



Міністерство освіти і науки України  
Головне управління статистики у Харківській області  
Брєсцкі дзяржаўны тэхнічны ўніверсітэт  
(Рэспубліка Беларусь)

Український державний університет залізничного транспорту  
Національний технічний університет  
«Харківський політехнічний інститут»  
ГО «Лабораторія креативних ідей»  
**ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
БУДІВНИЦТВА ТА АРХІТЕКТУРИ**

## **МАТЕРІАЛИ**

*XII Міжнародної*

*науково-практичної конференції*

**«Європейський вектор модернізації економіки:  
креативність, прозорість та сталий розвиток»**

**27-28 травня  
2020 року**

**ХАРКІВ 2020**

Міністерство освіти і науки України  
Головне управління статистики у Харківській області  
Wyższa Szkoła Zarządzania i Administracji w Opolu (Polska)  
Katowice School of Technology (Polska)  
School of Economics and Management in Public Administration in Bratislava (Slovakia)  
Deutsche Angestellten-Akademie (Deutschland)  
Брэсцкі дзяржаўны тэхнічны ўніверсітэт (Рэспубліка Беларусь)  
Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»  
Український державний університет залізничного транспорту (м. Харків)  
Громадська організація «Лабораторія креативних ідей»  
Бердянський державний педагогічний університет  
Одеський національний економічний університет  
**Харківський національний університет будівництва та архітектури**

## МАТЕРІАЛИ

*XII Міжнародної науково-практичної конференції*  
**«Європейський вектор модернізації економіки:  
креативність, прозорість та сталий розвиток»**

**27-28 травня 2020 року**

**Харків 2020**

Редакційна колегія:

Калініченко Л.Л. – голова, проф., д-р екон. наук;  
Смачило В.В. – проф., канд. екон. наук;  
Халіна В.Ю. – доц., канд. екон. наук;  
Шуміло О.С. – доц., д-р екон. наук.

Матеріали XII Міжнародної науково-практичної конференції «Європейський вектор модернізації економіки: креативність, прозорість та сталий розвиток» містять результати досліджень науковців з актуальних проблем модернізації національної економіки за європейським вектором розвитку на принципах прозорості, креативності, стабільності.

Матеріали адресовані науковцям, фахівцям-практикам, аспірантам, магістрантам і всім читачам, хто цікавиться питаннями креативної економіки, стартап рухів, ресурсозбереженням та енергоефективністю, безпекою соціально економічних систем, інструментами забезпечення прозорості публічного сектору економіки держави.

Матеріали представлені в авторській редакції. Редакційна колегія не несе відповідальності за достовірність статистичної та іншої інформації, яку надано в рукописах, а також коректність цитованості матеріалу, і залишає за собою право не розподіляти поглядів деяких авторів на ті чи інші питання, які розглянуті на конференції.

Матеріали XII Міжнародної науково-практичної конференції «Європейський вектор модернізації економіки: креативність, прозорість та сталий розвиток». – Харків: ХНУБА, 2020. – 567 с.

# **ВСТУПНЕ СЛОВО ПРИ ВІДКРИТТІ XII МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ «ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ВЕКТОР МОДЕРНІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ: КРЕАТИВНІСТЬ, ПРОЗОРИСТЬ ТА СТАЛИЙ РОЗВИТОК»**

## **Шановні учасники конференції!**

Глобалізація та виклики VUCA (volatility (нестабільність), uncertainty (невизначеність), complexity (складність), ambiguity (неоднозначність) середовища гостро підіймають питання сталості розвитку соціально-економічних систем на засадах креативності та прозорості.

