризації на підприємстві розпорядчим документом керівника підприємства створюється інвентаризаційна комісія з представників апарату управління підприємства, бухгалтерської служби (представників аудиторської фірми, централізованої бухгалтерії, суб'єкта підприємницької діяльності - фізичної особи, яка здійснює ведення бухгалтерського обліку на підприємстві на договірних засадах) та досвідчених працівників підприємства, які знають об'єкт інвентаризації, ціни та первинний облік (виконавці робіт, економісти, бухгалтери).

Суцільною інвентаризацією охоплюються всі види зобов'язань та всі активи підприємства, у тому числі предмети, що передані у прокат, оренду або перебувають на модернізації, реконструкції, ремонті, запасі або резерві незалежно від технічного стану. Також інвентаризації підлягають активи і зобов'язання, які обліковуються на позабалансових рахунках, зокрема цінності, що не належать підприємству, але тимчасово перебувають у його користуванні, розпорядженні або на зберіганні. [2]

Первинними завданнями інвентаризації є, по-перше, виявлення наявності певних цінностей, по-друге, встановлення недостач та надлишків цінностей шляхом порівняння їх фактичної та поточної кількості, також до завдань можна віднести: пошук непридатних для використання цінностей та їх подальше вилучення; виявлення майна, котре знаходиться поза обліком; перевірка реальної вартості нематеріальних активів, матеріальних цінностей, готівки у

касі.

Інвентаризація переслідує ціль виявлення на підприємстві фактичну наявність майна, коштів, фінансових зобов'язань та приведення даних поточного бухгалтерського обліку у відповідність із фактичним станом речей. [3]

Проведення інвентаризації є обов'язковим перед складанням річної бухгалтерської звітності; при зміні матеріально відповідальних осіб; при встановленні фактів крадіжок або зловживань, псування цінностей (на день установа таких фактів); після пожежі або стихійного лиха (повені, землетрусів та ін.) — терміново після ліквідації пожежі або стихійного лиха; у випадку ліквідації установи; згідно з розпорядженням судових та слідчих органів; при передачі майна установи в оренду; при передачі підприємств, установ, організацій або їх структурних підрозділів із одного підпорядкування в інше (на встановлену дату передачі).

Інвентаризація може не проводитися у випадках передачі установ чи їх структурних підрозділів, а також будівель та споруд усередині одного міністерства, іншого центрального органу виконавчої влади (якщо інвентаризація була раніше проведена в терміни згідно з вимогами цієї Інструкції) [5].

При проведенні інвентаризації потрібно дотримуватись принципів, які дають можливість ефективної роботи. Зокрема, принцип своєчасності, тобто своєчасна перевірка попереджує можливість виникнення зловживань; принцип точності – важливий принцип, за якого можна достовірно відобразити наявність майна та стану зобов'язань; принцип повноти – суцільність перевірки об'єкта інвентаризації; гласність - процес інвентаризації має бути гласним, щоб йому змогли допомагати зацікавлені особи; юридичність - дотримання положень щодо відображення наслідків інвентаризації із бухгалтерському обліку; документальне оформлення – оформлення результатів інвентаризації документами, які повинні мати доказову силу для підтвердження її підсумків; а також економічність - на проведення інвентаризації мають бути мінімальні витрати праці і коштів. Вона не повинна створювати перешкод у діяльності підприємства. [7]

Інвентаризація є необхідністю як для підприємств, так і для інших суб'єктів господарювання задля забезпечення достовірності бухгалтерського обліку та фінансової звітності на підприємстві. Саме вона є періодичним спостереженням, яке доповнює документування виробництва й допомагає виявити та оцінити зміни, що відбуваються в обліку та є одна з найефективніших процедур обліку та контролю майна, фінансових та нематеріальних активів підприємства.

Список використаних джерел

1. Житний П.Є. Облікова політика в умовах розвитку фінансово-промислових систем: методологія та організація: монографія / П.Є. Житний. - Луганськ: Вид-во СЛУ ім. В. Даля, 2007. - 352 с.
2. Положення про інвентаризацію активів та зобов'язань URL: <https://i.factor.ua/ukr/law-262/section-836/article-17634/> (дата звернення 19.09.2021)
3. Дерев'янка С. І. Особливості інвентаризації у 2015 році / С. І. Дерев'янка // Бухгалтерія в сільському господарстві. - 2015. - № 11-12. - С. 2-9 .
4. Кузуб МВ, Румянцева ВВ ІНВЕРТАРИЗАЦІЯ ЯК ЕЛЕМЕНТ МЕТОДУ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ. МВ Кузуб- Інтернет–конференції ХНУМГ ім. ОМ Бекетова, 2019 - 195.64.136.67.
5. Обовязкова інвентаризація: випадки, строки й обсяги її проведення. Ольга Клебан. URL: <https://report.ligazakon.net/inventaryzatsiya/> (дата звернення 25.09.2021).
6. Кузуб М. В. Теоретичні засади оцінки готової продукції тваринництва. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/teoretichni-zasadiotsinki-gotovoyi-produktsiyi-tvarinnitstva/viewer>.
7. Білова Н. Інвентаризуємо товарно-матеріальні цінності / Н. Білова // Податки та бухгалтерський облік. - 2013. - № 94. - С. 9-12.

ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ МИТНОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Одним з головних інструментів забезпечення економічної безпеки держави в економічному та правовому аспекті слугує система митного контролю, яка дає змогу гарантувати реалізацію національних інтересів української держави [1].

Митна система України є самостійним механізмом державного управління, ефективність якого напряму залежить від впливу сторонніх факторів. Вплив на неї повинен мати системний та ретельно прорахований характер, адже постійні зміни законодавства не дають змоги учасникам міжнародної торгівлі вибудувати стійкі, прозорі й зрозумілі взаємовідносини з державою в митній сфері.

В умовах сьогодення відбуваються незворотні процеси інтеграції економічної системи України до міжнародної фінансової та економічної систем, і саме в такому руслі реалізуються ринкові відносини в країні, трансформуються економічні відносини між суб'єктами, це обумовлює особливу актуальність вирішення проблеми організації та проведення митного контролю. Особливу увагу слід приділити питанню правопорушень у зазначеній сфері [2].

Найпоширенішими правопорушеннями у процесі реалізації митних правовідносин є наступні:

- витрачання фінансових ресурсів держави не за цільовим призначенням;
- недоотримання коштів до бюджетів унаслідок фінансових махінацій та правопорушень у процесі перетину митного кордону української держави;
- маніпуляції із цінами та вартістю активів при веденні бухгалтерського обліку;
- недотримання правових норм, які стосуються штатної дисципліни працівників митних органів, а також норм щодо оплати праці;
- завищення обсягів та вартості наданих послуг суб'єктами, зайва оплата за них тощо.

Наявність таких порушень свідчить про низьку ефективність системи митного контролю та її неспроможність результативно виконувати свої функції.

Невпорядкованість системи митного контролю в Україні та значна безсистемність призводить до надмірної завантаженості митних контролюючих органів різноманітними перевітками та незбалансованості їх діяльності.

Значною проблемою, яка поширюється на усі сфери життєдіяльності української держави, є недосконалість нормативно-правового забезпечення усіх процесів, які спостерігаються в національній системі, це стосується і митної сфери та роботи митних органів. Наслідком цього є звичка перекидати відповідальність одних інституцій на інші, що зумовлює негативні результати функціонування митної сфери в цілому.

На даний час перед державою стоїть низка завдань, пов'язаних із формуванням нової кадрової політики в митних органах. Відповідно до цього на рівні держави потрібно забезпечити кадрову підготовку за рахунок реалізації наступних дій:

- покращення професійного рівня підготовки працівників органів митної служби України та підвищення ефективності їх діяльності за рахунок проведення навчальних тренінгів, семінарів та курсів підвищення кваліфікації;
- організація співробітництва між контролюючими органами та навчальними закладами, покликаними навчати контролерів у митній сфері;
- забезпечення необхідною методичною, практичною та навчальною літературою осіб, які навчають на курсах чи проходять підвищення кваліфікації.

Таким чином, можна зробити висновок, що вдосконалення державного управління митним контролем України потребує особливої уваги та реалізації на рівні держави наступних дій, які допоможуть ефективніше виявляти правопорушення в досліджуваній сфері, розробляти методи та підходи до їх усунення та мінімізації, а також відшкодовувати збитки, які з'являються в процесі порушень законодавства:

- покращити ресурсне забезпечення митного контролю в Україні;

- оптимізувати повноваження та функції контролюючих органів та покращити організаційне забезпечення системи митного контролю в цілому;
- організувати роботу митної служби таким чином, щоб вона могла оперативно, кваліфіковано та адекватно відповідати на суспільні виклики і забезпечувати належні контрольні процедури в напрямі захисту державного кордону;
- уніфікувати нормативно-правову базу щодо митного контролю у напрямі прозорості діяльності контролюючих органів.

Потрібно зосередитись на здійсненні реформ митної системи України, які сприятимуть розвитку національної економіки, підвищать конкурентоспроможність вітчизняних виробників та дозволять залучити значні обсяги іноземних інвестицій.

Запропоновані заходи дадуть можливість зробити кращим державне управління митним контролем в Україні, підвищити рівень дисципліни контролюючих органів, привести законодавчу базу у відповідність із міжнародними стандартами, покращити інформаційне забезпечення контрольного процесу на державному кордоні, а також покращити кадрове забезпечення митних органів України. Такі заходи мають бути реалізовані в комплексі – лише таким чином можна досягти найкращого результату.

Список використаних джерел

1. Кулініч О.А. Умови розвитку міжнародного бізнесу в Україні. Розвиток харчових виробництв, ресторанного та готельного господарств і торгівлі: проблеми, перспективи, ефективність: Міжнар. наук.-практ. конф.(14 травня 2020р.) ХДУХТ. – Харків, 2020. Ч. 2. – С. 85-87
2. Кулініч О.А. Трансформації структури економіки України в контексті інтеграції в європейський економічний простір. Бухгалтерський облік, контроль та аналіз в умовах інституціональних змін: Всеукр. наук.-практ. конф. 22.10.2020р. ПДАА. Полтава, 2020. С. 200-204

Левицький В.,

к.е.н., доцент кафедри менеджменту та адміністрування
ВНУ імені Лесі Українки (м. Луцьк)

СИСТЕМА СТРУКТУРНО-ФУНКЦІОНАЛЬНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОЦЕСУ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Забезпечення процесу управління підприємством на основі взаємодії соціально-економічних суб'єктів, що спрямована на економічний та інноваційний розвиток в умовах модернізації системи менеджменту характеризується на сучасному етапі низькою ефективністю управлінських дій внаслідок тривалого технологічного циклу системи, неефективності та ациклічності стадій здійснення організаційно-управлінських дій, що проявляється у відсутності комплексної системи управління та будуються на структурно-інституціональних зв'язках.

Вирішення вище зазначених проблем дозволить якісно структурувати процес управління та запропонувати нові сучасні підходи до обґрунтування доцільності переходу процесу управління підприємством в систему на основі його структурно-функціонального забезпечення[1].

На нашу думку, структурно-функціонального забезпечення процесу управління може бути реалізоване через формування системи, що включає в себе п'ять основних блоків [2-3]:

Блок 1. Визначення структурно-функціонального забезпечення процесу управління, у зв'язку з чим необхідно:

- виявити сутнісно-змістовну природу процесу управління;
- дослідити зміст фаз процесу управління при формуванні зв'язків соціально-економічних суб'єктів з метою структурної інституалізації процесу управління;
- сформулювати принципи та виділити критерії системи управління на базі структурно-інституціональних зв'язків;

Блок 2. Обґрунтувати базові принципи та виявити сучасні тенденції формування системи

структурно-інституціональних зв'язків соціально-економічних суб'єктів за допомогою вирішення наступних завдань:

- аналізування суб'єктно-об'єктного складу професійної системи менеджменту, виділення складових його соціально-економічних груп та їх інтересів;
- запропонувати підходи до узгодження інтересів суб'єктів соціально-економічних груп системи менеджменту у формуванні та функціонуванні управлінської інфраструктури;
- оцінити вітчизняний та закордонний досвід налагодження партнерських зв'язків у рамках системи взаємодії в професійному співтоваристві на основі аналізу існуючих проєктів й програм, авторських досліджень.

Блок 3. Сформувати інтегрований інструментарій комплексного забезпечення процесу управління поетапним рішенням практичних завдань, а саме:

- визначити результат управлінської дії системи структурно-інституціональних зв'язків суб'єктів;
- запропонувати й обґрунтувати організаційно-управлінське моделювання за допомогою інтеграції методик функціонально-організаційного управління;
- адаптувати запропонований інструментарій реалізації процесу управління формуванням та функціонуванням ефективної інфраструктури;

Блок 4. Розробити модельну конструкцію інформаційно-комунікативного забезпечення процесу прийняття й реалізації управлінських рішень через:

- дослідження інформаційних потоків, циркулюючих в даній системі між взаємодіючими соціально-економічними групами на основі постулату про головну роль інформації в процесі управління;
- розробку комунікативної системи забезпечення процесу управління за допомогою виявлення структури комунікаційного взаємообміну відповідно до інформаційно-аналітичної системи підтримки процесу ухвалення управлінських рішень на основі інструментарію узгодження інтересів суб'єктів соціально-економічних груп;
- запропоновання інструментарію використання інформаційно-комунікативних технологій в процесі поетапного управління взаємодією, співпрацею, партнерством на базі дослідження комунікацій й системи інформаційних потоків взаємодіючих суб'єктів в науково-освітній інфраструктурі;

Блок 5. Адаптувати та апробувати обґрунтовані універсальні конструкції та пропозиції для конкретного підприємства: адаптувати організаційно-управлінську модель процесу управління до системи менеджменту підприємства.

Отже, запропонований нами комплексний інструментарій, що забезпечує процес управління соціально-економічними суб'єктами в системі менеджменту підприємства й включатиме організаційно-управлінське моделювання та інформаційно-аналітичне забезпечення на основі сучасних комплексних технологій як технологію підтримки ухвалення управлінських рішень.

Саме тому, організаційно-управлінське моделювання як інструмент систематизації та структуризації засновано на інтеграції методів функціонально-структурного моделювання, стратегічного аналізу, розробки цілей, бізнес-моделювання, що дозволяє отримати організаційно-управлінську модель управління діяльністю підприємства як соціально-економічної системи, а інформаційно-аналітична система є ефективним інструментом підтримки ухвалення управлінських рішень в напрямках здійснення ефективного процесу управління.

Список використаних джерел

1. Кузьмін О. Є., Мельник О. Г. Основи менеджменту : підручник [для студ. вищ. навч. закл.]. Київ : Академвидав, 2003. 416 с.
2. Ліпич Л. Г., Морохова В.О., Московчук А.Т. Організація виробництва : навч. посіб. [для студ. вищ. навч. закл.]. Луцьк : РВВ ЛДТУ, 2002. 256 с.
3. Осовська Г. В., Осовський О.А. Менеджмент організацій : навч. посіб. [для студ. вищ. навч. закл.]. Київ : Кондор, 2009. 854 с.

Макаренко С., д.е.н., доц.
Херсонський державний університет, м. Херсон, Україна
Олійник Н., к.т.н., доц.
Херсонський національний технічний університет, м. Херсон, Україна
Топчій А.
Херсонський державний університет, м. Херсон, Україна

СУЧАСНІ МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ РІВНЯ РОЗВИТКУ КОМУНАЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ У МЕЖАХ ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ ГРОМАДИ

Вступ. У сучасних умовах децентралізації влади та створення об'єднаних територіальних громад органи місцевого самоврядування зіштовхнулися із ситуаціями повної невизначеності щодо ефективності функціонування комунальних підприємств, діючих на території приєднаних територіальних громад. Моделі розвитку територіальних громад розглянуті у працях вітчизняних та зарубіжних науковців і експертів, серед яких варто відзначити Г. А. Борщ, В. М. Вакуленко, Н. М. Гринчук, Ю. Ф. Дехтяренко, О. С. Ігнатенко, В. С. Куйбіда, С. М. Макаренко, Н. М. Олійник, Н. І. Соловйової, А. Ф. Ткачук, Н. А. Тюхтенко, В. В. Юзефович та інших. Незважаючи на вагомий напрацювання залишаються проблемні питання щодо запровадження обґрунтованої методики оцінювання, яка б дозволила виявити слабкі місця у діяльності відповідних комунальних підприємств та обґрунтувати доцільність залучення додаткових джерел фінансування у їх розвиток як основи для зростання загального рівня конкурентоспроможності територіальної громади.

Основна частина. На сьогодні існує величезна кількість підходів щодо оцінювання рівня розвитку як на мікрорівні (рівень підприємств, установ та організацій), так і на мезо- (рівень адміністративно-територіальних одиниць) і макрорівні (рівень країни у цілому). За результатами проведеного дослідження найбільш цікавою та можливою для впровадження є методика, яка наведена у науковій праці [1] (рис. 1).

Використовуючи зазначений методичний підхід, а також аналітичну інформацію щодо показників розвитку комунальних підприємств Бериславської міської територіальної громади (Бериславський район, Херсонська область) визначимо комунальне підприємство, яке має найнижчий рівень конкурентоспроможності, як основи для подальшого залучення коштів у його розвиток. Зазначене пов'язано перш за все із аксіомою, що конкурентоспроможність системи визначається за ефективністю функціонування її найслабшої ланки. Тобто, враховуючи, що одним із ключових показників, за яким можливо оцінити рівень конкурентоспроможності територіальної громади, є якість надання послуг з водопостачання та водовідведення, то залучення додаткових фінансових ресурсів у розвиток занедбаних комунальних підприємств дозволить не лише підвищити якість надання послуг з водопостачання та водовідведення, а й забезпечити загальне зростання конкурентоспроможності відповідної територіальної громади.

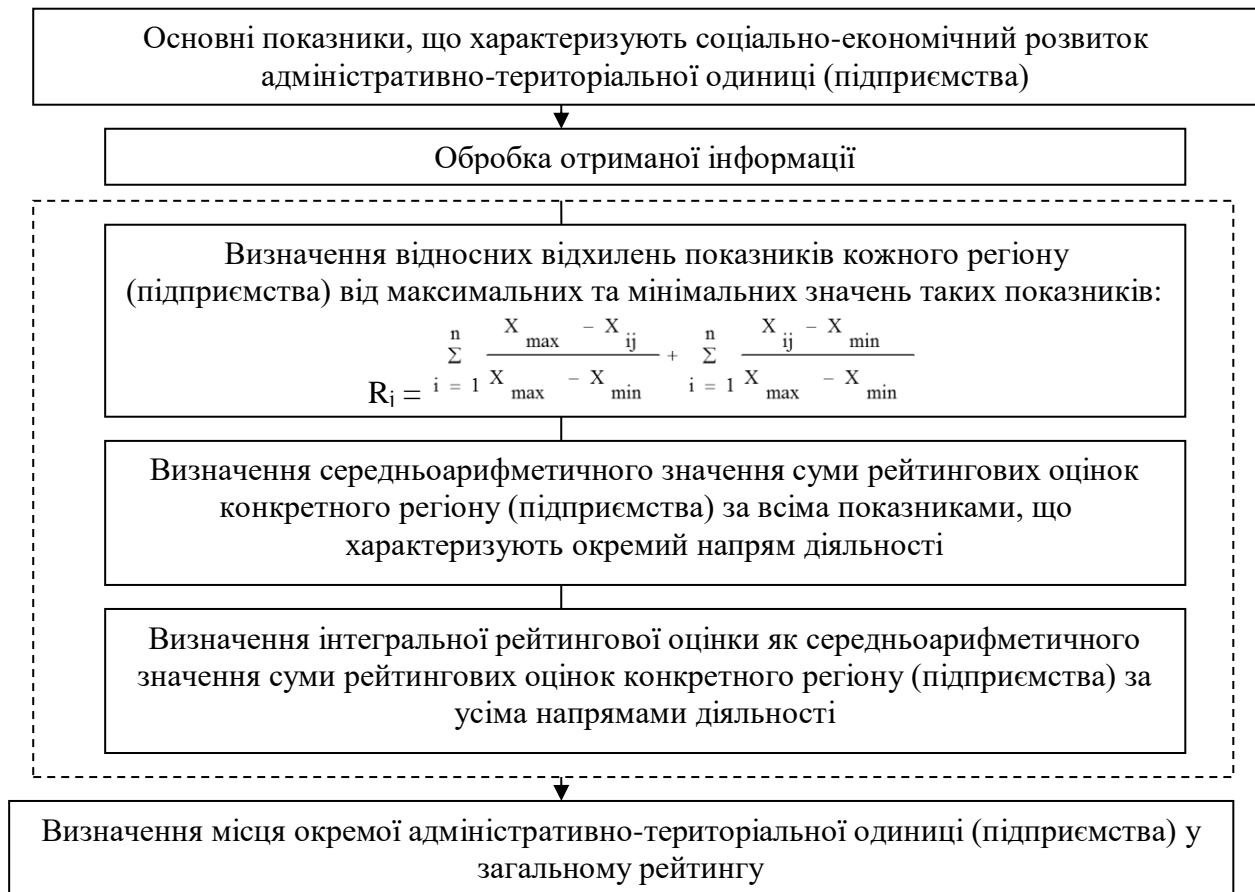


Рис. 1. Методичний підхід щодо визначення місця окремої адміністративно-територіальної одиниці (підприємства) (побудовано авторами на основі [1])

Використовуючи методичний підхід, відображений на рисунку 1, було визначено загальний індекс конкурентоспроможності й місце кожного з досліджуваних комунальних підприємств у загальній сукупності (таблиця 1).

Таблиця 1

Узагальнені результати щодо визначення індексу конкурентоспроможності (розраховано авторами)

Комунальне підприємство	Сума коефіцієнтів	Середнє значення	Місце
СЖКП «Орфей»	4,1912	0,6985	6
СЖКП «Урожайне»	2,677	0,4462	2
СЖКП «Раківське»	4,6683	0,778	7
ЖКП «Томаринське»	3,304	0,5507	4
СЖКП «Злагода»	4,1699	0,695	5
Новобериславське СЖКП «Джерело»	2,7659	0,461	3
КВУ «Бериславський водоканал»	0,2	0,0333	1

Висновки та пропозиції. Отримані результати свідчать про те, що нагальною потребою для керівництва Бериславської міської територіальної громади є залучення додаткових джерел фінансування, направлених як на розвиток комунального підприємства – лідера (комунальне виробниче управління «Бериславський водоканал»), так і на розвиток підприємства-аутсайдера (Сільське житлово-комунальне підприємство «Раківське»).

Список використаних джерел

1. Макаренко С. М. Формування інноваційної стратегії розвитку промислового підприємства: дис. ... докт. екон. наук: 08.00.04; Одеський національний університет імені І. І. Мечникова. Одеса, 2021. 455 с.

2. Ресурсне забезпечення об'єднаної територіальної громади та її маркетинг: навч. посіб. / Г. А. Борщ, В. М. Вакулєнко, Н. М. Гринчук, Ю. Ф. Дехтяренко, О. С. Ігнатенко, В. С. Куйбіда, А. Ф. Ткачук, В. В. Юзефович. К. 2017. 107 с.

3. Соловйова Н. І., Макаренко С. М., Олійник Н. М. Методологічна коректність прогнозного оцінювання параметрів соціально-економічного розвитку регіонів. *Актуальні проблеми економіки*. 2016. № 11 (185). С. 268–277.

4. Innovative development of the regions: cooperation between enterprises and state institutions / N. Tyuhtenko et al. *Marketing and Management of Innovations*. 2019. Issue 3. P. 354–365.

Мартинюк Г., к.п.н, доц.
Національний університет водного господарства
та природокористування, м. Рівне

ДО ПРОБЛЕМИ ЗАЛУЧЕННЯ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТИЦІЙ В УКРАЇНІ

Вступ. На сучасному етапі економічного розвитку, в умовах політичної, соціальної та економічної кризи Україна власними силами не зможе досягти позитивних зрушень в економіці, відтак, нагальним питанням є залучення іноземних інвестицій. Також суттєво ускладнюють дане питання нестабільна економічна ситуація у світі, військовий конфлікт на Сході нашої країни. Отже, проблема залучення іноземних інвестицій в Україні та обґрунтування напрямів їхнього вдосконалення є актуальним завданням як з практичної, так і з науково-теоретичної позицій.

Основна частина. Варто зазначити, що питання залучення іноземних інвестицій у національну економіку активно досліджуються як вітчизняними, так і зарубіжними вченими, як-от: І. Боднар, А. Бутняров, О. Данілова, М. Корецький, В. Марцин, А. Мерзляк, М. Поттер, М. Чумаченко, С. Шосталь та інші.

Наразі залучення іноземних інвестицій виступає невід'ємним елементом розвитку світової економіки і міжнародних економічних відносин, у ньому зацікавлені як розвинені країни, так і країни, що розвиваються. Формування економічних зв'язків у глобальному масштабі сприяє підвищенню ефективності виробництва, зростанню конкурентоспроможності продукції, що випускається. Адже, жодна країна світу з ринковою економікою не в змозі ефективно розвиватися без залучення іноземних інвестицій.

Дослідниця іноземних інвестицій В. Худавердієва в статті «Стратегія залучення іноземних інвестицій у економіку України» вказує на те, що «Україна має негативний міжнародний імідж, який склався внаслідок відсутності масових «успішних» інвестиційних історій, які б могли слугувати засобом реклами національної інвестиційної ситуації; низький рівень підготовки суб'єктів національної економіки до формування інвестиційних пропозицій; значні диспропорції регіонального та галузевого розвитку, що обумовлюють концентрацію інвестицій у вузьких сегментах ринків і територій, застарілість інфраструктури тощо» [4, с. 69].

Сьогодні для України вкрай важливим є створення умов для залучення додаткових інвестицій у національну економіку, що зумовлено браком власних коштів для сталого соціально-економічного розвитку, а також необхідністю їх спрямування в найбільш значимі галузі, які забезпечують прискорення соціально-економічного розвитку в Україні.

Стаття 1 Закону України «Про інвестиційну діяльність» «визначає «інвестиції як всі види майнових та інтелектуальних цінностей, що вкладаються в об'єкти підприємницької та інших видів діяльності, в результаті якої створюється прибуток (доход) або досягається соціальний ефект» [2]. Тому інвестиції є економічними ресурсами для майбутнього та є фінансовими та матеріальними вкладеннями в нерухомість, виробництво або цінні папери, які в майбутньому мають принести відповідний позитивний результат.

Вчені констатують, що інвестиції є матеріальною основою структуризації економіки та що вирішення проблемних питань в інвестиційному полі буде початком не лише структурно-функціональної реконструкції економіки, але і стане початком її стабілізації у відповідному векторі подальшого зростання.

Науковець Г. Васильченко у статті «Місцевий економічний розвиток і прямі іноземні інвестиції» пише, що для конкретної території головним ефектом від прямих інвестицій є формування нових робочих місць. Вони підвищують ефективність діяльності місцевого малого бізнесу, підрядників та постачальників, формують нові стандарти конкуренції, діловий рейтинг

та позитивний імідж міст. Об'єднані територіальні громади, котрі мають можливість конкурувати за інвестиції, застосовуючи сучасні інструменти територіального маркетингу, формують особисті стратегії розвитку залучення прямих інвестицій [1]. Автор стверджує, що головну роль інвестицій можна визначити за допомогою двох основних функцій, які вони здатні реалізувати: подолання негативних явищ та тенденцій в економічному житті суспільства; створення позитивних зрушень та зростання в економічній сфері країни.

Вважаємо, що органи державної влади мають визначити основні пріоритетні напрями та об'єкти інвестування і сформувані належні умови для втілення в життя певних державних програм, незалежно від наявних джерел фінансування інвестицій.

Висновки та пропозиції. Для підвищення ефективності комплексного механізму залучення іноземних інвестицій в Україні, передусім на територіальному рівні, необхідно сформувані сприятливий клімат у сфері інноваційної діяльності; для активізації залучення сучасних технологічних інвестиційних проєктів потрібно створювати інноваційні технологічні центри та промислово-технологічні парки.

До організаційних умов, що сприятимуть залученню іноземних інвестицій віднесемо такі: ефективне планування та програмування залучення інвестицій; належне інформаційне забезпечення для інвесторів; активізація участі у грантах для реалізації інвестиційних проєктів; мінімізація адміністративних бар'єрів та максимізація фінансово-ресурсного сприяння інвесторам, створення центрів консультування інвесторів, розширення транскордонного співробітництва в частині спільної реалізації інвестиційних проєктів. Отже, враховуючи вище означене, вважаємо, що нагальними є такі питання: необхідність імплементації досвіду розвинених зарубіжних країн з питань державного регулювання інвестиційної діяльності; обґрунтування шляхів удосконалення механізмів залучення іноземних інвестицій в Україні; виокремлення пріоритетних напрямів щодо залучення іноземних інвестицій в економіку країни.

Список використаних джерел

1. Васильченко Г. Місцевий економічний розвиток і прямі іноземні інвестиції. *Галицький економічний вісник*. 2009. № 1. С. 35–41.
2. Про інвестиційну діяльність : Закон України № 1560-ХІІ від 18 верес. 1991 р. URL : <http://zakon.nau.ua/search>.
3. Про режим іноземного інвестування : Закон України № 94/96-ВР від 19 берез. 1996 р. URL : <http://zakon.nau.ua/search>.
4. Худавердієва В. А. Стратегія залучення іноземних інвестицій у економіку України. *Фінанси України*. 2010. № 6. С. 62-71.

Махортов Ю., д.е.н., професор

Луганський національний університет імені Т. Шевченка

Громоздова Л., к.е.н., професор

Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана

ТУРИЗМ ЯК ВАГОМА СКЛАДОВА НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Вступ. Розвиток туристичної галузі для багатьох країн світу є прибутковим напрямком щодо наповнення бюджету держави. Туристична індустрія є однією з найбільш прибуткових галузей у зарубіжних країнах. Розвиток туризму сприяє зменшенню проблеми безробіття, впливає на споживчий попит тощо. Євроінтеграційне спрямування розвитку держави спонукає до осучаснення пропозиційних туристичних послуг та удосконалення державного регулювання даного напрямку розвитку. Тому розвиток туристичної галузі в Україні потребує всебічної уваги.

Основна частина. Туристична індустрія в Україні набуває широкомасштабних обертів. Туристичний бізнес стає одним із провідних та рентабельних напрямків соціального та економічного розвитку. Економіка туристичного бізнесу – це сукупність суспільних відносин, що виникають під час здійснення туристичної діяльності, а саме під час виробництва, розподілу, обміну та споживання туристичних послуг (туристичного продукту). Економіка туристичного

бізнесу є складовою частиною народногосподарського комплексу країни як каталізатора економічного зростання [3].

Туристичні фірми, власники садиб тощо, як суб'єкти господарювання, здійснюючи діяльність, отримують прибуток, що охарактеризує цей напрямок як бізнесовий. Тому, комерційна спрямованість діяльності туристичних фірм, розробка маркетингових заходів щодо залучення та обслуговування туристів, розпланування та підготовки турів, маршрутів, будівництво готельних комплексів сприяє ефективній співпраці, розвитку туристичної індустрії держави.

Туристичний розвиток регіонів України дає змогу вдосконалити напрямки ефективного санаторно-курортного та активного відпочинку, гастрономічного та розважального турбізнесу. Україна є потенційно привабливою для розвитку туристичної сфери. Туристичним потенціалом держави є історична спадщина, культурно – етнографічні фактори, гастрономічні різнобарв'я, географічні чинники тощо. Туристична індустрія буде ефективною для національної економіки держави. Євроінтеграційні реформи України потребують подальшого удосконалення туристичної галузі задля привабливості для іноземного туриста в тому числі [2].

Наукові дослідження спрямовуються на визначення переваг та недоліків розвитку цієї сфери. Роль держави полягає в удосконаленні механізмів регулювання туристичної діяльності, оскільки в цей процес залучені не тільки турфірми, а й інші сфери. Основними чинниками, що негативно впливають на розвиток туристичного бізнесу є політична ситуація в державі, недостатньо врегульований регіональний розвиток, недопрацювання туристичних маркетологів щодо інформаційних заходів про Україну за її межами, недосконалість податкової системи, недосконалість готельно-ресторанної сфери та невідповідність світовим стандартам тощо.

Як складова економічного механізму туристичний бізнес створює туристичні послуги, формує туристичний продукт і здійснює його реалізацію, активно використовуючи маркетингові комунікації; має свою індустрію виробництва та надання послуг туристам; формує ринок туристичних послуг за різними рівнями комплексності; працює як мультиплікатор росту національного доходу, валового внутрішнього продукту, зайнятості населення; сприяє розвитку місцевої інфраструктури та підвищенню рівня життя населення; являє собою сферу, у якій дешево створюються робочі місця та забезпечується високий рівень ефективності і швидка окупність інвестицій; є досить ефективним засобом охорони довкілля та історико-культурної спадщини країни, що є матеріальною основою ресурсного потенціалу туризму, який утворює специфічну сферу діяльності; функціонує у взаємозв'язку практично з усіма галузями і видами діяльності людей; має переваги в інтеграційних і глобалізаційних процесах, що відбуваються у світовому просторі [1, с.40]. Україна, маючи неперевершений спадок для здійснення туристичної діяльності, має зайняти належне місце серед світових туристичних країн.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Проаналізувавши стан та перспективи розвитку туристичного бізнесу в Україні, варто зазначити, що ця галузь стає однією з пріоритетних сфер підвищення економіки держави. Історичний, культурно-етнографічний, гастрономічний, санаторно-курортний потенціали країни в разі створення сприятливих умов для інвестицій та належного маркетингу виведуть країну у світові лідери туристичної індустрії.

Список використаних джерел

1. Горішевський П. В. Сільський зелений туризм: організація гостинності на селі: підручник / П. В. Горішевський, В. П. Васильєв, Ю. В. Зінько. – Івано-Франківськ : Місто-Н, 2003. – 148 с.
2. Ключник А. В. Активізація несільськогосподарського підприємництва на селі [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://rtpp.com.ua/news/2014/02/24/5/3099.html>.
3. Кузик С. П. Менеджмент туризму в регіоні / С. П. Кузик, Д. Л. Олесневич // Регіональна економіка. – 1999. – № 1. – С. 103–109.

Мацука В., к.е.н, доцент
Сорока Ю., магістр, спеціальність «Менеджмент»,
 ОП «Менеджмент організацій і адміністрування»
 Маріупольський державний університет
 м. Маріуполь
 Україна

ТЕРИТОРІАЛЬНА ГРОМАДА ЯК БАЗОВА ЛАНКА МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ В ПУБЛІЧНОМУ УПРАВЛІННІ

Процес управління суспільними справами, що об'єднує місцеве самоврядування та державне управління, а в деяких країнах світу охоплює і регіональне управління, зазвичай називають публічним управлінням, пов'язуючи його зі здійсненням публічної влади. При цьому публічна влада визначається як легальна соціальна влада, що реалізує артикульовані суспільні інтереси певного територіального співтовариства і функціонує у двох основних формах: державної влади та місцевого самоврядування [1, с. 394].

Зазначимо, що місцеве самоврядування та державне управління є компонентами єдиного процесу публічного управління суспільними справами, що взяті окремо і не мають змоги повноцінно виконувати свої функції в умовах демократизації владної системи.

Побудова в Україні громадянського суспільства з верховенством права, пріоритетом прав та свобод людини, поділом гілок державної влади має супроводжуватися відповідним розвитком і удосконаленням місцевого самоврядування.

Згідно ст. 2 Закону України «Про місцеве самоврядування в Україні», в якому визначається, що місцеве самоврядування є правом територіальної громади – жителів села чи добровільного об'єднання у сільську громаду жителів кількох сіл, селища та міста – самостійно вирішувати питання місцевого значення в межах Конституції і законів України [3].

Підставою для ефективного функціонування місцевого самоврядування є дотримання балансу між повноваженнями органів місцевого самоврядування і їх посадових осіб та відповідальністю цих органів, їх посадових осіб перед територіальною громадою за належний стан реалізації відповідних повноважень [4, с. 181].

Первинним суб'єктом місцевого самоврядування, основним носієм його функцій та повноважень виступає територіальна громада. Характеристика територіальних громад як первинних соціальних суб'єктів публічної влади, різновиди форм демократії в місцевому самоврядуванні, а також визнання провідної ролі територіальних громад у формуванні всієї системи органів публічної влади (від вищих до місцевих) дає можливість визначити сутність місцевого самоврядування як особливої форми публічної влади.

Базовим елементом політико-правової суб'єктності територіальної громади є колективні дії, які спрямовуються на реалізацію провідних інтересів усієї громади. Першорядними формами діяльності територіальних громад в публічному управлінні є форми їх прямого волевиявлення, які спрямовані на здійснення безпосередньо територіальними громадами самоврядування на території України. Форми участі громади у процесі прийняття рішень у публічному управлінні можна поділити на групи:

- 1) вплив та інформування (органи публічного управління надають інформацію громадянам в односторонньому порядку);
- 2) консультування (органи публічного управління контактують з суспільством, аби дізнатися думку щодо необхідного питання);
- 3) дорадче залучення (пряма участь громадян у прийнятті політичних рішень, де після чого громадяни оцінюють ухвалення або відхилення рішень громади);
- 4) стимульована участь (суб'єкти влади дають змогу громадянам прийняти остаточне рішення);
- 5) добровільна участь громадян (позиція громадян є обов'язковою у врахуванні прийняття публічного рішення, оскільки відповідальність лежатиме на обох суб'єктах управлінської діяльності – органах влади та громади) [2, с. 27].

Територіальна громада як «нормативно-правова модель самоорганізації населення» з управлінськими структурами здатна реалізувати і захищати місцеві інтереси, тому що вона є

територіальною основою місцевого самоврядування, а саме: села, селища та міста. Територіальна громада є складною формою суспільної організації, сукупність місцевих жителів, об'єднаних на публічних засадах у межах певної території. Такі добровільні об'єднання діють на підставі статуту або за рішенням місцевих референдумів об'єднуються з іншими громадами з метою здійснення самоврядування в межах законів держави [5, с. 79–87].

Отже, територіальна громада є однією з основних складових організованого суспільства, а головна її функція – життєзабезпечення на місцевому рівні, що будується на об'єднанні групових та особистісних інтересів. Стратегія реформування місцевого самоврядування потребує ефективних механізмів управління на рівні територіальних громад. Тому важливою проблемою на даний час є ефективна організація регіонального управління та місцевого самоврядування в умовах децентралізації системи державного управління.

Список використаних джерел

1. Бакуменко В.Д., Надолішній П.І., Іжа М.М., Арабаджи Г.І. Державне управління: основи теорії, історія і практика: навч. посіб. Одеса: ОРІДУ НАДУ, 2009. 394 с.
2. Гончарук Н.Т., Прокопенко Л.Л. Взаємодія органів державної влади та органів місцевого самоврядування: правові та функціональні аспекти. Публічне упр.: теорія та практика: зб. наук. праць асоціації д-рів наук з держ. упр., 2011. 27 с.
3. Закон України 280/97-ВР від 12.06.1997 «Про місцеве самоврядування». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/280/97-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення: 03.11.2021)
4. Європейська Хартія місцевого самоврядування. Офіц. вісн. України. 2013. № 39. 181 с.
5. Пронюк Н. В. Удосконалення статусу територіальної громади в Україні. Науковий вісник КНУВС. 2008. № 1. С. 79–87.

Мілько Д., д.т.н., проф.,
Педченко Г., к.е.н., доц.

Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ПІДГОТОВКИ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ В УМОВАХ ІНФОРМАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ

На сучасному етапі розвиток нових технологій, комп'ютеризація всіх галузей народного господарства, науки і освіти потребує, з одного боку, створення й запровадження новітніх інформаційних засобів технологій, з іншого ж, у зв'язку з виникненням проблем з їх застосуванням в професійній діяльності, потрібен новий підхід в підготовці майбутніх фахівців.

В даний час математичне моделювання знаходиться на новому етапі свого розвитку. Без процесу моделювання жоден сучасний великомасштабний проект всерйоз не розглядається. Воно є неминучою складовою науково-технічного прогресу. Тому сучасний фахівець має володіти методами математичного і комп'ютерного моделювання для успішного здійснення професійної діяльності.

Наслідком існування протиріччя між рівнем розвитку інформаційних технологій та рівнем застосування їх у навчанні фаховим дисциплінам є проблема пошуку в умовах, що склалися, більш ефективних освітніх технологій. Один із шляхів вирішення проблеми пов'язаний зі створенням методичної системи навчання методам формалізації знань на основі математичного та комп'ютерного моделювання [1, с. 119].

Математична та комп'ютерна моделі взаємопов'язані за допомогою інструментів інформаційних технологій, які дозволяють перетворити математичну модель в комп'ютерну при наявності формального опису першої. Завдяки тісному взаємозв'язку математичного апарату і обчислювальних засобів персонального комп'ютера для будь-якої математичної моделі можна отримати комп'ютерну. Інформаційні технології надають широкі можливості візуалізації результатів моделювання. Комп'ютерне моделювання є універсальним інструментом вирішення класів задач, які передбачають побудову математичної моделі.

В даний час пріоритетною стає вища освіта, заснована на розвиваючому впливі комп'ютерних засобів опосередкованого спілкування, які дозволяють трансформувати

інформацію, видозмінювати її обсяг, форму, знакову систему і матеріальний носій, виходячи з цілей педагогічної взаємодії. Роль цих дидактичних засобів, крім передачі знань і соціального досвіду, полягає у формуванні інформаційної культури, адекватної технічному розвитку суспільства.