Вітчизняна економіка, яка представлена великою кількістю різноманітних організацій, стикається із викликами світового масштабу в тій самій мірі, а навіть і сильніше через національні особливості. Яскравим прикладом глобального виклику, який змінив світ, стала пандемія, викликана COVID-19. І, відповідно, всі учасники економічних відносин повинні переосмислити свої існування та стратегії розвитку на всіх рівнях господарювання. Вважаємо, що врахування принципів сталості, креативності та прозорості стане запорукою не лише виживання, а й розвитку. Саме тому напрацювання в цій сфері, їх публічне обговорення та визначення подальших кроків є важливим та необхідним для тріади «держава-бізнес-громадянське суспільство», що обумовлює ініціювання та проведення конференцій такого рівня та спрямованості.

Міжнародна науково-практична конференція «Європейський вектор модернізації економіки: креативність, прозорість та сталий розвиток» ініційована кафедрою економіки Харківського національного університету будівництва та архітектури та є традиційним майданчиком для обговорення актуальних питань протягом багатьох років.

У збірнику матеріалів конференції розкрито результати актуальних наукових досліджень представників різних сфер – науковців й молодих вчених вітчизняних та іноземних закладів освіти, публічних та державних діячів, представників громадськості та бізнесу за ключовими напрямками:

- креативна економіка та підприємництво: стан та перспектив розвитку, дослідження в цій сфері присвяченні проблематиці розвитку підприємництва, в тому числі стартап-руху, малого та середнього підприємництва, на засадах креативності;
- інструменти забезпечення прозорості публічного сектору – висвітлено напрацювання щодо розвитку публічних закупівель, співпраці влади, бізнесу та громадськості на засадах прозорості та відкритості;
- сталий розвиток економічних систем – охоплено питання розвитку економічних систем на засадах сталості, соціальної відповідальності із врахуванням Цілей сталого розвитку.

Хочемо подякувати за участь та співпрацю всім учасникам та організаторам як новим, так і нашим старим друзям. Висловлюємо щирю вдячність нашим постійним партнерам та співорганізаторам: ТДВ «Житлобуд-2», ГО «Лабораторія креативних ідей», Головне управління статистики у Харківській області, Український державний університет залізничного транспорту, Національний технічний університет «ХПІ», Бердянський державний педагогічний університет; нашим закордонним учасникам та співорганізаторам з Польщі, Словаччини, Білорусі, Німеччини.

Маємо надію, що ідеї, результати та атмосфера конференції надихне вас на нові звершення, стане драйвером вашого успіху та забезпечить сталий розвиток кожного з нас, наших організацій, регіонів та держави в цілому.

**З ПОВАГОЮ ТА ВДЯЧНІСТЮ,**

**ОРГКОМІТЕТ КОНФЕРЕНЦІЇ**



## ПЛЕНАРНЕ ЗАСІДАННЯ

### РИЗИКИ ПРОЄКТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ (НА ПРИКЛАДІ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОЄКТУ ЖАН МОНЕ МОДУЛЬ)

Канд. екон. наук, доц. Миколенко О. П., канд. екон. наук, доц. Страпчук С. І.  
*Національний фармацевтичний університет,*  
д-р іст. наук, доц. Миколенко Д. В.  
*Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна*

На всіх етапах реалізації проєкту існують загрози, які можуть призвести до зниження ефективності. Неприємності можуть чекати будь-який проєкт. Китайський філософ Конфуцій говорив: «Того, хто не замислюється про далекі труднощі, неодмінно чекають близькі неприємності». Це означає, що планування, хоч воно і непопулярне сьогодні, приносить свої результати, а розуміння моделей і типів ризику, може заощадити час і ресурси.

Є багато типових проєктних ризиків, проте виділимо найтипівіші, притаманні невеликим освітнім проєктам, які отримують грантове фінансування. Виділимо дев'ять основних ситуацій і загроз, які можуть знизити цінність результатів. Вони об'єднуються в три групи.

1. Проєкт не опрацьований, не узгоджений з ключовими учасниками, які мають вплив на його реалізацію. Не зафіксовані відповіді на ключові питання. Навіщо потрібен проєкт? На які активності надано фінансування? Не зрозуміло зацікавленим сторонам ефекти від його реалізації в організації.