Функцію формування інформаційної культури в змісті освіти можна реалізувати двоюко. По-перше, в рамках навчальних курсів інформатики, де інформаційні комп'ютерні засоби і технології є метою вивчення. Тут формуються не тільки знання про будову комп'ютерів, навички програмування і роботи з програмними засобами, але також і загальне розуміння ролі інформації в сучасному світі, її значення як продукту і інструменту розвитку суспільства. По-друге, інформаційна освіта має стати проникаючим компонентом якщо не всіх, то більшості дисциплін вищої школи.

Комп'ютерне моделювання, яке введене в структуру змісту освіти як засіб викладання дисципліни і використовується студентами та викладачами в повсякденній навчальній, науково-дослідній та проектній діяльності, буде формувати і закріплювати знання і вміння, отримані при вивченні загальноосвітніх або спеціальних курсів. Даний підхід розвивається в концепцію розподіленого вивчення інформаційних та комп'ютерних технологій. Необхідність розробки і вивчення інформаційно-комп'ютерних засобів і технологій як самих по собі, так і в складі навчально-методичних комплексів багатьох дисциплін, стає умовою адаптації системи вищої освіти до вимог інформаційного суспільства.

Досягнення в галузі створення і розвитку принципово нових педагогічних технологій, заснованих на реалізації можливостей інформаційних та комп'ютерних технологій, дозволяє розробляти і використовувати педагогічні програмні засоби, орієнтовані на виконання різноманітних видів навчальної діяльності. Основними принципами нових технологій є: інтерактивний режим роботи з комп'ютером; інтегрованість з іншими програмними продуктами; гнучкість процесу зміни як вихідних даних, так і постановки завдань.

Отже, організація професійної підготовки майбутнього фахівця у вищому навчальному закладі передбачає використання комп'ютерного моделювання в якості:

- засобу навчання, що забезпечує як оптимізацію процесу пізнання, так і формування індивідуального стилю професійної діяльності.
- предмету вивчення, що забезпечує знайомство з сучасними методами обробки інформації, які враховують специфіку організації інформаційних процесів в професійному середовищі.
- інструменту вирішення професійних завдань, що забезпечують формування умінь та навичок прийняття рішень в сучасному інформаційному середовищі, зокрема визначення, організації і пошуку професійно важливої інформації, вибору засобів, адекватних поставленій задачі, використання отриманих результатів для оптимізації процесу вирішення професійних завдань.

Комп'ютерне моделювання є багатофункціональним явищем в процесі професійної підготовки студентів. Реалізуючи мотиваційну, орієнтуючу, систематизуючу, інформаційну, координуючу, особистісну функції, комп'ютерне моделювання впливає не тільки на різні сторони навчального процесу, але й на особистість майбутнього фахівця і є ефективним засобом розвитку професійних якостей фахівців.

Саме тому сьогодні є дуже актуальною і перспективною розробка програм і технологій навчання комп'ютерного моделювання, інтегрованих з різними освітніми областями. Чим вище буде готовність до самоврядування пізнавальним процесом в інформаційному середовищі, тим успішнішим буде особистісне зростання фахівця, його соціальна затребуваність [2, с. 57-58].

Список використаних джерел

1. Підприємництво: інвестиційне забезпечення та економічна безпека : Монографія. / Г.І. Грицаєнко, І.М. Грицаєнко, Г.П. Педченко, Ю.О. Прус, Т.І. Яворська. Мелітополь : Люкс, 2021. 271 с.

2. Мілько Д.О., Педченко Г.П. Використання методів математичного та комп'ютерного моделювання при підготовці сучасних фахівців *Збірник науково-методичних праць Таврійського державного агротехнологічного університету*, 2019. Вип. 22. С.53-58.

Олієвська М., д.е.н., доц.,
Військовий інститут Київського національного університету
імені Тараса Шевченка, Київ, Україна

ОСОБЛИВОСТІ ВИЗНАЧЕННЯ ТРУДОМІСТКОСТІ РОБІТ З РОЗРОБКИ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ КОНТЕНТУ В ІНФОРМАЦІЙНОМУ ПРОСТОРИ УКРАЇНИ

Формування багатоголосого та вільного інформаційного простору України значною мірою залежить від дослідження такої актуальної наукової проблеми як обґрунтування теоретико-методичних підходів з визначення трудомісткості розробки медіаконтенту, а також формулювання пріоритетних напрямів удосконалення цього процесу.

Особливо своєчасними є такі дослідження для інформаційно-медійних структур Міністерства оборони України та Збройних Сил України в контексті побудови інформаційного середовища, здатного протистояти актуальним реаліям гібридної війни, про що наголошено у Стратегії національної безпеки України [1] та Національній економічній стратегії на період до 2030 року [2].

Зважаючи на те, що формування якісного контенту для ефективного інформаційного забезпечення окремих споживачів інформації та суспільства в цілому залежить від низки чинників (таких як актуальність контенту, його новизна, оперативність, об'єктивність, достовірність, а також людський капітал розробників контенту тощо), а сам процес передбачає створення інформаційних продуктів з використанням технологічних можливостей Інтернету [4], є доволі трудомістким, саме тому розробники медіаконтенту повинні володіти певними знаннями та вміннями використовувати сучасні інформаційні технології.

Створення медіаконтенту можна визначити як структурований творчо-виробничий процес, що вимагає від автора як глибоких знань із теорії та методики написання текстів, так і практичних навичок володіння технічними засобами; результатом цього процесу є медійна розробка. Відповідно, трудомісткість розробки медіаконтенту являє собою витрати живої праці на виробництво одиниці контенту і безпосередньо впливає на собівартість розробленого контенту та вартість робіт з його розробки. Цей показник можна визначити як сукупність базових нормативів трудомісткості робіт (визначених у людино-годинах або людино-днях, що використовуються на кожну типову роботу) з розробки медіаконтенту з урахування специфіки типових робіт та поправних коефіцієнтів.

Зважаючи на відсутність нормативного забезпечення та недосконалість правового регулювання медійної сфери, на часі розробка Методики визначення трудомісткості і вартості робіт з розробки медіаконтенту, яка встановлює базові нормативи трудомісткості робіт з розробки медіа контенту, поправні коефіцієнти, порядок визначення трудомісткості, загальної трудомісткості та вартості робіт з розробки медіа контенту.

Відповідно до цієї Методики, базові нормативи трудомісткості розробки медіаконтенту встановлюються на кожен типовий вид робіт, зокрема тематичне планування публікацій (телевізійних та радіо програм); планування контенту газетного-журнального числа (телерадіопрограми); пошук теми; визначення джерел та методів отримання інформації з обраної теми; робота з джерелами інформації щодо теми; комунікація з експертами щодо теми; огляд публікацій (сюжетів) з обраної теми; орієнтація (визначення завдання); підготовка – збір інформації щодо завдання, робота у відрядженні; формування відеоряду (ілюстраційного матеріалу); аналіз – вивчення зібраного матеріалу; перегляд відзнятого відеоряду; прослуховування аудіозаписів з інтерв'ю; перевірка фактів; формування ідеї – вироблення варіантів; інкубація – осмислення варіантів; синтез – розробка рішення; оцінка – розгляд ідеї; вибір структури та формату (жанри); створення сценарію; робота над створенням друкованого тексту; робота в студії; дизайн контенту; процес редагування; експертна оцінка сюжетів; процес погодження контенту; юридична оцінка; робота над випуском газети, журналу; випуск програми; розміщення контенту на публічних платформах в мережі Інтернет; організація та легалізація коментарів оприлюдненого контенту; створення нового контенту в розвиток теми [3].

Окрім переліку типових видів робіт та встановлення базових нормативів трудомісткості (отриманих експертним шляхом), визначення трудомісткості робіт з розробки та реалізації контенту передбачає врахування поправних коефіцієнтів. Останні залежать від уже згаданих

чинників і можуть бути структуровані у дві групи: чинники, які пов'язані із медійною розробкою, її складністю та специфікою; чинники, які залежать від знань, навиків, професіоналізму та особистих характеристик виконавця (автора).

Універсальність Методики визначення трудомісткості і вартості робіт з розробки медіа контенту полягає в тому, що зазначена Методика може використовуватися як інформаційно-медійними структурами Міністерства оборони України та Збройних Сил України під час створення медіа контенту, так і фізичними або юридичними особами незалежно від організаційно-правової форми та форми власності, які створюють медіаконтент, у частині визначення трудомісткості робіт з його розробки.

Підсумовуючи зазначимо, що концептуально нові підходи до вироблення медійного контенту та сучасні тенденції розвитку медіагалузі, коли споживачі інформації орієнтовані на швидкий перегляд новин, відштовхування від змістових і візуальних акцентів, що зумовлює способи інтерпретації фактів, зумовлюють необхідність опрацювання розробниками медіаконтенту значної кількості даних як джерел інформації, пошук тем та способів їх викладу, що, безумовно, впливає на трудомісткість розробки та подачі медіаконтенту. Відтак, є необхідність не лише переглянути процес створення медіаконтенту, але й удосконалити методичні підходи з визначення трудомісткості робіт з розробки такого контенту.

Список використаних джерел

1. Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 14 вересня 2020 року «Про Стратегію національної безпеки України»: Указ Президента України від 14 вересня 2020 року № 392/2020. URL: <https://www.president.gov.ua/documents/3922020-35037>
2. Про затвердження Національної економічної стратегії на період до 2030 року : Постанова КМУ від 03 березня 2021 р. № 179. URL: <https://www.kmu.gov.ua/npas/prozatverdzhennya-nacionalnoyi-eko-a179>
3. Сучасні комунікаційно-контентні процеси в безпековій сфері: навчальний посібник / Клубань О.М., Курбан О.В., Любовець Г.В., Король В.Г., Савчук Р.П. Київ: ВІКНУ, 2016. 170 с.
4. Lister, Martin; Dovey, Jon; Giddings, Seth; Grant, Iain; Kelly, Kieran (2009). *New Media: A Critical Introduction* (en). Taylor & Francis. с. 51–59.

Писаренко Н., к.е.н.
Capital Union School

ФОРМУВАННЯ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ ГАРАНТУВАННЯ ПРОДОВОЛЬЧОЇ БЕЗПЕКИ

Вступ. Посилення глобальних трансформацій призводить до перетворення цього процесу на визначальний чинник в системі забезпечення економічної самостійності національної продовольчої системи. Вирішення проблеми продовольчої незалежності є невід'ємною частиною політики усіх країн, оскільки від неї залежить національна безпека загалом. Гарантування продовольчої безпеки покладається на державу, що актуалізує проблему розробки адекватної та дієвої системи державних інструментів та механізмів захисту продовольчої незалежності країни.

Основна частина. Формування державної політики гарантування продовольчої безпеки має базуватися, поряд з забезпеченням доступності продовольства для населення, на принципах самозабезпеченості. Продовольча безпека, яку експерти Продовольчої та сільськогосподарської організації ООН (FAO) визначають як забезпечення гарантованого доступу всіх жителів планети, країни, регіону до продовольства у будь-який час і обсягах, необхідних для забезпечення активного і здорового способу життя [2], на національному рівні пов'язується, насамперед, з поняттям самозабезпеченості продовольством, або продовольчої незалежності.

За формулюванням, наведеним у Проекті Закону України «Про продовольчу безпеку України», продовольча незалежність України – це стан продовольчого забезпечення, за якого фізична та економічна доступність життєво важливих продуктів харчування для населення гарантується за рахунок вітчизняного виробництва цих продуктів та запасів державного

матеріального резерву на рівні, що визначається законодавчо [3].

В умовах глобалізації продовольча безпека повинна поєднуватися з реалізацією інтеграційних намірів через дотримання продовольчої незалежності. Тобто, навіть за умови усунення митних та інших бар'єрів, що традиційно існували між країнами як прояв інтеграції, внутрішнє виробництво сільськогосподарської продукції повинно забезпечувати граничний рівень необхідних продовольчих ресурсів.

Одним із основних критеріїв продовольчої безпеки вважається частка сумарного вітчизняного виробництва продовольства у кінцевому споживанні (коефіцієнт самозабезпечення). Світовою спільнотою рівень продовольчої незалежності, що визначається на основі зазначеного індикатора, розглядається як важлива умова соціально-економічної стабільності країни. Для того, щоб система продовольчого забезпечення була самодостатньою, необхідно забезпечити зростання власного виробництва, що дозволить задовольнити основну частину потреб населення у продуктах харчування. Потенційні можливості країни забезпечення власних потреб продовольством характеризуються показниками виробництва і споживання на душу населення та ступенем самозабезпечення основними видами продуктів. Рівень самозабезпеченості України основними продуктами харчування, що визначається як співвідношення валового виробництва окремого продукту до його споживання у відповідному часовому періоді, є достатнім майже за всіма основними видами продукції, крім плодів, ягід та винограду.

Залежність країни від імпорту, особливо продовольства, створює потенційну загрозу національній безпеці країни. Причинами низького рівня самозабезпечення та продовольчої залежності країни можуть бути [1]:

- незбалансованість внутрішнього продовольчого ринку за попитом і пропозицією, що викликає дефіцит продовольства і низький рівень платоспроможного попиту;
- низький рівень конкурентоспроможності вітчизняного агропромислового комплексу, яка спричиняє залежність внутрішнього ринку від імпорту продовольства;
- невідповідність продукції існуючим стандартам якості при достатності рівні виробництва власного продовольства
- недостатній рівень включення продовольчого ринку країни в систему міжнародних зовнішньоекономічних зв'язків та його закритість;
- низька ефективність діяльності виробників аграрно-промислової продукції;
- пов'язування перспектив розвитку агропромислового комплексу переважно з експортом продовольчої продукції.

Відкритість національних економік в сучасних умовах поглиблення та розширення взаємозв'язків вітчизняних товаровиробників з суб'єктами на світових ринках обумовлює нові вимоги до провадження державної політики в сфері вирішення продовольчої проблеми, зокрема недопущення підвищення рівня продовольчої залежності.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Наразі у світі спостерігається посилення глобалізаційних тенденцій, що, безперечно, накладає свій відбиток на можливості країн забезпечити власну продовольчу незалежність та провокує зростання імпортозалежності торгівлі продовольчими товарами. Гарантування продовольчої незалежності країни належить до сфери державного регулювання, тому в умовах відкритості національних економік система інструментів захисту продовольчих інтересів держави потребує узгодження та систематизації. В розвинутих країнах світ питання продовольчої незалежності спирається на відповідну законодавчу базу, в Україні ж проблема розробки нормативно-правової бази з проблеми гарантування продовольчої безпеки, яка була б узгоджена з вимогами СОТ, є не вирішеною.

Список використаних джерел

1. Продовольча безпека країни: стан та перспективи зміцнення : монографія / Тринько Р.І. та ін. Л., 2011. 303 с.
2. Декларація всесвітнього саміту з продовольчої безпеки. Рим, 2009. URL: <http://www.fao.org>.
3. Про продовольчу безпеку України: проект Закону України від 28.04.2011 р. No 8370-1. URL: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/JF6GI011.html

Підкамінний І., к.е.н, доц.
Кондрашина Н., студент
Київський національно торговельно-економічний університет
Київ

МЕТОДИ ПОДОЛАННЯ ОПОРУ НОВОВЕДЕННЯМ НА ПІДПРИЄМСТВАХ

Нововведення — це комплексний процес, який об'єднує створення, розробку, доведення до комерційного використання і поширення новації, що задовольняє певну потребу, приносить дохід та спричиняє техніко-економічні й інші зміни в соціальному середовищі .

Всі проблеми, з якими стикається керівництво компанії при впровадженні нововведень, так чи інакше пов'язані з відсутністю їх прийняття. Таке неприйняття сприймається керівництвом як саботаж, у деяких випадках ставить під удар всю інноваційну програму. Подолати такі проблеми самотужки компаніям досить складно. Для цього треба мати великий досвід у сфері управління змінами та відповідні ресурси. У цей час важливо зробити ряд дій, які допоможуть стабілізувати ситуацію і прискорити процес впровадження.

Ступінь опору нововведенням багато в чому залежить від характеру системи комунікацій — від організації збору і аналізу інформації, кількості рівнів управління, через які вона проходить, від наявності зворотного зв'язку, тобто відкритого доступу до інформації всіх зацікавлених сторін компанії.

Існує низка причин появи опору. Насамперед працівники зацікавлені лише у своїх інтересах і в більшості випадків не звертають уваги на загальні корпоративні цілі. Без будь-яких змін робота є природною та зручною, адже заснована на певному автоматизмі. Люди бояться втратити роботу через те, що не в змозі виконувати нові завдання, які вимагатимуть підвищення кваліфікації, навчання та зміни стереотипів мислення. Також причинами опору можуть бути недовіра до керівників, які вводять інновації, та недостатня кількість інформації для того, щоб переконати їх у необхідності введення тієї чи іншої інновації.

Варто відзначити, що всі компанії, що розвиваються, як великі, так дрібні, на кожному етапі свого розвитку зіштовхуються з поняттям опору нововведень. В першу чергу це пов'язано з консерватизмом, інертністю людей, їхнім прагненням до стабільності в житті. При виникненні змін люди ніяково себе відчують, що супроводжується внутрішнім протестом і відображається на поведінці. Це створює внутрішні/зовнішні бар'єри на шляху до прогресу.

Для подолання опору співробітників слід провести аналіз їхньої поведінки – визначити їхнє ставлення до змін, заздалегідь виявити причини можливого опору.

На основі бесід, інтерв'ю, анкетування та інших форм збору інформації керівництво організації має спробувати з'ясувати, який тип реакції на зміни буде спостерігатися в організації, визначити працівників, які або підтримають зміни, або вчинять їм опір, а також у кожному разі причини такої поведінки.

Безконфліктне впровадження змін в умовах співпраці всього колективу є швидше виключенням, ніж правилом. По-різному оцінюються зміни з боку керівництва підприємства (для нього це нові шанси) і з боку його співробітників (для них зміни становлять небезпеку). Опір змінам може мати різну силу й інтенсивність. Він виявляється як у формі пасивного прихованого неприйняття змін, що виражається у вигляді зниження продуктивності або бажання перейти на іншу роботу, так і у формі активного виступу проти змін (наприклад, у вигляді явного ухилення від впровадження нововведень) .

Методами подолання опору при введенні нововведень є:

— Надання необхідної інформації працівникам, адже вона може бути недостатньою і неповною, щоб персонал зрозумів ідею нововведення і свідомо її підтримав, переконавшись в її необхідності;

— Залучення підлеглих до прийняття управлінських рішень і обговорень, де працівники могли б висловлювати свою думку щодо формування інноваційної інфраструктури розвитку національної економіки майбутніх проблем чи міркування щодо нововведень. Цей метод є корисним як для підлеглих, що опираються змінам, так і керівникам, які проводять нововведення, адже дійшовши до спільної думки можна досягти ще кращого результату;

— Створення сприятливої атмосфери на роботі, можливість підвищення кваліфікації і, власне, підтримка підлеглих з боку керівників підприємства, переконання про важливість змін та

сприяння зацікавленості у спільній справі;

— Роз'яснення підлеглим сутності нововведень, переваг від їх впровадження, адже вони можуть не до кінця розуміти саму ідею змін і не бачити своїх переваг у цьому;

— Ведення переговорів з окремими працівниками (неформальними лідерами) і їх групами для досягнення компромісу тощо.

Отже, однією важливою проблемою є готовність працівників до змін, прагнення розвиватися. При плануванні введення нововведень або в ході самого процесу керівництву слід особливу увагу звертати на реакцію працівників, і запобігати прояву опору з їх боку, або навіть проводити профілактичні роботи для згладження такої поведінки. Важливо впровадити систему колективного прийняття рішень, що дозволить збільшити значущість і відповідальність кожного співробітника. Це призведе до успішної реалізації інноваційної діяльності в умовах динамічних змін зовнішнього середовища. При наявності своєчасного планування впровадження нововведень, мудрого лідера, ці проблеми виникають набагато рідше.

Список використаних джерел

1. Король А.С. Сутність змін в організації та основні підходи до визначення даного феномену / А.С. Король // Психологічні науки. - №56. - 2011. - С.169-173.
2. Сазанов О.Г. Опір організаційним змін: діагностика, і подолання, // Проблеми теорії та практики управління, №6, 2013
3. Хентце Й., Каммель А. Як долати протидія запланованим організаційним змін // "Проблеми теорії та практики управління". 2018
4. Захарченко В. І., Корсікова Н. М., Меркулов М. М. Інноваційний менеджмент: теорія і практика в умовах трансформації економіки. Навч. посіб. – К.: Центр учбової літератури, 2016

Руссиян О., к.е.н., с.н.с.
м.Новгородівка, Україна

РИНОК ПРАЦІ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ В УМОВАХ РОЗВИТКУ «ІНДУСТРІЇ 4.0»

У сучасному світі сьогодні активно здійснюються заходи щодо розвитку Четвертої промислової революції, яка характеризується гнучкою взаємодією віртуальних і фізичних виробничих систем, автоматизацією та орієнтацією виробництва на споживачів з метою забезпечення оперативності технологічних процесів, підвищення якості продукції та стандартів безпеки праці [1]. Для вітчизняної промисловості розвиток «Індустрії 4.0» набуває актуальності з огляду його перспектив та переваг, що демонструються на основі дослідження досвіду провідних зарубіжних країн. Разом із цим можуть виникати певні ризики, а тому в науці існують деякі сумніви щодо ефективності цифровізації економіки для ринку праці [2,3,4]. Отже, виникає необхідність виявлення особливостей ринку праці промисловості України з урахуванням потенціалу технологічного розвитку.