2. Команда проєкту. Це особливо важливий аспект упродовж реалізації. З одного боку, отримання фінансування потребує учасників зі значним науковим потенціалом та надбанням. З іншого боку, реалізація освітнього проєкту потребує командної роботи, проте учасники, включені у заявку, мають відповідні навички. Стратегія ж у більшості учасників – «сидимо і чекаємо поки хтось скаже». Пасивність, неготовність брати на себе відповідальність і йти вперед без настанов. Ще один притаманний ризик: члени команди не можуть виконати більшість завдань проєкту. Учасники не розуміються на можливостях проєкту та особливостях реалізації в освітньому середовищі. Або ще один варіант ситуації: члени команди не прагнуть виконувати завдання проєкту. Учасники – компетентні, але вони не розуміють, чому саме їм потрібно займатися завданнями, особливо якщо у них є основна робота. Крім того, до цієї групи ризиків можна віднести неготовність учасників команди навчатися і отримувати нові додаткові знання та навички у сфері оподаткування, права і менеджменту, що спроможні забезпечити кращу реалізацію проєкту.

3. Прийняття рішень. Зацікавлені сторони (спонсори) проєкту затягують процес прийняття рішень. Це одне з найпоширеніших явищ. Рішення є очевидними, необхідними, іноді нагальними, але їх прийняття затримується. Іноді прийняття рішень блокується конфліктами між топ-менеджерами та членами команди. Наша «візантійська» система управління сама по собі породжує ці конфлікти у великій кількості. Наступною проблемою може бути те, що ключові рішення щодо реалізації проєкту часто і некеровано змінюються. Зміни – це нормально, але вони мають бути керованими. На жаль, це дуже часте явище, особливо щодо рамок проєкту. Є навіть спеціальний термін – score creep, тобто неконтрольоване розповзання меж проєкту.

Таким чином, ми запропонували систематизацію загроз і ризиків проєктної діяльності. Знання їх особливостей і розуміння природи, з нашої точки зору, спроможні нівелювати ситуації, що заважають успішній реалізації проєкту.

## DOGODNOŚĆ KOMUNIKOWANIA SIĘ - PRZYKŁADY PROGRAMÓW MOBILNYCH

Władysław Wornalkiewicz  
Wyższa Szkoła Zarządzania i Administracji w Opolu, Polska

Określenie aplikacja mobilna oznacza oprogramowania działające na urządzeniach przenośnych. Aplikacje mobilne można podzielić na: samodzielne – działające bez dostępu do Internetu; klienckie – na potrzeby klienta, łączące z odpowiednim serwerem przez Internet; internetowe – w postaci stron mobilnych; gry komputerowe. Urządzenia mobilne są sprzedawane z podstawowymi programami, a należą do nich: przeglądarka internetowa, klient poczty elektronicznej, kalendarz, mapy i aplikacja do nabywania multimediiów<sup>1</sup>. Aplikacje dodatkowe, które chcemy zainstalować dostępne są w tzw. sklepach internetowych i pracują w środowisku mobilnych systemów operacyjnych, w tym przede wszystkim w Google Play, Apple AppStore, Windows Phone Store i BlackBerryApp World. Treści ze sklepu są przeznaczone do korzystania za pomocą urządzeń działających pod kontrolą systemu operacyjnego Android. AppStore stanowi platformę dystrybucji cyfrowej z aplikacjami dla iPada, iPhone'a oraz iPodatouch firmy Apple Inc<sup>2</sup>. Zażłdnijmy teraz do przykładowej darmowej aplikacji mobilnej zwanej DiDi, popularnej na rynku chińskim<sup>3,4</sup>. Umożliwia ona zamówienie taksówki, skorzystanie z przejazdu busem, a nawet wypożyczenie samochodu.