Кадрове забезпечення промисловості України значним чином відрізняється від інших сфер економіки. Для промисловості України характерною є висока інтенсивність вибуття робочої сили, а також скорочення показників професійної підготовки та підвищення кваліфікації [5]. Наприклад, у 2020 р. рівень прийому персоналу у промисловості склав 22,8%, а звільнення – 27,7%. За результатами 2020 р. середньооблікова кількість штатних працівників у промисловості має тенденцію до скорочення, у тому числі для вуглевидобувної та переробної галузей (машинобудування, металургії тощо) [6]. Також для машинобудівної, енергетичної, вуглевидобувної, металургійної та інших галузей промисловості характерною є проблема дефіциту висококваліфікованих працівників. Така тенденція має довготривалий характер, що пояснюється неефективністю системи підготовки персоналу для промисловості, а також еміграційними процесами в Україні. Все це зумовлено відсутністю налагоджених зв'язків між навчальними закладами та підприємствами на всіх етапах навчального процесу, а також непопулярністю виробничих спеціальностей серед молоді, що призводить до низького рівня оновлення кадрового складу промислових підприємств. Значними є потреби у

висококваліфікованих працівниках інженерно-технічного складу та основного виробництва. Одночасно із цим на ринку праці відзначається перевищення пропозиції над попитом кадрів за іншими видами економічної діяльності. Це призводить до неповного використання робочої сили України (у 2020 р. цей показник склав 1865,6 тис. осіб або 10,5%) [7].

В умовах дисбалансу вітчизняного ринку праці розвиток «Індустрії 4.0» може викликати певні складнощі, зумовлені відсутністю необхідного людського капіталу для реалізації технологічних рішень. Не можна не погодитися із тим, що «...конкуренція за креативні, творчі, висококваліфіковані ресурси праці буде зберігатися» [8, с.129]. При цьому на практиці існують проблеми не тільки щодо кількісного складу, але й зумовлені відсутністю або низьким рівнем таких якісних характеристик персоналу, як: спроможність та мотивація до постійного навчання, підвищення кваліфікації; творчі здібності та їх розвиток; культура безпеки праці та її формування тощо. Однією із причин окресленої ситуації можна вважати неефективність систем управління та мотивації праці на більшості промислових підприємств. За таких умов реалізація принципів цифровізації може викликати опір персоналу змінам, а також супроводжуватися надмірними витратами.

Розвиток «Індустрії 4.0» є важливим для промисловості України, тому що у перспективі це формуватиме базис її конкурентоспроможності. Поряд із цим у разі ефективного впровадження досягнень Четвертої промислової революції створюватимуться передумови для вирішення проблеми дефіциту кадрів у промисловості, а також покращення умов праці та стандартів її безпеки. Безумовно, що існує чимало дискусійних питань з цього приводу. Так, якщо вартість технологічного рішення є надмірно високою для підприємства, то в умовах низького рівня технологічного розвитку промисловості України (порівняно зі світовими лідерами, такими як: Германия, Фінляндія, Швеція тощо) керівництво може відмовитися від його реалізації; у ситуації відсутності кадрового потенціалу та відповідного методичного забезпечення розвиток «Індустрії 4.0» ймовірніше буде невиправданим.

З урахуванням особливостей ринку праці та рівня технологічного розвитку вітчизняної промисловості розробка та впровадження підходів «Індустрії 4.0» має супроводжуватися системою заходів, спрямованих на дослідження людського капіталу промисловості України в сучасних умовах; виявлення реальних та потенційних проблем щодо кадрового забезпечення технологічного розвитку; створення умов для формування та розвитку людського капіталу промисловості, необхідного для задоволення потреб «Індустрії 4.0».

Список використаних джерел

1. Schwab K. (2016). The fourth industrial revolution. World economic forum. Switzerland. 172 p.
2. Arntz M., Gregory T., Zierahn U. (2016). The risk of automation for jobs in OECD countries: A comparative analysis. OECD Social, Employment and Migration Working Papers. № 189. 35p. DOI: <https://dx.doi.org/10.1787/5j1z9h56dvq7-en>
3. Bosch D. (2016). Job characteristics in smart industries and the challenges for job design. Master Thesis. University of Twente. 56 p.
4. Frey C., Osborne M. (2013). The future of employment: How susceptible are jobs to computerization? Oxford: Martin Publication. 72 p.
5. Амоша О.І., Антонюк В.П. Ринок праці промисловості України та трудовий потенціал галузі: сучасні тенденції і проблеми. Ринок праці та зайнятість населення. 2016. № 4. С. 18-24.
6. Праця України у 2020 році: статистичний збірник. (2021). К.: Державна служба статистики України. 232 с.
7. Робоча сила України: статистичний збірник: ред. І.Осипова. (2021). К.: Державна служба статистики України. 190 с.
8. Колот А. М., Герасименко О. О. (2020). Покоління Z і соціально-трудова платформа «Праця 4.0»: імперативи взаємодії. Демографія та соціальна економіка. №2 (40). С.103-138. DOI: <https://doi.org/10.15407/dse2020.02.103>

CURRENT TRENDS IN PUBLIC ADMINISTRATION

The territorial community has a major role in the complex system of citizens' life and society because the vast majority of social needs are met by everyone at the level of the city, village, or settlement where he/she was born and lives. It means that the state's recognition of the right of residents of each existing territorial community to local self-government should be reflected in specific policies, forms, functions, methods, and mechanisms of public administration. Ukraine declares decentralization as a priority of reforms with the redistribution of existing powers from the central level of government to the local level.

At the present stage of state formation, there are certain preconditions in the political, economic, cultural, and social spheres of life of Ukrainian society. And it's served as the basis for the decentralization of powers of the authorities. In most democracies, local authorities directly address the most important social issues, including those related to the organization and reform of the public service system [1, p. 128].

It leads to a relatively high managerial interest and active participation of all citizens in the activities of local authorities. Other European countries have reformed their administrative-territorial systems and have carried out the basic democratic transformations. And it's possible to implement an important aspect of these reforms in Ukraine to provide the population with quality services [2].

Improving the constitutional framework for the functioning of the system of territorial organization of power, as well as the system of administrative-territorial organization of the state necessitates a revision of approaches to the organization of necessary public services at both regional and local levels.

Further development of the basics of state policy in the field of decentralization, construction of a new administrative-territorial system requires a unification of requirements and criteria for the formation of public services market at all levels, clear regulation of procedures for establishment, liquidation, and operation of service enterprises. This can be seen as a significant step forward in reorganizing the system of public administration in the field of consumption, which should largely take care of the implementation of the principle of subsidiarity in the field of public services [3].

One of the problems of most developing countries is that central executive bodies do not provide an adequate level of public service evenly throughout the country.

In particular, public services are in most cases easily accessible only to residents of large cities. And the institutions of central executive bodies are not represented at all for remote settlements [4]. This raises the issue of ensuring the functioning of full-fledged local self-government, inherent in different levels of government, redistribution of powers both in the local self-government system and between different local governments, executive bodies, and the private sector to provide various public services. The legal mechanism of joining new territorial communities (especially in the conditions of their unification) to the existing agreements on cooperation should be improved, as well as strict observance of the requirements of functional zoning of UTC territory, formation of its territory improvement, infrastructure, etc.

For now, the development of processes for providing the necessary administrative services continues. Within the order of the Cabinet of Ministers of Ukraine of October 11, 2017, № 782-r "On Amendments to the Order of the Cabinet of Ministers of Ukraine of May 16, 2014, № 523" the list of administrative services of executive bodies provided through the center of administrative services was significantly increased. The range of entities allowed to provide services in the field of state registration of real estate and business has been expanded, and several administrative services have been brought closer to consumers by amending the legislation. The sphere of providing administrative services in electronic form continues to develop [5].

Ways of reforming public authorities, as well as local self-government in the field of administrative services include:

- bringing the process of providing services closer to the residents of the respective territorial communities, and their associations;
- clear division of all powers between local self-government bodies of different levels, local executive bodies, territorial bodies of central executive bodies on the provision of administrative

services;

- determination of full and exclusive own powers, and the responsibility of local governments for the provision of administrative services by territoriality;
- transfer of functions from local executive bodies, and territorial bodies of central executive bodies to local self-government bodies on the provision of administrative services;
- creating the necessary financial, material, and organizational conditions to ensure the implementation of powers to provide administrative services [5, p. 10].

Due to the systematic improvement of administrative services in our country, the state of their provision is accompanied by several problematic issues, which are confirmed in sociological research. Thus, according to a survey conducted by the Ilko Kucheriv Foundation for Democratic Initiatives on "what will the decentralization reform give to citizens?", In 2019 it was found that 23% of respondents anticipate new opportunities to influence the government. But only 12% - improving the quality of services subject to further implementation of local government reform. 18.2% of respondents in 2019 felt an improvement in the quality of services provided, social assistance, landscaping [5].

To improve the quality of administrative services, it is advisable to develop and implement standards for the provision of administrative services, which can be used to assess the activities of bodies that provide administrative services. at district state administrations. But funds from the State budget for the establishment of these centers and their arrangement were practically not allocated.

Thus, during the implementation of local self-government, the activity of communications of the territorial community should be directed towards solving several main communicative tasks, which are due to both internal and external factors of its functioning.

References

1. Detsentralizatsiia publichnoi vlady: dosvid yevropeiskykh krain ta perspektyvy Ukrainy. (2012). Shveitsarsko-ukrainskyi proekt «Pidtrymka detsentralizatsii v Ukraini». DESPRO, 128.
2. Melnychuk, A. (2016). Detsentralizatsiia vlady: reforma. (1), 35.
3. Fomitska, N.V. (2012). Sotsialni posluhy yak kryterii formuvannia administratyvno-terytorialnykh odynyts. *Suchasni tendentsii rozvytku publichnoho upravlinnia: materialy Vseukr.nauk.-prak. konf za mizhnar. uchastiu.* (2012, November 2). Odesa, 76-77.
4. Herasymenko, O.V., Semen, I.V. (2019). Komunikatsii ta informatsiinyi prostir v upravlinni ta rozvytku terytorialnoi hromady. *Molodyi vchenyi*, (11 (75)), 800-803. <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2019/11/168.pdf>
5. Leheza, Ye.O. (2018). Diialnist subiektiv publichnoi administratsii shchodo nadannia publichnykh posluh: *problemni pytannia ta shliakhy yikh vyrishennia.* ScienceRise. Juridical Science, (2), 8-15.

Свирида О., викладач кафедри

Коркушко О., к.е.н., доцент

Подільський спеціальний навчально-реабілітаційний
соціально-економічний коледж, м.Кам'янець-Подільський, Україна

ЕЛЕКТРОННІ ТРУДОВІ КНИЖКИ ВІД ВПРОВАДЖЕННЯ ДО ЗАСТОСУВАННЯ

Сьогодні Україна зробила сміливий крок уперед – це застосування елементів діджиталізації, що охопила усі сфери життєдіяльності держави. Під поняттям «діджиталізація» розуміють інформаційно-комунікаційний процес, що забезпечується через використання автоматизованих, інформаційних, телекомунікаційних та електронних технологій.

Наша держава впевнено рухається до режиму «без паперу». Президент України Володимир Зеленський поставив завдання в 2021 році перевести весь державний сервіс в електронну систему, аби жодна установа не змогла вимагати паперову довідку в українців.

Усі державні процеси мають бути зручними, непомітними й людьми. Саме тому ми рухаємося до режиму «без паперів». Основна мета paperless – державні органи в Україні не зможуть вимагати паперові документи, довідки та посвідчення, якщо інформація є в держрестрах. Згодом більше не доведеться ходити по довідки, стояти в чергах та робити ксерокопії. Інформацію, яка потрібна державі про громадян, можна буде згенерувати на порталі

чи в застосунку Дія.

«Завдяки закону Paperless ми прискорюємо цифровізацію України і перетворення країни на цифрову державу, яка насамперед опікується інтересами людей. Україна вже стала державою з першими у світі офіційними електронними паспортами та найшвидшою реєстрацією бізнесу. Далі ми поступово плануємо перенесення всіх державних процесів в екосистему Дії. Отримати будь-яку довідку, підписати або згенерувати документи, скористатися держпослугами можна буде онлайн у Дії», – зазначив Михайло Федоров, віцепрем'єрміністр – міністр цифрової трансформації

Одним із напрямків цифровізації є перехід на електронні трудові книжки.

10 червня 2021р. в Україні набрав чинності Закон «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо обліку трудової діяльності працівника в електронній формі», яким передбачається поступовий перехід до електронних трудових книжок. Відтепер облік трудової діяльності буде здійснюватися в електронному вигляді, а мати паперову трудову книжку – необов'язково.

Трудова книжка – це один із найважливіших персональних документів громадянина нашої країни. Нині практика ведення трудових книжок, на думку експертів, втрачає свою актуальність. Дедалі частіше фахівці заявляють про необхідність відмови від ведення цього документа та переходу на електронний формат. Незважаючи на дискусійний характер досліджуваного питання, чинний Кодекс законів про працю України у ст. 48 визначає, що трудова книжка є основним документом про трудову діяльність працівника [1].

Трудова книжка – документ встановленого зразка, в якому записані відомості про стаж роботи, про нагороди за працю, заохочення й т. ін. кожного робітника чи службовця.

Історія появи трудових книжок у нашій країні датується 1917 роком. Трудові книжки в той час були введені як експеримент і видавалися непрацюючим замість колишніх посвідчень особи та паспортів, у них відбивалися відомості про виконання громадських робіт. У грудні 1918 р. Всеросійський Центральний Виконавчий Комітет прийняв «Кодекс законів про працю», згідно з яким кожний громадянин був зобов'язаний мати трудову книжку, в яку заносилися дані про проведені ним роботах, отриманих винагороди та допомоги. У такому вигляді трудові книжки проіснували протягом наступних п'яти років і були не тільки доказом участі у виробничій діяльності, а й документом, що посвідчує особу. У 1923 р. трудові книжки були скасовані, їх замінили розрахункові, а в 1926 р. всі підприємства почали на кожного службовця вести трудові списки, до яких вносилися дані про трудову діяльність. Трудовий список був прообразом особової справи службовця і був аналогом формулярного (послужного) списку дорадянського періоду. У 1938 р. трудовий список був скасований. Трудові книжки активно почали використовувати тільки в 1939 р. [5, с. 295].

Законом України, який вступив в дію з 10 червня 2021 року передбачається:

1) установити п'ятирічний перехідний період для включення до Державного реєстру відомостей із паперових трудових книжок про трудову діяльність працівника (протягом цього періоду застосовуватиметься як паперова трудова книжка, так й електронна форма вже наявних або внесених відомостей про трудову діяльність працівника з Державного реєстру);

2) визначити, що внесення відомостей про трудову діяльність до Державного реєстру через вебпортал електронних послуг Пенсійного фонду України у вигляді сканованих або оцифрованих копій, передбачених законодавством документів (трудова книжка, довідок тощо), здійснюється працівником і роботодавцем із обов'язковим накладенням кваліфікованого електронного підпису;

3) установити, що після внесення відомостей про трудову діяльність працівника до Державного реєстру, роботодавець зобов'язаний видати оригінал паперової трудової книжки йому на руки під підпис. При цьому також передбачено обов'язок роботодавця вносити на вимогу працівника до паперової трудової книжки записи про прийняття на роботу, переведення та звільнення. [2]

Із дати набрання чинності Законом № 1217 для включення відомостей про трудову діяльність до Реєстру застрахованих осіб відведено 5 років — до 10.06.2026 р.

Трудові книжки працівників, які станом на 10.06.2021 р. працюють у роботодавця, сканують самі роботодавці і передають до ПФУ.

Роботодавець-ФОП не зберігає в себе трудових книжок працівників, тому скануванням і передачею до ПФУ трудових книжок працівників ФОП займатимуться самі працівники ФОП.

Перехід на електронний облік має чимало переваг:

- для найманого працівника:
 - може швидко отримати інформацію про трудову діяльність;
 - може дистанційно працевлаштуватися в компанії;
 - електронна трудова книжка дозволяє зменшити ризик помилкових, неточних і недостовірних відомостей про трудову діяльність;
 - можливість оформити пенсію дистанційно за даними особового рахунку без додаткового документального підтвердження;
 - дані електронної трудової книжки можна використовувати для отримання державних послуг.
- для роботодавців:
 - зниження витрат на придбання, ведення і зберігання паперових трудових книжок;
 - відсутність можливості втратити трудову книжку;
 - електронна трудова книжка дозволяє зменшити ризик помилкових, неточних і недостовірних відомостей про трудову діяльність;
 - високий рівень захисту персональних даних працівників.

Поряд із суттєвими перевагами є і мінуси використання електронних трудових книжок:

- 1) ймовірні витрати на доопрацювання програмного забезпечення через реалізацію оформлення електронних трудових книжок;
- 2) перенавчання персоналу для роботи з електронними трудовими книжками;
- 3) можливий ризик злому системи даних, унаслідок чого можливі втрати даних про трудову діяльність;
- 4) деякі працівники побоюються використовувати електронні документи, без підтвердження паперовими носіями [4].

Таким чином, враховуючи вищевикладене, можна зробити висновок, що електронна трудова книжка – це документ, реалізований у цифровому вигляді, в якому вказуються відомості про трудову діяльність працівника й формування якого відбувається шляхом передачі роботодавцем відомостей в електронному вигляді до Пенсійного фонду України. Концепція поетапного переходу на новий формат враховує потреби роботодавців і інтереси самих працівників, надає можливість морально і технологічно підготуватися до серйозних документальних змін.

Список використаних джерел

1. Кодекс законів про працю України від 10 грудня 1971 року № 322-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/322-08#Text>;
2. Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо обліку трудової діяльності працівника в електронній формі : Закон України від 5 лютого 2021 року № 1217-IX. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1217-20#Text>;
3. Електронні трудові книжки: «низький старт». URL: <https://zakon.isu.net.ua/news/514180-elektronni-trudovi-knizhki-nizkiy-start>;
4. Плюси і мінуси електронної трудової книжки. URL: <https://www.buhsoft.ru/article/3133-plyusy-i-minusy-elektronnoy-trudovoy-knijki>;
5. Пузирний В.Ф. Електронна трудова книжка. *Діджиталізація та права людини*: збірник тез Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції (м. Хмельницький, 30 березня 2021 року). Хмельницький : Хмельницький університет управління та права імені Леоніда Юзькова, 2021. с.295

Соловей І., к.е.н.
ВП НУБіП України «Бережанський агротехнічний інститут»,
м. Бережани, Україна

НОРМАТИВНО-ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

Державне регулювання туристичної сфери являє собою систему суб'єктів економічного сектору держави, діяльність яких передбачає вчасне визначення ймовірностей виникнення негативних процесів у туристичній сфері економіки держави, характеризується діяльністю органів і установ усіх гілок державної влади (законодавчої, виконавчої, судової) з розроблення та здійснення регуляторних, організаційних і координаційних впливів з метою збереження та забезпечення стійкого розвитку держави і світового співтовариства; прийняття відповідних управлінських рішень і контроль їхнього виконання через налагодження зворотного зв'язку між цими суб'єктами й об'єктами державного регулювання [1]. Туристична індустрія в Україні поступово розвивається, але не характеризується стабільним зростанням. Подальший розвиток туристичної діяльності потребує внесення відповідних законодавчих змін, вдосконалення чинного законодавства в сфері туризму, вирішення завдань щодо оптимізації механізмів державного регулювання туристичної сфери України.

Правове регулювання відносин у сфері туризму здійснюється з використанням джерел конституційного, господарського, цивільного, земельного, екологічного, трудового, податкового, адміністративного та кримінального права. Правову основу становить Конституція України, міжнародно-правові акти, галузеве законодавство та підзаконні нормативно-правові акти у сфері туризму [2]. Основою державного здійснення права громадян на вільне пересування, порядок оформлення документів, регулювання безпеки товарів і послуг з метою захисту людини, її майнового та природного середовища є Закони України: "Про захист прав споживачів"; "Про порядок виїзду із України і в'їзду в Україну громадян України"; "Про порядок здійснення розрахунків в іноземній валюті"; "Про страхування"; "Про рекламу"; "Про державний кордон України"; "Про охорону навколишнього природного середовища"; "Про правовий статус іноземців"; "Про підприємництво"; "Про підприємства в Україні"; "Про охорону культурної спадщини" та ін.

Основним джерелом державного регулювання галузі туризму є Закон України "Про туризм" і прийняті на його підставі державні закони та нормативно-правові акти України.