Tworzenie oraz sprzedawanie aplikacji na urządzenia mobilne w zakresie wspomagania pracy na różnych stanowiskach procesu zarządzania jest obecnie intratnym biznesem. Prace nad aplikacją dedykowaną rozpoczynają się od wykonania specyfikacji, a następnie opracowania projektu tzw. UX/UI, po czym aplikację umieszcza się w odpowiednim sklepie internetowym. Na uwagę zasługuje integracja zbudowanej przez firmę appcreoaplikacji mobilnej z CRM oraz systemami sprzedażowymi. Aplikacje mobilne hybrydowe to połączenie rozwiązań aplikacji natywnej i webowej. Można je dopasować do telefonów, tabletów z uwzględnieniem rozdzielczości ich ekranów. Wymienione dalej przykładowe aplikacje dedykowane, zorientowane są branżowo na potrzeby małych firm:

*Kominiarczyk-app.pl* – ułatwia pracę kominiarzom,  
*DiscoverEver*- wykorzystujedrukowane reklamy do odkrycia dodatkowego *contentu*,  
*Lupus*-porównywarka ofert,  
Cukiernia Ania,  
*Insur Invest*- zakup ubezpieczeń przez klientów,  
MOTOEXPERT- aplikacja dla firmy zajmującej się likwidacją szkód komunikacyjnych,  
AUTOPOMOC24-zastosowano technologię GPS do wyszukiwania pomocy drogowej, holowania, wulkanizacji w promieniu 30 km od obecnej lokalizacji.

Istotnym krokiem w procesie w procesie projektowania komunikacji za pośrednictwem urządzeń mobilnych jest wybór technologii za pomocą której realizowane będą cele biznesowe. Spośród publikacji internetowych, z szeroko pojętej logistyki, warto zapoznać się z tekstem Jasiukiewicza „*Aplikacje mobilne jako innowacyjne narzędzie promocji marki w opinii konsumentów*”<sup>5</sup>, a także z opracowaniami dotyczącymi technologii mobilnej: „*Rozwiązania cloudcomputing w logistyce: stan obecny i tendencje rozwojowe*”<sup>6</sup>,

<sup>1</sup> W niniejszym skrócie zabazowano na szerszym opracowaniu autora zawartym w monografii indywidualnej „*Implementacja informatyczna wybranych metod ilościowych*”, Wydawnictwo DENAKYR, Bratysława 2020.

<sup>2</sup>[https://pl.wikipedia.org/wiki/App\\_Store](https://pl.wikipedia.org/wiki/App_Store), dostęp: 31.07.2019.

<sup>3</sup><https://www.chinskiraport.pl/blog/chinskie-aplikacje-mobilne/>, dostęp: 30.07.2019.

<sup>4</sup><https://play.google.com/store/search?q=DiDi>, dostęp: 30.07.2019.

<sup>5</sup>[https://scholar.google.pl/scholar?q=aplikacje+mobilne+logistyka&hl=pl&as\\_sdt=0&as\\_vis=1&oi=scholartzia](https://scholar.google.pl/scholar?q=aplikacje+mobilne+logistyka&hl=pl&as_sdt=0&as_vis=1&oi=scholartzia), dostęp: 31.07.2019.

<sup>6</sup><https://yadda.icm.edu.pl/baztech/element/bwmeta1.element.baztech-d2d11766-36c9-41b1-a98a-a12d20e6356c>, dostęp: 31.07.2019.

„Rejestracja zachowań komunikacyjnych w czasie rzeczywistym jako wsparcie organizacji i zarządzania transportem”<sup>7</sup>.

Coraz częściej przedmiotem publikacji naukowych z zakresu logistyki jest telematyka, zwłaszcza dotycząca urządzeń rejestrujących i monitorujących zainstalowanych w samochodach ciężarowych. Dużymi krokami wkracza telematyka do obsługi ruchu nowoczesnych miast, a element zainteresowania tą problematyką spotykamy w publikacji: „Telematyka w logistycznym zarządzaniu transportem w miastach”<sup>8</sup>. Na rynku polskim w zakresie logistyki miejskiej wkraczają nowe rozwiązania dotyczące logistyki przewozów. Przykładowo we Wrocławiu wdrożono system teleinformatyczny o nazwie Uber<sup>9</sup>. Coraz częściej produkowane wyroby gotowe mają znamiona pewnej inteligencji, wyręczając po części użytkownika z niektórych czynności. Mogą one wejść w system zintegrowany np. inteligentnego budynku i na bieżąco informować o stanie jego sprawności.