Закон України "Про туризм" №324/95-вр, прийнятий 15 вересня 1995 р. Верховною Радою України, є одним з основних інструментів регулювання туристичної діяльності в Україні, що визначив загальні, правові, організаційні та соціально-економічні засади реалізації державної політики та державного регулювання в галузі туризму; повноваження місцевих органів державної виконавчої влади в галузі туризму; положення про Державний реєстр суб'єктів туристичної діяльності, Об'єднання суб'єктів туристичної діяльності, Раду представників суб'єктів туристичної діяльності; створення Національної ради з туризму; визначив основні напрями державної політики в цій сфері; юридично закріпив статус центрального органу державної виконавчої влади в галузі туризму, визначив сферу його повноважень тощо [3].

Удосконаленню системи державного регулювання в галузі туризму сприяло прийняття Закону України "Про внесення змін до Закону України "Про туризм" № 1282-IV від 18.11.2003, чинний від 01.01.2004 [4]. У новій редакції закону встановлено ієрархію органів регулювання галузі туризму і їх повноваження, Зміни покликані захистити права споживачів туристичних послуг, а туризм названо одним із пріоритетних напрямів розвитку економіки та культури [5].

З огляду на пріоритетність туристичної галузі потрібне всебічне сприяння держави у вигляді фінансової підтримки туристичних підприємств (надання субсидій, податкових, митних, кредитних пільг, звільнення від мит і податків, організації цільових інвестиційних фондів, пільгового використання державної власності, державних гарантій за кредитами, та лізинговими операціями тощо). Потрібна ефективна система управління туризмом, оскільки спостерігається постійна реорганізація відомств, що забезпечують державне регулювання туристичною галуззю. А також необхідні зміни і оновлення в нормативно-правовій базі провадження туристичної діяльності. Наприклад, умови для отримання ліцензії турагентської діяльності спочатку були

суттєво полегшені, а потім і скасовані у жовтні 2010 року згідно з уведенням в дію Закону України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо обмеження державного регулювання господарської діяльності». Відміна ліцензування не покращила умов провадження даного виду діяльності і не сприяла розвитку туризму, а навпаки викликала порушення в забезпеченні фінансової гарантії відповідальності ліцензіатів і виконанні ними договірних зобов'язань.

Туроператорська діяльність підлягає ліцензуванню, але сам термін «туроператор» має суттєві розбіжності у визначенні даного поняття в Податковому Кодексі України і в Законі України «Про туризм», звідки випливає, що туроператор не має права надавати послуги з розміщення, харчування, перевезення тощо. Такі неточності в законодавстві значною мірою впливають на погіршення якості обслуговування туристів і пригальмовують розвиток малого і середнього підприємництва у сфері туризму.

Суперечить законодавчому визначенню пріоритетності розвитку туризму і введення туристичного збору для компенсації втрат доходів місцевих бюджетів. За кордоном такий збір вводять у місцях туристичних дестинацій з метою обмеження навантаження на туристичні ресурси і недопущення перенасичення місць відвідування.

Для розвитку туризму в Україні необхідно здійснити низку заходів для вдосконалення туристичної політики держави, створити комплексну систему конкурентоспроможних туристичних дестинацій, удосконалити нормативно-правове забезпечення та дієвий правовий механізм державного регулювання туристичної сфери України.

Список використаних джерел

1. Леоненко Н.А. Механізми державного регулювання туристичної сфери України : дис. на здобуття наук. ступеня доктора наук з державного управління : 25.00.02 / Н. А. Леоненко. – Х., 2021. – 406 с.
2. Маноїленко К. М. Нормативно-правове регулювання туризму в Україні. *Південноукраїнський правничий часопис*. 2017. № 4. С. 26-28.
3. Про туризм: Закон України №324/95-ВР, від 15.09.1995 р. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80/ed19950915>.
4. Про внесення змін до Закону України «Про туризм»: Закон України № 1282-IV від 18.11.2003, чинний від 01.01.2004: URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1282-15>
5. Про туризм: Закон України №324/95-ВР, від 15.09.1995 р, зі змінами від 04.08.2011, підстава 3679-17 URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/про%20туризм>

Табачук А., к.е.н.

Львівський національний університет імені Івана Франка

РОЗВИТОК ЕЛЕКТРОННОГО УРЯДУВАННЯ ТА ЕЛЕКТРОННОЇ ДЕМОКРАТІЇ В УКРАЇНІ

Сучасний світ характеризується, як правило, низьким рівнем довіри громадян до влади. Довіра до влади підсилює владу, легітимізує її. Наслідком довіри у суспільстві є покращення бізнес клімату, зростання рівня інвестиційної привабливості та покращення добробуту громадян країни. Довіра, у свою чергу, передбачає прозорість дій влади та наявність зворотного зв'язку.

В умовах становлення постіндустріального суспільства, посилення глобалізаційних процесів та пришвидшення діджиталізації суспільного буття, способом вирішення озвучених проблем, на наше переконання, виступає електронне урядування та електронна демократія.

Процеси діджиталізації органів державної влади та запровадження електронного урядування та електронної демократії мають місце у багатьох країнах світу, зокрема і в Україні.

Вважаємо, що головною метою електронної демократії в нашій країні є не примус громадян користуватися інформаційно-телекомунікаційними технологіями при отриманні державних і муніципальних послуг, а в тому, щоб навчити використовувати ці технології в демократичному управлінні.

Електронне урядування в Україні базується на трьох ключових базисах: взаємовідносинах

держави та бізнесу, взаємовідносинах держави і громадянина та взаємодії органів влади з іншими урядовими відомствами. При побудові ефективного зв'язку органів управління та бізнес структур, можливе позитивне сприяння розвитку державної економіки, адже використання інформаційно-комунікаційних технологій у цій сфері зумовить зростання рівня прозорості та спрощення ведення бізнесу, що стане каталізатором утворення максимально сприятливих умов для створення та розвитку бізнесу, зростання інвестиційної привабливості країни. Разом з тим, використання ІКТ дозволяє більш оперативно координувати дії та швидко вирішувати завдання, змінювати та коригувати плани діяльності органів влади, збільшувати якість надання адміністративних послуг, а також створювати прозорий інформаційний простір для громадян і бізнесменів. Щодо взаємодії громадян та влади, то забезпечення прозорого та вільного доступу до реалізації адміністративних послуг є пріоритетом для багатьох країн, безперечно, і для України в тому числі, адже людина і громадянин є найбільшою цінністю в державі, а усі її владні дії спрямовані на впровадження принципу гуманізму у всі структури суспільного буття [1, с. 92-93].

Поділяємо переконання, що електронну демократію одночасно можна вважати як новим поняттям, так як воно було впроваджене в українське законодавство відносно недавно, так і доволі старим – оскільки і сучасна наука, і міжнародне законодавство досить давно та повсюдно застосовують цей термін. Під електронною демократією розуміється форма суспільних відносин, при якій громадяни та організації залучаються до державотворення та державного управління, а також до місцевого самоврядування шляхом широкого застосування інформаційно-комунікаційних технологій в демократичних процесах, що дає змогу: посилити участь, ініціативність та залучення громадян на загальнодержавному, регіональному та місцевому рівні до публічного життя; поліпшити прозорість процесу прийняття рішень, а також підзвітність демократичних інститутів; поліпшити зворотну реакцію суб'єктів владних повноважень на звернення громадян; сприяти публічним дискусіям та привертати увагу громадян до процесу прийняття рішень [2].

Разом з тим, оскільки, нині у пересічних громадян немає довіри до того, що механізми працюють, це, відповідно, створює стимулів до залучення нових представників цільової аудиторії до діалогічної комунікації. А отже, на даний момент часу залишається невисоким рівень компетентності громадян стосовно е-урядування загалом, та використання інструментів зокрема. Варто підкреслити існування недовіри громадян до результативності взаємодії з владою. Це зумовлює сповільнення процесу електронної демократії, а кінцевий споживач (громадянин) не залучається до реального діалогу і процесу прийняття важливих рішень. Шлях вирішення даної проблеми вбачається у впровадженні громадянської освіти у даному напрямку, адже без активного впровадження громадянської освіти будь-які зусилля з боку органів влади чи інститутів громадянського суспільства щодо розбудови е-демократії, як механізму діалогічної комунікації, виявляться неефективними, а громадськість не знатиме, як ефективно скористатись запропонованими можливостями [3].

Доцільно зауважити, що існують і певні небезпеки та бар'єри на шляху становлення електронної демократії, зокрема:

- технологічна гнучкість (поява безлічі системно-апаратних платформ, що використовуються для надання послуг, доставки інформації і для підтримки участі громадян);
- доступ і цифрове розшарування (проблема цифрової нерівності);
- збереження секретності і безпеку (відсутність достатнього захисту даних в сфері використання інформаційних технологій);
- висока складність інструментів (інструменти вимагають використання програмного забезпечення та інтернету);
- низька пропускна здатність (якщо люди не можуть отримати інформацію швидко, відповідно, вона не буде використана в потрібний час);
- лінь («лінь яка народилася першою від нас») [4, с. 94].

Підбиваючи підсумки, можемо з упевненістю сказати, що загалом існуючий стан впровадження електронної демократії у публічне управління і адміністрування регіонального рівня в Україні може бути охарактеризоване досить позитивно. У даному контексті доцільно

позитивно оцінити нормативно-правове забезпечення реалізації досліджуваного інструменту публічного управління, адже явище електронної демократії на сьогодні закріплено у правовому полі, йому надано нормативні алгоритми таких окремих механізмів як е-послуги, е-петиції, е-уряд.

Список використаних джерел

1. Мазур С.Ю. Електронне урядування та електронна демократія: поняття та особливості. *Модернізація законодавства та правозастосування: вимоги часу*: збірник матеріалів Міжнародної юридичної науково-практичної конференції «Актуальна юриспруденція. К.: Видавничий дім «АртЕк», 2018. С. 91-94.
2. Міхровська М. С. Цифрова демократія в сучасному вимірі. *Current Strategies in Academic Research: Conference Proceedings of the 1st International Conference, July 16, 2021*. URL: https://ispic.ngo-seb.com/assets/files/1_conf_16.07.2021.pdf#page=39.
3. Денисюк А. В. Е-демократія в Україні: механізм діалогу чи маніпулювання? URL: <http://ir.lib.vntu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/31637/%D0%94%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D1%81%D1%8E%D1%87%D0%BA%D0%B0.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.
4. Писаренко В., Овсяннікова С. Зарубіжний досвід електронної демократії та можливість його використання в Україні. *Форум прямої демократії*: матеріали доповідей та тез II Всеукраїнської науково-практичної конференції. Київ, ТОВ «Видавничий дім «артек», 2019. С. 93-95.

Тихончук Л., д. н. державного управління
Данилюк А., студент 5 курсу,
Національний університет водного
господарства та природокористування, м. Рівне

АНАЛІЗ СИСТЕМИ БАНКРУТСТВА ДЕРЖАВНИХ УСТАНОВ В УКРАЇНІ

Інститут банкрутства в Україні пройшов тривалий шлях становлення та розвитку. За радянських часів процедура неплатоспроможності була регламентована, однак практично не застосовувалася. Лише проголошення України незалежною державою та визначення економічного вектору на розвиток ринкових відносин сприяло відродженню інституту банкрутства. У зв'язку з цим виникла необхідність нормативно-правового врегулювання підстав, процедур та наслідків неплатоспроможності боржника.

На сьогодні в Україні відсутній дієвий правовий механізм банкрутства державних підприємств, про що неодноразово зазначав у своїх рішеннях Європейський суд з прав людини. Проблема пов'язана із законодавчою заборорою ліквідації та санації таких підприємств, а також з тим, що кредитори не мають інших інструментів захисту своїх прав в Україні і змушені звертатися до ЄСПЛ у крайньому випадку. Зрештою, сьогоднішня реальність в Україні така, що на практиці права кредиторів державних підприємств десятиліттями не гарантуються та не захищаються національними судами, а поодинокі звернення до Європейського суду з прав людини не вирішують цю проблему загалом.

З метою прискорення вирішення процесів банкрутства та підвищення ефективності у 2019 році було прийнято Кодекс України про банкрутство. Одним із завдань Кодексу є задоволення вимог кредиторів. Але вона також спрямована на захист прав боржників. Цей Кодекс — перший комплексний документ, покликаний врегулювати всі процедурні питання банкрутства або щонайменше прибрати суперечності, які містив Закон України «Про відновлення платоспроможності боржника або визнання його банкрутом» від 14.05.1992 р. №2343 XII [5].

Взагалі причини банкрутства підприємств можуть бути найрізноманітнішими. Беручи загалом, їх можна поділити на дві групи: 1) зовнішні, які практично дуже важко (іноді неможливо) врахувати; 2) внутрішні, що безпосередньо залежать від форм, методів та організації роботи на самому підприємстві. Результатом одночасного впливу всіх чинників є настання банкрутства (рис.1) [2].

Станом на сьогодні законодавство України побудоване таким чином, що до державних

підприємств може бути застосована виключно судова процедура розпорядження майном боржника без будь-яких обмежень. До введення в дію Кодексу України з процедур банкрутства до державних підприємств також могла застосовуватись судова процедура банкрутства, яка називалась мирова угода. Після реформи законодавства України про банкрутство і прийняття зазначеного Кодексу законодавець виключив мирову угоду з переліку можливих судових процедур і сьогодні її можна розглядати виключно як складову частину процедури санації [3].

Тобто раніше положення Кодексу не містили однозначних обмежень щодо подання заяв про відкриття провадження у справі про банкрутство органів державної влади та місцевого самоврядування, бюджетних установ та організацій. Відтепер у КзПБ чітко визначено, що не допускаються провадження у справах про банкрутство боржників — казенних підприємств і бюджетних установ, а також санація таких боржників до відкриття провадження у справі про банкрутство.

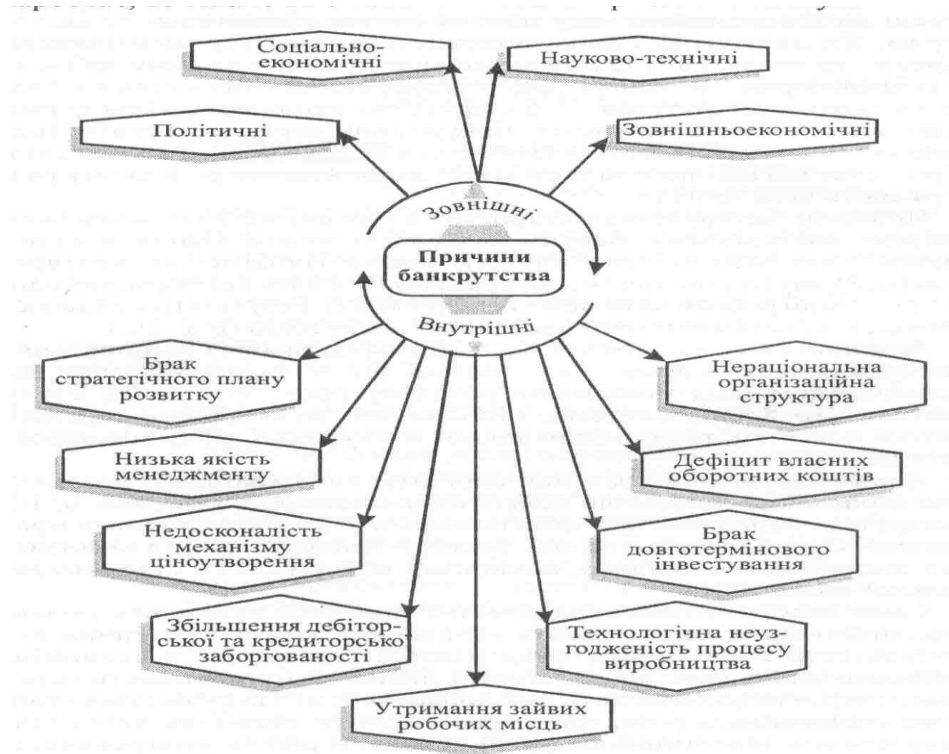


Рис.1. Причини настання банкрутства [2]

Також зазначається, що закон дає змогу господарським судам здійснювати провадження у справах про банкрутство у встановлені Кодексом процесуальні строки, що стимулює інвестиційну та кредитну сфери економіки.

Слід звернути увагу, що лише до окремих державних підприємств і лише за певних умов можуть бути застосовані судова процедура санації або ліквідації. З даного приводу законодавство України містить ряд обмежень щодо цього. В кожному випадку потрібно проводити аналіз конкретного державного підприємства на предмет того, чи можна до нього застосувати судову процедуру санації або ліквідації. До абсолютної більшості державних підприємств станом на сьогодні їх застосувати не можливо.

Для багатьох державних підприємств характерною є ситуація, коли службові особи зловмисно або за своєї халатності доводять суб'єкт господарювання до фінансової кризи та до банкрутства. Для запобігання вказаних негативних проявів Кримінальним кодексом України встановлено покарання, якщо підприємці чи відповідальні службові особи вдаються до них [1].

Уряд може вирішити уникнути банкрутства за допомогою державної допомоги або вжити інших заходів, спрямованих на захист державних інтересів. Орган, уповноважений управляти державним майном, контролює процедуру банкрутства з моменту відкриття провадження у справі, має право дорадчого голосу на зборах кредиторів, затверджує план фінансового оздоровлення, мирову угоду та списки ліквідаційних мас. Початок процедури банкрутства не перешкоджає органу, уповноваженому з управління державним майном, виконувати свої

повноваження щодо підприємства. Майно, що залишилося після задоволення вимог кредиторів, переходить до органу, відповідального за приватизацію [4].

Зарубіжний досвід показує, що спрогнозувати банкрутство можна за 1,5 - 2 роки до появи його очевидних ознак. Цілком можливим є виявлення початкових ознак банкрутства через прогнозування «ціни підприємства» на найближчу та довгострокову перспективу.

Разом з тим, формування системи протидії банкрутству на рівні держави все-таки спрямовано на створення необхідних передумов для нормальної взаємодії між окремими суб'єктами господарювання на принципах рівності та порядності, створення загальних умов їх функціонування, збереження кожного життєздатного підприємства, діяльність якого вигідна суспільству [6].

Основною процедурою, що дозволяє уникнути банкрутства підприємства, відновити його платоспроможність, розрахуватись з кредиторами та забезпечити у подальшому сталу прибуткову діяльність є санація. Проведення своєчасної та якісної діагностики фінансового стану будь-якої організації — це основне завдання у системі управління підприємством як у стабільному, так і кризовому стані, а також при банкрутстві. Головне, що такі рішення та тенденції будуть обґрунтовуватись та розроблятись завчасно, а не тоді, коли підприємства мають збитки.

Тільки за допомогою оцінки фінансового стану можна забезпечити оптимальний напрямок розвитку підприємства та запобігання його банкрутству.

Список використаних джерел

1. Асеева Н.В. Обеспечение частных и публичных интересов при банкротстве предприятия: монография. Донецк: ДонУЭП, 2013. 200 с.
2. Бутирський А.А. Заходи щодо відновлення платоспроможності боржника як шлях подолання банкрутства: монографія. Чернівці: Книги – ХХІ, 2008. С. 85–86.
3. Бутирська І.А. Правовий статус учасників справи про банкрутство: монографія. Чернівці: Технодрук, 2017. 184 с.
4. Грабован Л.І. Погашення вимог кредиторів у процедурі банкрутства: теорія і практика: монографія. Одеса: Фенікс, 2018. 308 с.
5. Кодекс України з процедур банкрутства: чинне законодавство станом на 23квітня 2019 року (офіц.текст). Київ: ПАЛИВОДА А. В., 2019. 160 с.
6. Поляков Б.М. Право неспроможності (банкрутства) в Україні: підруч. для студ. вищ. нав.закл. Київ: ІнЮре, 2011. 560 с.

Федоренко Н., ст. викладач
кафедри економіки та бізнесу
Панфілова Я., аспірант кафедри фінансів,
банківської справи та страхування
Державний біотехнологічний університет,
м. Харків, Україна

ПРІОРИТЕТНІ НАПРЯМИ ЦИФРОВІЗАЦІЇ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ

Ключову роль у формуванні ВВП, економічному зростанні, інноваційному розвитку, створенні робочих місць відіграють малі та середні підприємства (МСП). В Україні суб'єкти малого та середнього підприємництва забезпечують близько 64% доданої вартості, 81,5% зайнятості та 37% податкових надходжень.

Пандемія COVID-19 спричинила у світовій економіці одну з найгірших криз за останні десятиліття. МСП зіткнулися з безпрецедентними проблемами, оскільки на відміну від великого бізнесу, який досить швидко адаптується до економічних криз, суб'єкти малого підприємництва не мають достатньої «подушки безпеки». За оцінками Програми розвитку ООН більшість суб'єктів малого підприємництва втратили до 75% доходів, а понад 10% вітчизняних малих та середніх підприємств опинилися на межі банкрутства.

Щоб залишатися конкурентоспроможними у постпандемічному світі, суб'єкти МСП

докладають багато зусиль для адаптації до нової ситуації в економіці. Періодичні припинення роботи та цифрові зміни у поведінці споживачів змусили власників малого та середнього бізнесу переосмислити, як вони ведуть бізнес, прискорити перехід до електронної комерції та застосування цифрових і безконтактних платежів для задоволення потреб своїх клієнтів [3].

Результати дослідження, проведеного Visa Back to Business Study у різних країнах, підкреслюють економічні можливості, які полягають у поєднанні малих і середніх підприємств, спільнот і технологій:

1. Малий та середній бізнес, як і раніше, працює для виправдання очікувань споживачів: 74% малих і середніх підприємств у всьому світі чекають, що клієнти будуть продовжувати віддавати перевагу безконтактним платежам (рис. 1). 40% опитаних назвали безконтактні платежі серед основних інвестицій, необхідних для задоволення вимог і очікувань клієнтів [1].

Українські споживачі в карантин також стали значно більше платити за покупки без використання готівки. За даними НБУ в першому півріччі кількість безготівкових операцій з платіжними картками склала 86,1% від загальної кількості операцій з картами, тоді як у минулому році цей показник становив 49,4%. Сьогодні в Україні 70% всіх транзакцій проходять безконтактно, половина з яких – оплата телефоном [2].

2. Безконтактний спосіб оплати як конкурентна перевага: 44% споживачів відмовилися б робити покупки у магазині, який пропонує тільки контактні способи оплати. Найбільші очікування споживачів щодо безконтактних розрахунків: в Бразилії – 56%, Німеччині – 69%, Гонконзі – 76%, Ірландії – 82%, Сінгапурі – 84%, ОАЕ – 73% [3].

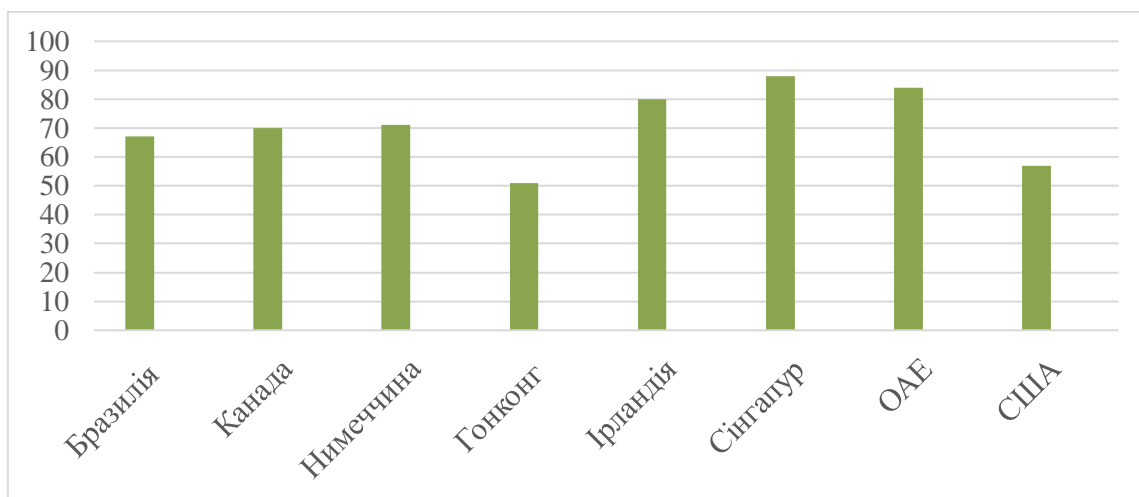


Рис. 1 – Очікування суб'єктів МСП відносно використання безконтактних платежів в різних країнах [3].

3. Пріоритет безпеки в он-лайн. Перехід в онлайн супроводжується новими викликами, серед яких основними проблемами є: конфіденційність і безпека даних (33%), вартість інвестицій у цифрову інфраструктуру (31%) і скорочення особистих контактів з клієнтами (30%) [1]. Найбільшою проблемою захист конфіденційності та безпеки даних вважають споживачі Бразилії (41%), Гонконгу (44%), Сінгапуру (40%). Україна дуже технологічна з точки зору боротьби зі шахрайськими схемами. Visa глобально за останні 5 років вклала близько \$9 млрд у розробку нових технологій, в тому числі для безпеки платежів і боротьби з шахрайством [2].

4. Можливості для нового класу цифровізувати МСБ: у той час як 54% малих і середніх підприємств відзначили, що минулий рік був важким для їх бізнесу, 46% (у порівнянні з 38% на листопад 2020 року) розглядали його як можливість. Серед тих, хто розглядав 2020 рік як можливість, 37% було зосереджено на нових продуктах і 34% – на розширенні каналів продажів, водночас 23% почали абсолютно новий бізнес [1].

Сьогодні з боку малого та середнього бізнесу важливим є пристосування до нових реалій та опанування нових навичок, таких як електронна торгівля, електронний маркетинг тощо. Проте вкладатися в такі навчальні програми та допомагати їх запускати повинна влада, відповідальністю якою є також забезпечення доступу до фінансів. Пандемічна криза, що на

початку сприймалася учасниками ринку як непередбачуваний шок, стала поштовхом для прийняття важливих рішень у сфері цифровізації, податкового регулювання та пільгового кредитування.

Список використаних джерел

1. Visa допомогла в діджиталізації 16 мільйонам малих і середніх підприємств на шляху до мети компанії надати цифрові можливості 50 млн МСБ. – URL: <https://www.visa.com.ua/uk-UA/about-visa/newsroom/press-releases/prl-21092021.html> (дата звернення 10.11.2021р.)
2. Платонова В. Всі основні банки в Україні скоро почнуть співпрацювати з криптобіржами. – URL: <https://minfin.com.ua/ua/2021/09/29/72454363/> (дата звернення 15.11.2021р.)
3. The Visa Back to Business Study: 5th Edition Summary – URL: <https://usa.visa.com/dam/VCOM/blogs/visa-back-to-business-study-one-year-edition-sep21.pdf> (дата звернення 10.11.2021р.)

Фроленкова Н., к.е.н., доцент

Миронюк І., студентка

Національний університет водного господарства та природокористування

КОНТЕНТ-МЕНЕДЖМЕНТ ЯК ЕЛЕМЕНТ ІНФОРМАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ СУЧАСНИХ ОРГАНІЗАЦІЙ

Сучасний розвиток компаній відбувається в умовах тотальної цифровізації та передбачає присутність організації в інтернет-просторі. Тільки за таких умов компанія сьогодні має можливість забезпечити якісні бізнес-процеси та конкурентоспроможність на сучасному мінливому ринку.

Сучасна індустрія створення інтернет ресурсів безперервно розвивається та вдосконалюється. Один з напрямків, який поступово набирає обертів в Україні та допомагає сформувати та підтримати інформаційну стратегію організації – це контент-менеджмент. В останнє десятиріччя бізнес мігрував — частково чи повністю — до онлайн-середовища. Але чим більше компаній переходять в інтернет, тим сильніша конкуренція та складніше виділитися.

Крім якості самого товару чи послуги, не останню роль сьогодні відіграє контент. Цікавий, грамотно оптимізований з урахуванням нинішніх технологій SEO, він допомагає привернути потенційного клієнта і утримати його.

Основне завдання контент-менеджменту - зробити веб-ресурс компанії конкурентоспроможним, тобто чітко вловлювати нові тенденції на ринку та залучати якнайбільше клієнтів.

Контент-менеджмент – ключовий напрямок в системі управління просуванням і формуванням іміджу будь-якої компанії на віртуальному ринку. Адже в еру інформаційних технологій неможливо уявити успішну організацію без її присутності в інтернеті. Контент-менеджмент сьогодні необхідний для всіх видів корпоративних сайтів, інтернет-магазинів, соціальних мереж, рекламних агентств і студій веб-розробок, новинних і розважальних ресурсів, навчальних платформ тощо.

Контент-менеджментом називають сукупність управлінських процесів на інтернет ресурсі. До його завдань входить постійний контроль та виконання певного набору завдань, спрямованих на зростання відвідуваності та цінності веб-ресурсу в мережі.

Контент-менеджер не тільки наповнює сторінки інформацією, обробляє дані, збирає графічні та текстові відомості, а здійснює повноцінне управління інтернет-ресурсом компанії: стратегічне та оперативне планування, організацію роботи, мотивацію працівників та управління кадрами, моніторинг і контроль та ін. Підсумовуючи, можна сказати, що фахівець з контент-менеджменту управляє командою, що робить його саме менеджером, а не копірайтером чи маркетологом.

У завдання будь-якого менеджера входить налагодження контактів із замовниками, підтримка зв'язку та розширення клієнтської бази.

Контент-менеджмент передбачає виконання наступних завдань:

- формування та здійснення перелінкування матеріалу;
- складання матриць контенту, контент-планів та розміщення контенту на ресурсі;
- рерайт текстів новин за обраною тематикою;
- пошук, підбір, створення нових матеріалів відповідно до релевантних тематик ресурсу;
- адміністрування та візуальне оформлення сайту компанії, сторінок в соцмережах, груп в месенджерах, ведення блогів;
- створення карток товарів для інтернет-магазинів;
- просування інтернет-ресурсів, спираючись на ключові запити, залучення цільової аудиторії;
- створення та наповнення сайтів унікальним контентом;
- робота з клієнтами, підписниками, модерація форумів, електронних пошт;
- здійснення веб-аналітики ефективності роботи інтернет-ресурсів;
- комунікації з відвідувачами веб-ресурсу;
- здійснення аналізу ринку, відслідковування нових тенденцій та моніторинг конкурентів;
- координація роботи всіх фахівців, що працюють з інтернет-ресурсом компанії.

Зрозуміти, наскільки ефективно виконується робота, допомагають чіткі цілі, прописані у контент-стратегії. Приклади цілей:

- збільшити трафік на сайт;
- підняти впізнаваність бренду та охоплення;
- підкреслити експертність та збільшити лояльність користувачів;
- отримати більше лідів та продажів.

Якщо створений контент не допомагає досягати мети, потрібно змінювати контент-план або всю контент-стратегію.

Сфера контент-менеджменту досить нова та тільки набирає популярності, але її перспективність можна побачити вже сьогодні. Саме якість створеного контенту забезпечує імідж компанії, а, відповідно, і потік клієнтів. Тому важливо, щоб цим займалась компетентна людина, яка не просто розуміє свої обов'язки, а й дійсно бажає створювати новий якісний продукт.

Список використаних джерел

1. Контент-менеджер. Ким бути. [Електронний ресурс] - Режим доступу: <https://www.work.ua/career-guide/content-manager/>
2. Кто такой контент-менеджер. Современные профессии. [Електронний ресурс] - Режим доступу: <https://netology.ru/blog/01-2021-kto-takoj-kontent-menedzher>
3. Плєскач В.Л., Затонацька Т.Г. Електронна комерція: Підручник. – К.: Знання. 2007. 535 с.
4. Романенко О.М. Інтернет маркетинг. [Електронний ресурс] - Режим доступу: <https://stud.com.ua/64250/marketing/internet-marketing>
5. Шалева О.І. Електронна комерція. [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://pidru4niki.com/14100821/informatika/elektronna_komertsiya

Хумарова Н., д.е.н., г.н.с.,
професор ІПРЕЕД НАНУ,
Ніколайчук Т., магістр правознавства,
аспірант ІПРЕЕД НАНУ
Одеса, Україна

ЦИФРОВІ ІНСТРУМЕНТИ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ ВРАЖЕНЬ, ЯК ВЕКТОР СУЧАСНОЇ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Розвиток економіки вражень в умовах гео-соціальних обмежень спричинених пандемією коронавірусної інфекції, викликаної вірусом SARS-CoV-2, повинен враховувати не тільки

ступінь фінансово-організаційних побажань підприємців, але й соціально-економічні потреби населення, ринкові зміни, що сприяли внесенню суттєвих змін до організаційно-виробничих процесів.

Послуги вражень в умовах існуючих суспільних обмежень можуть стати не тільки альтернативним інструментом розвитку господарської діяльності в країні, формуванню міжгалузевих зв'язків, а також засобом зменшення психологічно-емоційної втоми населення, зниження корпоративного тиску на людський капітал, та, вектором мотивації до отримання позитивних економіко-трудоуних результатів.

Оскільки індустрія вражень не має чіткого економіко-організаційного визначення, її інструменти фактично перебувають поза правовим полем, тому виникає чимало питань пов'язаних з легалізацією господарської діяльності, пов'язаної з наданням послуг вражень та відповідно організацією усіх виробничих процесів, формування інформаційно-цифрових інструментів розвитку.

Такі науковці, як Є. Нікольська, В. Лепешкін, Є. Блінова, І. Кулгачьов, С. Ількевич стверджують, що вдосконалення цифрових технологій є саме тим економіко-ефективним вектором розвитку туристичної діяльності, що враховує суспільно-економічні перетворення сьогодення. Наразі, вдосконалення цифрових технологій у туристичному секторі набуває різноманітних форм прояву, що включають онлайн-покупку готових турів, сформованих туроператорами, а також розробку та впровадження мобільних додатків, оцифрування самостійно розроблених турів шляхом створення онлайн-шкіл для мандрівників-початківців [1].

На думку В. Тараканова, А. Іншакової, В. Долинського цифрові технології сприятимуть формуванню стійких міжгалузевих зв'язків незалежно від наслідків кризових явищ у світовій економіці, та, як наслідок, сприятимуть появі інноваційних продуктів [2].

Керол Хсу, Джен Нам Лі, Детмар В. Страуб зазначають, що розвиток підходів до інституційного забезпечення має враховувати інноваційно-інформаційні системи, більшість з яких, спрямовані на дотримання інформаційно-економічної безпеки [3].

Бірте Хансен зазначає, що цифровізація всіх форм господарської діяльності є також інструментом лояльності з боку великої кількості споживачів, особливо молоді, оскільки дозволяє дізнатися якомога більше про потенційні продукти чи послуги, перед безпосереднім їх замовленням [4].

На думку таких дослідників, як Чен Луронг Ченг, Уоллес Чуріак, Ден Кімура, Фукунарі Накагава, Дзюнджі Помфрет, Річард Рігоні та Габрієла Шварцер-Йоханнес цифрові інструменти під час здійснення підприємницької діяльності відкривають широкі можливості для прискорення інклюзивного економічного зростання; до їх переваг варто віднести вільний потік даних, підкріплений низкою заходів економіко-політичного характеру, що спрямовані на вирішення стратегічних завдань державної політики [5].

Без запровадження економіко-цифрових форм господарської діяльності у туристично-рекреаційній сфері, суб'єкти господарювання не матимуть можливості працювати за існуючих економіко-соціальних обмежень та пандемічних заборон. В свою чергу цифровими формами надання послуг вражень можуть бути наступні:

- 1) 3D друк (формування персоналізованих інфраструктурних об'єктів);
- 2) пристрої доповненої реальності (від примірки дизайнерських аксесуарів до відвідування вищої точки Альпійських гір);
- 3) чат-боти для роботи з клієнтами (економія фонду заробітної плати та зниження стресового навантаження на менеджерів по роботі з клієнтами);
- 4) цифрові invent-інструменти: 4D кінематорграф та 3D відеоігри;
- 5) формування системи віртуальної чи змішаної реальності для кожного клієнта з урахуванням побажань (наприклад, е-квести, е-побачення).

Отже, основним трендом розвитку індустрії вражень є *цифровий простір*, що в контексті надання послуг вражень, представляє собою систему повного циклу алгоритмізації всіх процесів, які спрямовані на задоволення кінцевих потреб клієнта (отримання позитивних емоцій, відчуттів).

Станом на сьогоднішній день, послуги вражень розглядаються, як підвид туристично-рекреаційних послуг індустрії гостинності, однак, нами пропонується запровадження індустрії

вражень, як окремого сектору національної економіки, що буде розвиватися у двох незалежних одне від одного форматах: традиційному та цифровому (он-лайн послуги).

Враховуючи вищевикладене, саме індустрія послуг вражень може стати економіко-перспективним вектором підприємницької діяльності для представників бізнес-угруповань, оскільки навіть в умовах геосоціального дистанціювання має досить високий рівень організаційно та фінансово-цифрових інструментів розвитку.

Завдяки одночасному формуванню двовекторної системи розвитку індустрії послуг вражень, формуються дієві механізми еколого-економічної інклюзії, як з точки зору представників приватного сектору економіки (наприклад, співпраця з фінансовими установами, залучення підприємців з суміжних галузей), так і для державних установ (наприклад, розширення векторів еколого-економічної співпраці з установами природно-заповідного фонду України). Однак подальший розвиток індустрії послуг вражень у форматі е-послуг має враховувати необхідність побудови стійких міжгалузевих зв'язків з рекламною та інформаційно-комунікаційною галузями.

Список використаних джерел

1. Nikolskaya, E.Y., Lepeshkin, V.A., Blinova, E.A., Kulgachev, I.P. & Ilkevich, S.V. Improvement of Digital Technology in the Tourism Sector. *Journal of Environmental Management and Tourism*, (Volume X, Fall). 2019. Vol. 6(38). P.1197-1201. URL:<https://www.proquest.com/openview/19676e346adde57c3fa88bf4d1929bd4/1?pqorigsite=gscholar&cbl=466419>. [https://doi.org/10.14505/jemt.v10.6\(38\).01](https://doi.org/10.14505/jemt.v10.6(38).01). (дата звернення 03.09.2021р.)
2. Tarakanov V., Inshakova A., Dolinskaya V. Information Society, Digital Economy and Law. *Part of the Studies in Computational Intelligence book series*. 2019. Vol. 826. URL: https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-030-13397-9_1. https://doi.org/10.1007/978-3-030-13397-9_1 (дата звернення 12.09.2021р.)
3. Hsu C., Lee Jae-N., Straub Detmar-W. Institutional Influences on Information Systems Security Innovations. *Information Systems Research*. 2012. № 23 (3-2). URL: <https://pubsonline.informs.org/doi/abs/10.1287/isre.1110.0393> <https://doi.org/10.1287/isre.1110.0393> (дата звернення 28.08.2021р.)
4. Hansen B. The digital revolution – digital entrepreneurship and transformation in Beijing/ *Small Enterprise Research*. 2019. Vol. 26 (1). P. 36-54. URL: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/13215906.2019.1570321>. <https://doi.org/10.1080/13215906.2019.1570321> (дата звернення 26.09.2021р.)
5. Lurong C. Cheng, Ciuriak W., Kimura D., Nakagawa F., Pomfret J., Rigoni Ri., & Schwarzer-Johannes G. The Digital Economy for Economic Development: Free Flow of Data and Supporting Policies. *Policy Brief. Task Force 8: Trade, Investment and Globalization*. 2019. Vol. 20. URL:<https://ssrn.com/abstract=3413717> (дата звернення 01.10.2021р.)

Шеломовська О.

Дніпровський державний технічний університет,
м. Кам'янське, Україна

МОДЕЛІ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ЗАГАЛЬНОЮ СЕРЕДНЬОЮ ОСВІТОЮ В ЄВРОПЕЙСЬКИХ КРАЇНАХ

Вступ. В сучасних умовах існування українського суспільства надзвичайно важливим є визначення пріоритетних напрямків удосконалення публічного управління загальною середньою освітою (далі – ЗСО) та вибір оптимальної моделі цієї галузю. Зважаючи на прагнення України займати лідируючі позиції у європейському освітньому просторі, заслуговує на увагу аналіз моделей публічного управління ЗСО, що реалізуються у європейських країнах.

Основна частина. Наразі європейські держави використовують доволі різноманітні та досить специфічні системи публічного управління ЗСО, що детермінуються специфікою історичного розвитку, загальною системою публічного управління, розподілом повноважень між різними рівнями і органами влади тощо. Наявність у них спільних рис призвела до створення

декількох таксономій і класифікацій моделей публічного управління ЗСО.

Засновуючись на критерії участі держави в управлінні ЗСО та загальним поглядом на інститут освіти як загальне чи індивідуальне благо виокремлюють організаційну, ринкову, соціально-орієнтовану і відкриті моделі шкіл та управління ними. Організаційна модель властива країнам з високим рівнем централізації в управлінні шкільною освітою та передбачає можливість узгодження головних параметрів функціонування ЗСО із соціальними та економічними потребами суспільства. На противагу організаційній, ринкова модель притаманна державам, в яких централізовані механізми постійно послаблюються при посиленні ролі регіональних і місцевих органів управління освітою. Такий сценарій розбудови школи майбутнього є найімовірнішим у суспільствах з високо розвинутою ринковою економікою і децентралізованою системою освіти [1, с. 16]. Ринкова модель розглядає освіту як загальне благо, а соціально-орієнтована система, навпаки, вважає її спільним капіталом членів спільноти, що однаковою мірою належить усім і кожному, а відтак має справедливо розподілятися. При цьому основна роль в управлінні ЗСО належить місцевим громадам, які коригують діяльність шкіл відповідно до регіональних потреб. Місцеві органи управління дбають про ЗСО як про соціальний інститут, що сприяє згуртуванню спільноти, соціалізації молоді відповідно до суспільних цінностей, актуалізації і творенню культури [2]. У відкритій моделі управління, незважаючи на цілеспрямовану державну політику підтримки систем освіти, не існує державного тиску, контроль делегується громадськості, а державні інституції відокремлені чи частково відокремлені від освітянських систем. Відкрита модель характеризується гнучкою системою, доступністю до структурних трансформацій та реформування [3, с. 190].