Potrzeby dotyczące projektowania aplikacji mobilnych spotykamy w publikacji internetowej Rogi<sup>10</sup>. Nadmieniamy, że na świecie jest już ponad pięciokrotnie więcej urządzeń mobilnych niż desktopów, a niemal 25% użytkowników korzysta wyłącznie z urządzeń mobilnych do przeglądania sieci. Największe polskie serwisy rejestrują w przybliżeniu 50% ruchu właśnie ze smartfonów, tabletów i innych urządzeń mobilnych. Dodam, że można wyróżnić trzy podstawowe platformy projektowe w tworzeniu aplikacji mobilnych: *Google Material Design*<sup>11</sup>, *iOS Human Interface Guidelines*<sup>12</sup>, *Windows Design*<sup>13</sup>. W projektowaniu aplikacji mobilnych stosuje się jeszcze inne pomoce programistyczne wymienione w publikacji „15 prostych narzędzi do tworzenia biznesowych aplikacji”<sup>14</sup>. Tworzenie bowiem aplikacji na smartfony i tablety nie należy do łatwych zadań programowych i z tego względu korzysta się np. z *AgilePoint NX*, *AppianQuickApps* oraz *BizAgi BPM Suite*. Stosowana również *ServiceNow Platform* to aplikacja dla firm korporacyjnych, która pomaga dużym przedsiębiorstwom w strukturyzacji i automatyzacji przepływu pracy, zarządzaniu danymi i zasobami oraz we wdrażaniu aplikacji w *chmurze*. Ciekawym uzupełnieniem poznawczym dla projektującego aplikacje mobilne, jest publikacja Adamczewskiego pt. „*E-logistyka ery noweconomy*”<sup>15</sup>. Zwrócono tu uwagę na upowszechnianie się tzw. III platformy informatycznej określonej w skrócie SMAC (*Social, Mobile, Analytics, Cloud*). Dodam, że firmy produkcyjne i handlowe dla poprawy swego wizerunku i sprawności działania coraz chętniej sięgają po nowoczesne narzędzia i technologię informacyjną, w tym zastosowanie aplikacji mobilnych.

W dużych przedsiębiorstwach spedycyjnych zachodzi potrzeba zarządzania flotami mieszanymi, gdzie własne pojazdy wyposażone są w telematykę pokładową, natomiast flota podwykonawców w aplikacje mobilne. Wykorzystując zaawansowane aplikacje mobilne menedżer może bezpośrednio planować wysyłki swoim kierowcom, a oni mogą obserwować plan dnia. Ponadto kierujący przewozami może zaglądnąć do zestawień analityki biznesowej.

<sup>7</sup><https://www.czasopismologistyka.pl/artykuly-naukowe/send/334-artykuly-na-plycie-cd-2/8166-sierpinski-celinski-staniek-druk>, dostęp: 31.07.2019.

<sup>8</sup><https://www.czasopismologistyka.pl/artykuly-naukowe/send/199-artykuly-na-plycie-cd/246-artikul>, dostęp: 31.07.2019.

<sup>9</sup><https://en.wikipedia.org/wiki/Uber>, dostęp: 10.07.2019.

<sup>10</sup><https://blog.eduweb.pl/projektowanie-aplikacji-mobilnych-co-musisz-wiedziec-jak-zaczac/>, dostęp: 10.08.2019.

<sup>11</sup><https://design.google.com/resources/#material-design-guidelines>, dostęp: 10.08.2019.