Дещо інший погляд на рівень участі та повноважень державних органів в управлінні ЗСО демонструє підхід, відповідно до якого виділяються централізована, децентралізована і децентралізована із посиленою автономією закладу середньої освіти системи. При централізованій системі визначення освітніх завдань та шляхів їх досягнення здійснюється на центральному рівні. Органи центральної державної влади відповідають за зміст освітніх програм, організацію освітнього процесу, кадрову політику і фінансування, а на місцях вирішуються питання щодо функціонування шкільних об'єктів. У свою чергу, децентралізована система, будучи повним антиподом централізованої, характеризується переданням повноважень з реалізації більшої частини освітніх завдань до органів місцевого самоврядування. Саме громади за потреби створюють школи і відповідають за організацію навчально-виховного процесу, кадрову політику, фінансування і результати їх діяльності. У децентралізованій системі із посиленою автономією закладу середньої освіти управління ЗСО делеговано безпосередньо школам, але місцеве самоврядування не звільняється від відповідальності за реалізацію освітньої політики, які мають повноваження відкликати надані школам повноваження [4, с. 86; 5, с. 354].

Порівнюючи виокремлені моделі державного управління ЗСО слід відзначити, що кожна з них має переваги і недоліки, що дозволяють реалізовувати ці системи сьогодні. Централізація управління ЗСО дозволяє забезпечити єдину систему управління, хоча при цьому передбачає доволі надмірний авторитарний контроль. При цьому децентралізація, забезпечує участь в управлінні громадян, які безпосередньо зацікавлені у розвитку шкільних закладів у їх місцевості та збільшення ролі місцевої влади, однак може призвести до суттєвих відмінностей у рівні та якості освіти в різних регіонах.

Висновки. Сьогодні більшість європейських держав здійснюють активну діяльність щодо оптимізації своїх національних систем публічного управління ЗСО відповідно до демократичних засад, що передбачають децентралізацію і деконцентрацію владних повноважень і збільшення участі громадськості в управлінні шкільною освітою. Навіть в тих країнах, де усталено діють централізовані та організаційні системи здійснюються окремі кроки з делегування управління ЗСО на місцевий рівень. Для розвитку систем освіти в сучасних умовах необхідно знайти оптимальний баланс між централізацією та децентралізацією для пошуку оптимальної моделі публічного управління загальною середньою освітою.

Список використаних джерел

1. Лавриченко Н. Прогностичні моделі школи: антиципація майбутнього чи «зони найближчого розвитку?». *Шлях освіти*. №4. 2008. С. 13–19.

2. Ульянова Т.О. Державне управління системою середньої освіти в Україні та в європейських державах: порівняльний аналіз. URL :http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/tppd_2012_10_20.pdf (дата звернення 22.10.2021).

3. Набока Л.В., Михайленко Г.В. Удосконалення механізму реалізації суб'єктно-об'єктних відносин у державному управлінні загальною середньою освітою. *Теорія та практика державного управління*. 2012. Вип. 3. С. 185-193. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Tpdu_2012_3_27. (дата звернення 20.10.2021).

4. Пастовенський О. В. Зв'язок моделей фінансування загальної середньої освіти з моделями управління освітою. *Вісн. Житомир. держ. ун-ту ім. І. Франка*. 2011. Вип. 59. С. 85-88.

5. Ярош А. О. Аналіз зарубіжного досвіду організації загальної середньої освіти в розвинених країнах. *Порівняльно-аналітичне право*. 2018. № 6. С. 353–356. URL : http://www.pap.in.ua/6_2018/1.pdf (дата звернення 18.10.2021).

Якимчук А., д.е.н., професор

Боднарська А., магістрант,

Навчально-науковий інститут економіки та менеджменту,

кафедра державного управління,

документознавства та інформаційної діяльності НУВГП,

м.Рівне, Україна

УДОСКОНАЛЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПРЕС-СЛУЖБИ ЧЕРЕЗ ОСНОВНІ ФУНКЦІЇ КОМУНІКАЦІЇ

Актуальність. Виходячи з головної мети, завдань та функціональних принципів, діяльність пресслужб органів державної влади та місцевого самоврядування багатofункціональна. Вона має, як мінімум, дві функціональні сторони, кожна з яких визначає її спорідненість з різними видами соціальної практики. У своїй сукупності ці дві функціональні сторони і утворюють специфічну систему праці працівника прес-служби. З одного боку, діяльність працівника прес-служби має масово-інформаційну природу, що робить її близькою до журналістики, зокрема, парламентської журналістики [6]. Саме через характеристику праці її фахівців зі збору, обробки, поширення масової інформації виявляється сутність їх роботи як особливого виду журналістської діяльності [2].

Основна частина. Перша, «журналістська», група функцій прес-служб органів державної влади та місцевого самоврядування включає наступні функції:

- комунікативні;
- ідеологічні;
- культурно-освітні;
- рекламно-довідкові;
- організаторські.

З іншого боку, оскільки пресслужба є сполучною ланкою між органом влади і громадськістю в сучасних умовах відкритого суспільства, на неї покладені функції моніторингу і аналізу громадської думки. Вищезгадана функція виявляє пряму спорідненість діяльності пресслужби з маркетингом, соціологією і зв'язками з громадськістю. Реалізація цієї функції направлена усередину органу влади. Через неї здійснюється здобуття зворотної інформації, актуальних відомостей про стан об'єктивної дійсності, необхідних для здійснення і корекції функціонування всієї влади [2].

Ще однією, значною функцією пресслужби є *підготовка і опрацювання оперативних приводів*, які покликані стати об'єктом виступів засобів масової інформації і громадськості. Як фахівці в області масової комунікації робітники прес-служб зобов'язані відстежувати такі

приводи та ініціювати їх впровадження в загальний інформаційний фон [6].

Комунікативна функція. В обов'язки фахівця пресслужби входить надання аудиторії відомостей про діяльність відповідного органу влади, про ініціативи, які розробляються і реалізуються. Органи влади приймають рішення, які істотним чином впливають на життя кожного громадянина, визначають характер взаємин суб'єктів політичного простору. У зв'язку з цим інформація з таких органів представляє особливий інтерес для журналістів і знаходить своє віддзеркалення практично у всіх типах ЗМІ.

Ідеологічна функція. Не дивлячись на те, що формально пресслужба знаходиться в стороні від ідеологічних і безпосередньо політичних дискусій, вона є важливою ланкою в комунікативному ланцюзі політик–виборець. За допомогою пресслужби державні службовці та посадові особи місцевого самоврядування доносять до широкої аудиторії своє бачення політичних та соціально-економічних процесів [6]. Працівник пресслужби в більшості випадків прагне уникнути однозначних оцінок тієї або іншої події, намагається донести до аудиторії образ події, максимально наближений до об'єктивної реальності. У зв'язку з цим реалізація пресслужбою ідеологічної функції більшою мірою направлена або на деідеологізацію, або на реідеологізацію інформації [2].

Культурно-освітня функція полягає в тому, щоб, будучи одним з інститутів суспільно-політичної культури суспільства, брати участь в пропаганді і поширенні в житті суспільства високих культурних цінностей, виховувати людей на зразках загальносвітової культури, тим самим сприяючи всебічному розвитку людини. Таким чином, пресслужба органів влади виступає як один з чинників соціалізації громадянина.

Культурно-освітня функція тісно зв'язана з *рекламно-довідковою функцією*, оскільки пресслужба покликана, окрім всього іншого, сприяти задоволенню інтересу громадян щодо побудови представницької гілки влади, структури бюджетних витрат і доходів і так далі, сприяти розвитку суспільно-політичної культури і компетенції громадян. Рекламна частина цієї функції реалізується на двох рівнях, обумовлених самою структурою української публічної політики [3].

Перший рівень – просування і позиціонування певних органів влади як суспільного інституту в загальній системі влади України. Другий рівень є значно складнішим в етичному і політичному планах, оскільки він піднімає питання позиціонування і просування конкретних політичних лідерів та їх об'єднань.

Висновки. Таким чином, пресслужба виступає інструментом, який надає політику актуальну інформацію про стан настроїв громадян. На підставі цієї інформації політик формує свій образ дійсності, відповідно до якого вибудовує взаємини з різними суспільно-політичними суб'єктами, формулює повідомлення, які надалі доноситимуться до виборця [5].

Практичні чинники пов'язані з тим, що в суспільстві і засобах масової інформації, які висловлюють його думку, поступово накопичується значний об'єм інформації, яка є суттєвою для прийняття політичних і господарсько-адміністративних рішень. Ця інформація може стосуватися оцінки діяльності влади та ефективності заходів в тій або іншій сфері життя, експертних оцінок стратегій і програм соціально-економічного розвитку, пропозицій за рішенням конкретних практичних питань розвитку господарства і так далі. Зв'язки з громадськістю – це одна з основних функцій управління, яка забезпечує встановлення, підтримку та безперервне здійснення спілкування між організацією та її громадськістю, взаєморозуміння та співпрацю між ними [3].

Необхідно пам'ятати, що пресслужба лише супроводжує діяльність народних обранців і державних службовців [5]. Як показує практика, не всі політики і політичні групи виступають в ролі активних генераторів оперативних приводів. Це часто є приводом для звинувачення пресслужби в упередженості та необ'єктивності [4]. Результати моніторингу громадської думки можуть бути використані для поліпшення процесу ухвалення рішення, а також, побічно, - для інформування громадськості або як інструмент зворотного зв'язку з метою здійснення проєктів, оцінки програм або вироблення політики. Ефективне виконання цієї функції забезпечує постійну присутність органу влади в інформаційному полі, підвищує до нього інтерес як до джерела оперативних приводів.

Список використаних джерел

1. "Артикль 19" та "Міжнародна підтримка медіа" (IMS) закликають Януковича провести

медіареформи // ТелеКритика, 04-03-2010 [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://www.telekritika.ua/news/2010-03-04/51456>.

2. ІМП: Рішення щодо суспільного мовлення, введене в дію указом Ющенко, не було схвалено РНБО // ТелеКритика, 20-02-2010 [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://www.telekritika.ua/news/2010-02-20/51238>.

3. Інформаційна довідка до питання "Про підсумки розвитку інформаційної та видавничої сфер України за дев'ять місяців 2009 року"// Офіційний веб-сайт Державного комітету телебачення і радіомовлення України [Електронний ресурс] – Режим доступу : [//http://comin.kmu.gov.ua/control/uk/publish/printable_article?art_id=72209](http://comin.kmu.gov.ua/control/uk/publish/printable_article?art_id=72209)

4. Постанова Верховної Ради України від 13 травня 2010 року № 2253-VI "Про Рекомендації парламентських слухань "Стан свободи слова в регіональних засобах масової інформації".

5. Якимчук А.Ю., Валюх А.М., Пахаренко О.В. Стратегія інформаційного забезпечення управління еколого-економічною безпекою України в умовах військово-політичної нестабільності. Монографія. Рівне: НУВГП, 2020. 156 с.

6. Якимчук А.Ю., Павельчук О.Л., Якимчук Ю. О. Інноваційність надання адміністративних послуг як інструмент удосконалення фінансово-економічної політики територій. Монографія «Фінансово-економічна політика в контексті інноваційного розвитку України», 2020.

Якимчук А., д.е.н., професор
НУВГП, м. Рівне, Україна

Жакун Ю., студентка 5 курсу
НУВГП, м. Рівне, Україна

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ В УКРАЇНІ

Вступ. Процеси інтеграції й глобалізації поширюються в сучасному суспільстві, викликаючи структурні зміни на рівні влади, впливають на зростання впливу інститутів державного управління, що забезпечують управління на макрорівні, визначають права і обов'язки регіонального управління та місцевого самоврядування. В Україні як молодій незалежній державі, врядування переживає реформи, які визначені Законом про адміністративну реформу. Саме тому дослідження цих процесів є актуальним на теперішній час. Метою дослідження є аналіз основ державного управління в Україні. Об'єктом є процеси регіонального та місцевого самоврядування.

Сучасні процеси в українському суспільстві характеризуються різноманітністю сфер впливу: з одного боку, нестабільністю, перехідністю, спадом; з іншого – модернізацією, реформуванням, відродженням. Сучасна наука намагається вивчити підходи до стабілізації процесів у політичному, економічному, соціальному, культурологічному середовищі, пропонуючи нові способи використання інструментів управління, методології та концепції, з'являються нові моделі управління в Україні особливо в сфері державного управління та його механізмів, реалізація яких передбачає нове бачення відносин «влада – громада» і базується на національних архетипах.

Основна частина. На сучасному етапі розвитку держави активно відбувається зміна системи публічного управління від бюрократичного патерналізму до представництва територіальних громад й активного залучення недержавних організацій. Важливого значення набуває широке залучення у функціонуванні публічного управління представників неурядових організацій, бізнес-структур, груп тиску й громадянського суспільства загалом, що характеризує застосування у державотворчих процесах новітніх концепцій публічного управління, а саме концепцій «активної держави», «демократичного врядування», «нового публічного управління» [3].

У рамках реформаторського підходу, заснованого на теоріях управління, акцент робиться на розширенні свободи дій бюрократії шляхом скасування обмежень та посилення економічних

стимулів. «Нове державне управління – це набір стратегій адміністративно-політичних реформ, який базується, насамперед, на адміністративній інтерпретації у світлі приватної економіки. Модель реформування не є догматичним і повним переліком заходів, але часто передбачає виконання таких кроків:

- приватизація й усунення надмірного рівня регулювання;
- вихід окремих адміністративних одиниць за межі єдиної структури чи автономії;
- введення елементів конкуренції в управлінську діяльність, а також запозичення прийомів зі сфери управління приватною економікою в сектор державного управління [5].

У вітчизняному середовищі існує думка, що поняття «добре урядування» замінює поняття «державне управління», яке виникло у 1990-х роках. Своєю «односторонньою орієнтацією на ефективність, вона наповнює концепцію державного управління соціальною та гуманітарною складовими, формуючи новий підхід до розуміння необхідного самоврядування, яке тепер має відповідати не лише вимогам ефективності, а й бути відкритим, доступним, підзвітним, контрольованим і чуйним до громадян, їх потреб і запитів». Ми не зовсім погоджуємося з тим, що в Україні сформувався умови для зміни цих концепцій. Теорія державного управління продовжує розвиватися разом із дослідженнями в галузі державного управління, але практика значно відстає від теорії, яка вимагає внесення змін до нормативно-правових документів та впровадження контролю на високому рівні в процесі реформування управління в Україні [1].

Досвід розвинутих країн Європейського Союзу та США свідчить про значні результати у розширенні державного управління, що включає лібералізацію державного управління, засновану на демократичних засадах і передбачає співробітництво за участі, партнерство між органами влади на всіх рівнях управління.

Розвиток публічного управління органам законодавчої та виконавчої влади потрібно починати з розуміння провідної ролі державного управління в суспільстві, розуміння визначень державного управління, з набуття знань про доступність державних моделей управління державними органами [2].

Водночас для успішного розвитку державного управління в Україні необхідно враховувати такі перспективи:

- створення можливостей для неформальних соціальних інститутів на основі національних архетипів;
- доступ органів місцевого самоврядування до фінансових ринків, кредитних ресурсів, встановлення нових критеріїв адміністративної відповідальності органів місцевого самоврядування та власників бюджетів;
- впровадження нових концепцій та гасла: «державне управління – механізм зв'язків з громадськістю» для формування програм, механізмів підзвітності й громадського контролю;
- принцип оптимізації для визначення чисельності посадових осіб на всіх рівнях влади, уникаючи тим самим дублювання та скорочення трансакцій у державному управлінні;
- зміна регіональних програм фінансового забезпечення відповідно до зміни функцій щодо забезпечення сталості соціально-економічного розвитку та надання якісних соціальних послуг, що безпосередньо впливають на здійснення операцій у державному управлінні [4].

Висновки. Отже, державне управління в процесі еволюції зазнало низки змін, про що свідчить існування щонайменше трьох відомих моделей: «Старе державне управління», «Нове державне управління» та «Добре урядування». Ми не можемо сказати, що державне управління в Україні описується моделлю «Good Governance», яка відповідає вершині соціально-економічної системи; характеризує соціально орієнтований менеджмент й визначає управління на розвинутих демократичних засадах, виключаючи національні архетипи. Навпаки, ми вважаємо, що в країні існують моделі «старого державного менеджменту» й «нового державного управління», які визначаються вітчизняними архетипними парадигмами. Архетипні особливості обумовлюють необхідність реалізації державної політики шляхом підвищення автономії регіонів у визначенні довгострокової стратегії соціально-економічного розвитку, у виборі шляхів її реалізації; формування й ефективний перерозподіл синтезованого капіталу; формування регіональними органами влади доходів і видатків; участь органів місцевого самоврядування, місцевих громад та залучення громадськості до процесів управління й питань соціально-економічного розвитку. Саме це створює модель «доброго урядування» в державному управлінні.

Список використаних джерел

1. Державна кадрова політика в Україні: стан, проблеми та перспективи розвитку: наук. доп. / [авт. кол.: Ю. В. Ковбасюк, К. О. Ващенко, Ю. П. Сурмін та ін.]; за заг. ред. д-ра наук з держ. упр., проф. Ю. В. Ковбасюка, д-ра політ. наук, проф. К. О. Ващенко, д-ра соц. наук, проф. Ю. П. Сурміна. Київ: НАДУ, 2012. 72 с.
2. Державне управління: підручник : у 2-х т. / Нац. акад. держ упр. при Президентові України; ред. кол. Ю. В. Ковбасюк, (голова), К. О. Ващенко (заст. голови), Ю. П. Сурмін (заст. голови) [та ін.]. Київ: НАДУ, 2013. Т. 2. 324 с.
3. Загурська-Антонюк В. Ф. Сучасні тенденції децентралізації державної влади та їх реалізація в Україні. Державне управління: удосконалення та розвиток. 2019. № 2. URL: <http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=1391>.
4. Публічне управління: навч. посібник / А. В. Стасишин, Г. В. Капленко, Г. О. Комарницька та ін. [за заг. ред. А. В. Стасишина]. Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2019. 460 с.
5. Сурмін Ю. П. Проблеми та напрями змін державного управління в Україні в сучасних умовах. Публічне управління: шляхи розвитку: матеріали наук.-практ. конф. за міжнар. участю (Київ, 26 листоп. 2014 р.): у 2 т. / [за наук. ред. Ю. В. Ковбасюка, С. А. Романюка, О. Ю. Оболенського]. Київ: НАДУ, 2014. Т. 1. С. 13.

Якимчук А., д.е.н., професор, НУВГП, м. Рівне
Кичан А., студентка 6-го курсу, НУВГП, м. Рівне

РОЛЬ ОРГАНІЗАЦІЙ ГРОМАДЯНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА У ТРАНСФОРМАЦІЇ ГАЛУЗІ МЕДИЧНИХ ЗАКУПІВЕЛЬ УКРАЇНИ

Вступ. Система централізованих закупівель МОЗ й децентралізованих закупівель на регіональному рівні була неефективною впродовж багатьох років (завищені ціни, зволікання з проведенням тендерів, небажання компаній брати участь у торгах, що призвело до зниження конкуренції, нестачі лікарських засобів тощо). Окрім того, загальновідомою була проблема корупції.

Наслідками таких проблем у публічних закупівлях лікарських засобів й медичних виробів є загрози для людського життя. Тому доступ до лікарських засобів є важливим чинником для досягнення доступу до охорони здоров'я як конституційного права людини, адже в Україні право на охорону здоров'я та медичну допомогу закріплене в Конституції. Також це право передбачено Цілями сталого розвитку Організації Об'єднаних Націй та визнане ключовою складовою процесу розширення доступу до послуг охорони здоров'я задля загального охоплення населення медичними послугами.

Основна частина. У 2013-2014 роках система державних закупівель в Україні позначилася неефективним використанням державних коштів, постійними затримками у закупівлі лікарських засобів й медичних виробів і повальною корупцією. За свідченнями Служби безпеки України, націнка на ліки іноді сягала 40% [1]. Це призвело до дискредитації довіри до державних інституцій, перебоїв у постачанні фармацевтичних засобів, зростання вартості послуг охорони здоров'я до завищеного й непосильного значення для пересічного громадянина.

Саме громадські організації та пацієнтські спільноти вперше усвідомили весь масштаб корупції в Міністерстві охорони здоров'я. Вони протестували проти неефективних закупівель міністерства та політики уряду, влаштовувала акції протесту, викривала корупцію в медіа, скасовували тендери тощо.

Після Революції гідності, у 2015 році група активістів громадянського суспільства за підтримки пацієнтів, неурядових організацій, що працюють у сфері боротьби з корупцією, юристів, економістів, народних депутатів й представників державних установ розробила стратегію і законодавчий пакет з метою тимчасової передачі закупівлі життєвоважливих медичних виробів міжнародним організаціям [2].