<sup>12</sup><https://developer.apple.com/library/ios/documentation/UserExperience/Conceptual/MobileHIG/>, dostęp: 10.08.2019.

<sup>13</sup><https://dev.windows.com/en-us/design>, dostęp: 10.08.2019.

<sup>14</sup><https://www.pcworld.pl/ranking/15-prostych-narzedzi-do-tworzenia-biznesowych-aplikacji-na-smartfony,406743.html>, dostęp: 10.08.2019.

<sup>15</sup>Piotr Adamczewski, *E-logistyka ery noweconomy*, Wyższa Szkoła Bankowa w Poznaniu, PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ I ZARZĄDZANIE 2016, Wydawnictwo SAN, Tom XVII, Zeszyt 12, Część I, strony: 9-21.

Przykładowo *FleetXps* – na platformę Android, przeznaczony jest do wspomagania pracy dyspozytora i kierowców, który pod względem funkcjonalności odpowiada komputerowi pokładowemu CarCube. Przyzwyczailiśmy się już do sprawnego przesyłania i odbioru przesyłek przez kurierów, dysponujących tabletami, na których składany jest podpis elektroniczny. Obecnie występuje duża różnorodność aplikacji mobilnych na podstawie platform systemów operacyjnych. Jak się wydaje, po integracji z systemami produkcji, handlu czy też podstawowych funkcji zaopatrzenia i dystrybucji, technologia informacyjna klasy *e-logistyka* będzie normalnością, w tym w użytkowaniu zarówno przez dyspozytorów jak i kierowców wielu firm ekspedycyjno-transportowych.

## **MONITORING DES TRANSAKTIONSSEKTORS UND WIRTSCHAFTSTRANSPARENZ**

Dvorkin Sergiy  
*Deutsche Angestellten – Akademie, München*

Die Problematik der Wirtschaftstransparenz und ihrer Sicherung sowie Entwicklung kann, unserer Meinung nach, teilweise gelöst werden, wenn man die Messbarkeit dieser Transparenz sichert.

Wichtige Rolle spielen in diesem Zusammenhang die Forschungen der sog. Transaktionskosten. Die Transaktionskosten sind die Kosten, die unvermeidbar beim Funktionieren der Wirtschafts- und Gesellschaftsinstitutionen sind. Die Institutionen versteht man da als die Spielregeln in der Wirtschaft (s. D. North [1]). Das heißt, dass die oben genannten Transaktionskosten (weiter – Kosten) als praktisch den Preis der Sicherung dieser Spielregeln dargestellt werden können.

Logischerweise entsteht die Frage, wie diese Kosten man messen kann und ob es überhaupt möglich ist. Der erste tatsächliche Versuch, diese Kosten zu messen, war ein Versuch von J. Wallis und D. North, die für die Schätzung der Kosten auf dem Makroniveau einen Begriff der *Transaktionssektor* (transaction sector) einführten [2]. Dieser Sektor besteht aus Branchen, die völlig bzw. teilweise Transaktionen auf dem Markt gewährleisten.

Aufgrund der Daten über die Gehälter der Arbeitnehmer, die diese Branchen angehen, versuchten J. Wallis und D. North, die Höhe der Gesamttransaktionskosten zu messen. Das größte Nachteil dieser Methodik liegt darin, dass sie keine Mikrofaktoren (z.B. organisatorische) in Anspruch nimmt.

Unserer Meinung nach, falls es um die Kosten auf dem Makroniveau geht, muss Entwicklung der Wirtschaft zu Erhöhung der Gesamtkosten führen. Infolgedessen können wir die Transparenz der Wirtschaft, ihre „Transaktionsfähigkeit“ auch mithilfe der Beobachtung der „Größe“ des Transaktionssektors messen und absichern. Wenn diese Messbarkeit des o.g. Sektors sichergestellt werden kann, nennen wir solch eine Beobachtung „*Monitoring des Transaktionssektors*“. Je entwickelter des Transaktionssektor ist, desto transparenter (ceteris paribus) ist die Wirtschaft.