Незважаючи на революційні процеси та прихід до влади нових людей, громадянські організації зіштовхнулися з величезним супротивом проти переходу на міжнародні закупівлі. Однак механізм реформувань публічних закупівель у сфері охорони здоров'я було запущено за ініціативи активних свідомих громадян.

Згідно зі звітом Рахункової палати України, міжнародними угодами вдалося заощадити 40% коштів від попередніх цін на ліки. І це вже з урахуванням 5% комісії, яку Україна платила їм за вихід на міжнародний ринок [3]. Очевидно, що пройти шлях до ефективних медичних закупівель було би неможливо без пацієнтських організацій та їх взаємодії із системою охорони здоров'я.

Важливу роль пацієнтські неурядові організації відіграли також у процесі налагодження зв'язків із компаніями-виробниками генериків, тобто лікарських засобів, які відтворюють оригінальні препарати, але коштують значно дешевше.

Оскільки держструктури боялися комунікувати з фармакологічними компаніями через побоювання отримати звинувачення в корупції, то громадськість це робила охоче. І це також принесло свої результати. У 2017 році Україна змогла отримати найнижчу у всьому світі ціну на препарат проти гепатиту С нового покоління [1]. Крім того, пацієнтські організації у робочих групах МОЗ боролися з неякісним визначенням потреби у регіонах.

Після появи системи Prozorro благодійна організація «100% Життя» одразу ж створила моніторингову мережу у 24 областях України. Місцеві осередки стежили за закупівлями понад 100 лікарень у системі Prozorro та намагалися протидіяти порушенням.

Варто зазначити, що зміцненням співпраці з громадянським суспільством активно займається програма розвитку ООН. З 2017 року вона надає малі гранти пацієнтським організаціям для моніторингу наявності та використання лікарських засобів, що закуповуються [4]. Це дає змогу пацієнтам контролювати процес закупівель, а отже, сприяє їх вдосконаленню.

Висновки. Отже, громадські організації за підтримки пацієнтів відіграють ключову роль і нині є рушієм розвитку ефективної й прозорої системи медичних закупівель. У майбутньому організаціям громадянського суспільства потрібно реалізовувати свою діяльність у напрямку громадського моніторингу публічних закупівель у сфері охорони здоров'я. Оскільки у країнах з низьким і середнім рівнем доходів, до яких належить і Україна, існує загроза дистанціювання держави від нормативних потреб суспільства, саме ОГС повинні відігравати істотну роль у громадському нагляді та підзвітності уряду та державних установ, зокрема і у сфері охорони здоров'я, а громадський моніторинг доступності лікарських засобів відповідно є суттєвим важелем впливу на державу в плані виконання нею своїх зобов'язань щодо забезпечення реалізації прав громадян на якісне медичне забезпечення.

Всебічна імплементація громадянського моніторингу у сфері охорони здоров'я та співпраця з громадськістю в цілому дозволить задовольнити інтереси обох сторін: держави та громадян, є основоположним принципом політики доброго врядування. Таким чином, можна підсумувати, що одним із важливих компонентів комплексного підходу до розбудови справедливого та прозорого процесу медичних закупівель в Україні є співпраця державних органів з організаціями громадянського суспільства.

Список використаних джерел

1. Гриценко Є. Боротьба за життя: Як Україна буде ефективною системою закупівель ліків. Публічні фінанси. 2021. URL: <https://voxukraine.org/borotba-za-zhittya-yak-ukrayina-buduye-efektivnu-sistemu-zakupivel-likiv/> (дата звернення: 12.11.2021).
2. Дафіна Герчева. Побудова більш ефективної, дієвої та справедливої системи охорони здоров'я в Україні. URL: <https://www.ua.undp.org/content/ukraine/uk/home/blog/2021/building-a-more-effective-efficient-and-equitable-healthcare-system-in-ukraine.html> (дата звернення: 12.11.2021).
3. Рахункова палата: міжнародні організації економлять 40% державного бюджету, виділеного на закупівлі ліків. URL: <https://moz.gov.ua/article/news/rahunkova-palata-mizhnarodni-organizacii-ekonomljat-40-derzhavnogo-bjudzhetu-vidilenogo-na-zakupivli-likiv> (дата звернення: 12.11.2021).
4. Ганна Шевченко, Наталія Лук'янова, Віталій Кучинський та ін. Методичні рекомендації для проведення громадського моніторингу доставки, наявності та використання лікарських засобів на місцевому рівні. UNDP Україна. 2020. 100 ст.

Якимчук А., д.е.н., професор,
Якимчук Ю., студент ПУА-21,
Національний університет водного господарства
та природокористування, м. Рівне, Україна

НАЦІОНАЛЬНА БЕЗПЕКА ДЕРЖАВИ У КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ СИСТЕМИ ПУБЛІЧНОГО АДМІНІСТРУВАННЯ

Вступ. В процесі децентралізаційної реформи стратегічний розвиток повинна отримати система національної безпеки держави, регіонів та територіальних громад в Україні. Як свідчить міжнародний досвід, у тому числі США та країн Європейського Союзу, значні витрати уряди спрямовують на підтримання й зміцнення як національної безпеки, так і в глобальному вимірі.

Основні повноваження державних органів у сфері національної безпеки і оборони України регулює Закон України «Про національну безпеку України» від 21 червня 2018 року, № 2469-VIII. Законом встановлено систему командування, контролю й координації операцій сил безпеки і сил оборони, запроваджено підхід до планування діяльності у сферах національної безпеки і оборони, встановлено процедуру проведення цивільного контролю над органами й формуваннями сектору безпеки і оборони, визначено повноваження органів державної влади, інших державних органів, функції яких стосуються національної безпеки і оборони. Законом ідентифіковано загрози національній безпеці, тобто наявні й потенційно можливі явища і чинники, які здатні створювати небезпеку життєво важливим національним інтересам України [3].

Науковий і практичний інтерес становить поняття «національна безпека», що досить трансформувалося в політичному лексиконі. В системі публічного управління вперше термін «національна безпека» у 1904 році ужитий у посланні президента США Теодора Рузвельта до американського Конгресу, де він обґрунтував приєднання зони Панамського каналу інтересами «національної безпеки» США. У 1947 р. конгрес США прийняв закон «Про національну безпеку», згідно з яким було створено існуючу донині Раду національної безпеки (РНБ) США. За часів СРСР проблема національної безпеки офіційно не розроблялася, а належала до категорії «обороноздатність» [1-5]. У авторському розумінні «національна безпека» є складною, багаторівневою, відкритою, динамічною системою, в основу якої покладено триєдність відносин базових соціальних суб'єктів – громадян, суспільства і держави в системі публічного адміністрування, гарантія захисту від військових загроз й катаклізмів. Насамперед, варто звернути увагу на той факт, що формування й функціонування цієї системи, зумовлене впливом цілої низки факторів: географічних, економічних, історичних, етнічних, демографічних, соціально-політичних, культурних, релігійних і т.д.

В Україні у сучасних умовах велика увага приділяється безпековим питанням. Зокрема, набрав чинності Указ Президента України «Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 17 вересня 2021 року «Про пропозиції до проекту Закону України «Про Державний бюджет України на 2022 рік» за статтями, пов'язаними із забезпеченням національної безпеки і оборони України» від 20 вересня 2021 р. № 477/2021 [2]. Ним уведено в дію вказане рішення Ради національної безпеки і оборони, яким Кабінету Міністрів, зокрема доручено передбачити в проекті Закону України «Про Державний бюджет України на 2022 рік» загальний фінансовий ресурс на забезпечення національної безпеки і оборони України в обсязі не менше 5,95 відсотка валового внутрішнього продукту для сектору безпеки і оборони України, при цьому фінансування потреб сектору безпеки і оборони України встановлено в обсязі не понад 319437,7 млрд грн.

Розрізняють кілька видів національної безпеки залежно від особливостей тих чи інших сфер життя суспільства і загроз безпеки: військову, політичну, економічну, соціальну, інформаційну й інші види безпеки. Нині понад 90% населення Європейського Союзу фактично мають гарантії безпеки НАТО, проте лише 20% оборонних витрат трансатлантичної організації надходять від членів ЄС. Важливим фактором є питання фінансування розвитку безпеки. В Україні у 2021 році

з державного бюджету видатки на безпеку та оборону становили 267 млрд грн; 117 млрд грн із них планувалося на Міністерство оборони (яке на закупівлю та модернізацію озброєнь передбачило 22 млрд грн.). Значну суму (32,9 млрд грн.) передбачено на програму розвитку озброєння й військової техніки. Також 5,5 млрд грн виділено для забезпечення житлом учасників АТО/ООС зі статусом внутрішньо переміщених осіб. На 2022 рік проект державного бюджету встановив обсяг фінансування сектору безпеки і оборони України у розмірі ще вищому – 5,95% від ВВП. Примітно, що окрім бюджетних видатків на оборону, Україна планує отримати міжнародну допомогу від урядів Франції (12,6 млрд грн.), Великобританії (6,7 млрд грн.) та США (1,7 млрд грн.). Видатки державного бюджету для Міністерства оборони в 2022 році заплановані у сумі 131 млрд грн без урахування державних гарантій, що більше 2021 року на 13,4 млрд грн. Також заплановано профінансувати 72 млрд грн. на заробітну плату військовослужбовцям, тобто на 11,2 млрд грн. більше, ніж у 2021 р. [1-5].

Висновки. У роботі наведено авторське тлумачення терміну «національна безпека». Суспільно-політичні події й економічні процеси, які мають місце нині в Україні, пов'язані із веденням гібридної війни Росією проти всього світу, потребують ретельного дослідження задля винайдення напрямів зміцнення безпекової складової. Серед актуальних і невідкладних проблем у побудові демократичної, конкурентоспроможної і єдиної української держави є забезпечення її сталого економічного розвитку, прискорення реформування місцевого самоврядування й територіальної організації влади, створення умов для розвитку територіальних громад та їх об'єднань, забезпечення доступності жителів цих громад до якісних адміністративних, соціальних й інших послуг, але найголовніше – надання захисту громадянам, забезпечення їм мирного життя, тощо. В сучасних умовах неоголошеної війни Росії проти України необхідна чітка злагоджена система воєнної організації держави, тобто сукупність військових формувань, органів державної влади і безпосередньо спрямована на захист національних інтересів України від зовнішніх й внутрішніх загроз.

Список використаних джерел

1. Теорія та практика публічного управління та адміністрування у XXI сторіччі : матеріали II Всеукраїнської науково-практичної конференції за міжнародною участю здобувачів вищої освіти та молодих вчених (Київ, 22 лист. 2019 р.) : / за заг. ред. М. М. Білинської, О. М. Петроє, І. Загрози національній безпеці України // [Термінологічний словник з питань запобігання та протидії легалізації \(відмиванню\) доходів, одержаних злочинним шляхом, фінансуванню тероризму, фінансуванню розповсюдження зброї масового знищення та корупції](#) / А. Г. Чубенко, М. В. Лошицький, Д. М. Павлов, С. С. Бичкова, О. С. Юнін. Київ : Ваіте, 2018. С. 265. [ISBN 978-617-7627-10-3](#).
2. [Указ Президента України № 453/2014 «Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 5 травня 2014 року «Про заходи щодо зміцнення національної безпеки України у воєнній сфері»](#).
3. Про національну безпеку України: Закон України. (Відомості Верховної Ради (ВВР), 2018, № 31, ст.241) м. Київ, 21 червня 2018 року, № 2469-VIII.
4. Якимчук А.Ю., Кардаш О.Л., Постельжук О.П., Якимчук О.Ф. Оцінка показників соціальної безпеки України у контексті національної безпеки держави задля досягнення цілей сталого розвитку. Інвестиції: практика та досвід. 2020. № 13-14. С. 75–80. DOI: [10.32702/2306-6814.2020.13-14.75](#).
5. Якимчук А.Ю., Кардаш О.Л., Якимчук О.Ф. Оцінювання стану екологічної безпеки України на основі таксономічного аналізу Вісник НУВГП, № 2, 2020. С. 340-351.
6. Integral Assessment of the Level of Ukraine's Economic Security: Modeling and Economic Analysis. A. Yakymchuk, O. Yakymchuk, N. Popadynets, R. Bilyk, V. Yakubiv, Y. Maksymiv, I. Hryhoruk, I. Irtysheva, T. Husakovska, Y. Boiko DOI: 10.5267/j.ac.2020.11.014. Accounting. ISSN 2369-7407 (Online) - ISSN 2369-7393 (Print). Quarterly Publication. Volume 7, Number 2, p/ 257-496 (2020). – P. 381-390.

«РОЗУМНІ ФАБРИКИ»: ПЕРСПЕКТИВИ ТА ПРОБЛЕМИ

Вступ. В сучасних умовах по всьому світу частка традиційної економіки зменшується, а цифрової — збільшується, надаючи могутні переваги для країн та підприємницької діяльності. Україна на стадії масштабної цифровізації всіх галузей економіки та базових сфер життєдіяльності, передусім освіти й медицини, максимально інвестуючи в розвиток цифрових інфраструктур, інновації та сучасні технології. Це все сприяє інтенсивному розвитку "розумної фабрики". Так, глобальний ринок "розумних фабрик" було оцінено на 270,74 млрд. доларів у 2020 році, і очікується, що до 2026 року він досягне 422,88 млрд. доларів, при цьому середньорічний темп зростання складе приблизно 9,33% протягом прогнозованого періоду (2021-2026 роки) [1].

Основна частина. Термін "розумна фабрика" може використовуватись для опису впровадження на виробництві роботів, інформаційних технологій або будь-яких інших інновацій [2].

"Розумна фабрика" - це середовище, в якому машини й обладнання можуть покращувати процеси за рахунок автоматизації та самооптимізації. Водночас, націлені вони на серійний випуск виробів, але при збереженні максимальної гнучкості виробництва. Забезпечуються дані вимоги завдяки високому рівню автоматизації і роботизації підприємства. Також, широко застосовуються автоматизовані системи управління технологічними та бізнес-процесами за рахунок їх узгодженості на кожному етапі взаємодії [2; 3].

"Розумна фабрика" виходить за межі фізичного виробництва товарів та включає такі функції як планування, логістика, ланцюжок поставок і розробка продукту. Як наслідок, формуються переваги "розумної фабрики": досяжність, оптимізація, проактивність, гнучкість.

Слід зазначити таку особливість "розумної фабрики", як досяжність. Для генерування даних, необхідних для прийняття рішень у режимі реального часу, розумні виробництва вимагають наявності зв'язків між основними процесами і об'єктами. На "розумній фабриці" обладнання оснащено інтелектуальними датчиками, тому системи можуть безперервно отримувати дані як з нових, так і з традиційних джерел, забезпечуючи постійне оновлення даних з відображенням поточних умов. Інтеграція даних з виробничих та комерційних систем, а також інформації, що надходить від постачальників та клієнтів, дозволяє отримати цілісне уявлення про бізнес-процеси, що відбуваються у ланцюжку поставок і по висхідній, і по низхідній, що підвищує загальну ефективність виробничої мережі.

Дані, одержані від роботи "розумної фабрики" прозорі: візуалізація у режимі реального часу може перетворювати їх у цінні знання як для людей, так і для автономного прийняття рішень. Прозора мережа може забезпечити краще зображення / відстеження процесів всього об'єкту і гарантувати, що організація може приймати більш точні рішення, надаючи такі інструменти, як доступ на основі ролей, відправка повідомлень а також відстеження та контроль у реальному часі.

У такій проактивній системі співробітники та самі системи можуть не просто реагувати на проблеми постфактум, а передбачити / спрогнозувати події та діяти на випередження. Дану перевагу "розумної фабрики" застосовують до виявлення неточностей, поповненню запасів, виявлення і попереджувальних дій, які виникають з якістю, а також для відстеження проблем безпеки та технічного обслуговування. Здатність "розумної фабрики" прогнозувати майбутні результати на основі раніше отриманих результатів та даних, що надходять в реальному часі, може покращити роботу, продуктивність, якість та безпеку. У саму систему "розумної фабрики" керівники підприємств можуть інтегрувати, наприклад, технологію цифрових двійників, отримуючи можливість відцифрувати операції та виходити за рамки автоматизації й інтеграції на рівні можливостей прогнозування.

Гнучкість дозволяє "розумній фабриці" адаптуватись до змін графіка та продукту з мінімальним втручанням. Також, в залежності від того, який продукт виробляється, удосконалені "розумні фабрики" можуть самостійно налаштувати обладнання та подачу матеріалів, планувати зміни, а потім відстежувати вплив цих змін у режимі реального часу. Крім того, гнучкість системи дозволить збільшити час роботи і прибуток фабрики за рахунок мінімізації внесених змін та завдяки гнучкому плануванню.

Зазначені переваги забезпечують керівникам підприємств більшу прозорість відносно їх активів і систем та дозволяють швидше вирішувати проблеми, ніж ті, з якими стикаються більш традиційні виробничі структури. І це в кінцевому підсумку призводить до підвищення продуктивності та більш оперативного реагування на коливання умов з боку постачальників і клієнтів (споживачів).

Впровадження інноваційних процесів у підприємницьку діяльність, особливо таких великих, як концепція "розумної фабрики" є проблематичним за рахунок значних капіталовкладень, що сприяють формуванню трьох проблемних груп:

1. Персонал. Персоналу фабрики часто не вистачає загального бачення та розуміння впровадження "розумних фабрик".

2. Технології. Дуже складний процес узгодження технологій і систем "розумної фабрики", яка ускладнює процес оцінки потенційної вигоди, створює дисбаланс в обґрунтуванні для формування і розвитку «розумної фабрики».

3. Бізнес-процеси. Слід зазначити, що керівники підприємств стикаються з труднощами, які пов'язані зі зміною традиційних процедур і робочих процесів для впровадження й реалізації цифрової трансформації.

Висновки та пропозиції. Узагальнюючи вище сказане, зазначимо, що підприємства, які досягли успіху із впровадженням "розумних фабрик", можуть збільшити виробництво продукції й вартості за рахунок зниження витрат на виробництво, підвищення якості та гнучкості, а також скорочення часу виходу продукції на ринок.

Список використаних джерел

1. Smart factory market - growth, trends, covid-19 impact, and forecasts (2021 - 2026). URL: <https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/smart-factory-market> (Last accessed: 25.10.2021).

2. «SMART» парадигма як основа визначення: розумна організація, розумна компанія, розумна фабрика. URL: <https://aei.org.ua/smart-paradigma-yak-osnova-viznachennya-ro/> (дата звернення: 25.10.2021).

3. Polischuk S., Rospopchuk T. The impact of digitalization on changing business models of enterprises. Економічний вісник НТУУ "КПІ". 2021. № 18. URL: <file:///C:/Users/%D0%98%D0%BD%D0%BD%D0%B0/Desktop/1.pdf> (дата звернення: 25.10.2021).

**СОЦІАЛЬНО-КОМПЕТЕНТНЕ УПРАВЛІННЯ
КОРПОРАЦІЯМИ В УМОВАХ ПОВЕДІНКОВОЇ
ЕКОНОМІКИ**

Збірник наукових праць

Частина II

Друкується в авторській редакції.
Відповідальність за інформацію, викладену в публікаціях несуть автори.

Коректор:
Л.В. Шостак
Технічний редактор:
Л.В. Шостак

Видавник: Європейський інститут безперервної освіти,
Подгайська, Словацька республіка.

Наклад: 350 екземплярів.

© Європейський інститут безперервної освіти, 2021
© Волинський національний університет ім. Лесі Українки, 2021
© Костянтин Павлов, Олена Павлова,
Людмила Шостак, Тетяна Букорос,
Йозеф Зяцько, 2021

**SOCIALLY COMPETENT MANAGEMENT OF CORPORATIONS IN BEHAVIORAL
CONDITIONS ECONOMICS**

Collection of scientific papers

Chapter II

Published in the author's edition.

The authors are responsible for the information contained in the publications.

Corrector:
L.V. Shostak
Technical editor:
L.V. Shostak

Publisher: European institute of further education,
Podhajska, Slovak Republic.

© European institute of further education, 2021
© Volyn National University named after Lesy Ukrainian, 2021
© Konstantin Pavlov, Elena Pavlova,
Ludmila Shostak, Tatiana Bukoros,
Josef Zyatko, 2021



VÝCHODOEURÓPSKA AGENTÚRA PRE ROZVOJ n.o.
EASTERN EUROPEAN DEVELOPMENT AGENCY n.o.
www.eeda.sk

EUROELITE
★★★★ GROUP ★★★★★



EURÓPSKY INŠTITÚT DALŠIEHO VZDELÁVANIA
EUROPEAN INSTITUTE OF FURTHER EDUCATION

Editorial Office Address:
European institute of further education
Za Humnami č. 508/28,
941 48 Podhájska, Slovak Republic

Phone: +421 905 450 765
IČO: 42334390, DIČ: 2023768912

eidv@eidv.eu
www.eidv.eu