Die Methodik von Wallis – North kann aber mit großen Schwierigkeiten in der Ukraine verwendet werden. Das hat in erster Linie mit den Besonderheiten der ukrainischen Statistik zu tun. I.-S. Koropetsky [3] modifizierte die ursprüngliche Methodik.

Die Hauptfaktoren, die Verwendung der ursprünglichen Methodik von Wallis – North in der Ukraine erschweren, sind wie folgt:

- 1) es gibt keine Differenzierung zwischen dem Staatssektor und dem Dienstleistungssektor;
- 2) berufliche Statistik ist momentan in der Tat nicht vorhanden;
- 3) wesentlicher Einfluss der Inflationsfaktoren, die Zeitvergleich zusätzlich schwer machen.

I.-S. Koropetsky wählte drei Branchen der ukrainischen Wirtschaft, die sich ausschließlich mit Transaktionsdienstleistungen beschäftigen: Handel, Kommunikation und Finanzierung – Kredit – Versicherung. Diese Branchen haben Statistik, die ist relativ gut zeitlich vergleichbar, manchmal aber aus Inflationsgründen nicht immer unmittelbar verwendbar.

Gewisse Vorstellung über die Entwicklung des Transaktionssektors kann man mithilfe von dem Vergleich der Daten bezüglich der Transaktionsbranchen in gut entwickelten Staaten und in den ehemaligen sozialistischen Staaten bekommen. Die Entwicklung kann aufgrund der Mitarbeiteranzahl in drei Branchen pro 1000 Bewohner des Landes eingeschätzt werden.

Zusammenfassend kann man zwei Methodiken beim Monitoring des Transaktionssektors verwenden:

- „direkte“ Methodik (nach Wallis – North), die absolute Größe des Transaktionssektors liefert;

- „indirekte“ Methodik, (nach Koropetsky), die Größe des Transaktionssektors über die Koordinationszahlen (Mitarbeiteranzahl in den Transaktionsbranchen pro 1000 Bewohner des Landes) einschätzt.

Literatur: 1. North D. Institutions, Institutional Change, and Economic Performance. Cambridge University Press, Cambridge 1990. 2. Wallis J. J., North D. C. Measuring the Transactional Sector in the American Economy, 1870-1970. In Long-Term Factors in American Economic Growth / Stanley L. E, and Robert E. G. eds.: Chicago: The University of Chicago Press, 1986. - 678 p. – P.21. 3. Коропецький І.-С. Економічні праці. – К.: Смолоскип, 1998. – 416 с.

**СЕКЦІЯ 1**  
**КРЕАТИВНА ЕКОНОМІКА ТА ПІДПРИЄМНИЦТВО:**  
**СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ**

**THE ESSENCE OF DEFINING THE TERM "CREATIVE INDUSTRIES"**

Doctor of Economic Science, Professor,  
head of the department of management and public administration Avanesova N.  
*Kharkiv National University of Civil Engineering and Architecture*  
PhD student of the department of economics Serhiienko Y.  
*Kharkiv National University of Civil Engineering and Architecture*

The concept of creative industries is a broad category that includes artistic events, cultural institutions, cultural industries and other creative activities based on individual creativity, including industries that use new technologies (eg, new media) in creative activities.

The terms “creative industries / industries” or “creative sector”, translated into Ukrainian as creative industries, are terms used interchangeably in the literature, which follows from the lack of a single universal definition. At the state level, the term "creative industries" first appeared in the 1990s in Britain, where in 1997 the newly elected Labor government decided to try to identify and assess their direct impact on the British economy and set up the Department of Culture, Media and Sport. as an interdisciplinary team of Creative Industries Task Force. Based on a study published in 1994 by the Australian Government's Creative Nation and invited by a group of leading creative entrepreneurs, the Department published Creative Industry - Cartographic Document 1998, [2] which was the first systematic attempt to identify and measure the creative sector. Defined as “those industries that have their origins in individual creativity, skill and talent, and that have the potential to create well-being, jobs through the production and use of intelligence property. ” The Creative Industries Mapping Document contained 13 items that created the creative sector in the UK. These areas include software and computer services, design, publishing market, television and radio, music, film and video art and antique market, advertising, architecture, interactive free software, clothing design, performing arts and crafts.

J. Potts and S. Cunningham tried to determine the impact of creative industries on the economy and noted four models that describe the relationship between the creative industries and the rest of the economy:

1. An incentive model in which the creative sector is first seen as a burden on the economy because it consumes more resources than it generates positive effects.
2. Competitive model. Creative industries in this model are not considered important sectors of the economy. Their development does not have much impact on the economy.
3. Growth model. Creative industries have an active positive influence on the development and growth of the general economy. It is assumed that the creative sector provides new solutions that are used in other sectors of the economy. Thus, the authorities in their actions should pay special attention to the development of the sector in question, because it is the engine of the whole economy and is not only a producer of socially useful goods, as a result of the first model.
4. Innovative model. Unlike models 1-3, an innovative model is defined. Creative industries are seen as “a kind of economic system of the highest order, which operates over the classically conceived economy. Implemented projects - this means special projects ”[3].

This view of the creative sector indicates its active participation in the creation and coordination of changes in the knowledge base of economic processes. The difference between the innovation model and other approaches is that participation in the created economic value is not taken into account, but the focus is on the contribution of the creative sector to the coordination of new technologies, and therefore - the formation of the change process. In contrast to the traditional understanding of culture, which assumes that value achievements have been achieved in the past,

the concept proposes to consider culture as a public good in a dynamic environment where the value of the creative sector of the development of accumulated knowledge is based.

References: 1. UNESCO, *Creative Economy Report 2013*: website. URL:<https://en.unesco.org/creativity/activities/creative-economy-report> (appeal date: 12.05.2020). 2. Creative Industries Mapping Document 1998. *GOV.UK*: website. URL: <https://www.gov.uk/government/publications/creative-industries-mapping-documents-1998> (appeal date: 18.05.2020). 3. UNCTAD, *Creative Economy Outlook and Country Profiles: Trends in international trade in creative industries, 2015*: website. URL: [http://unctad.org/en/PublicationsLibrary/webditcted2016d5\\_en.pdf](http://unctad.org/en/PublicationsLibrary/webditcted2016d5_en.pdf) (appeal date: 18.05.2020).

## **THE PRINCIPLES OF MECHANISM FUNCTIONING OF DEVELOPMENT SUPPORT OF SMALL BUSINESS REGIONAL INFRASTRUCTURE**

PhD in Economics, Docent Danyleichuk R. B.  
*Ivano-Frankivsk National Technical University of Oil and Gas*

The mechanism of support for the development of regional small business infrastructure is based on the legal framework of the respective country, as well as the economic potential of the respective macro- and mesolevel systems [1, p. 151].

An effective mechanism for supporting the development of regional small business infrastructure allows the implementation of the goals and objectives facing the state (represented by its central and regional levels) to meet the needs of society in small business as a socio-economic phenomenon [2].

The main forms of support for the development of small business infrastructure include:

- a) regulatory regulation (establishment of legal norms for carrying out the activity of infrastructure entities);
- b) economic incentives (introduction of economic regulatory levers that have a positive impact on the performance of market infrastructure entities);
- c) informing (providing timely and objective information to the entities of the infrastructure, which is very important for achieving business success, accomplishing the tasks set);
- d) counseling (answering questions or solving problematic situations).

The principles of functioning of the mechanism for supporting the development of regional small business infrastructure are important. Principles are, on the one hand, the basic, initial provisions of any theory, the basic rules of activity, and on the other hand – established, established, generally accepted, widespread rules of economic action and properties of economic processes.

Against this background, and taking into account the author's position on the concept of “mechanism for supporting the development of regional small business infrastructure” [3], we can propose the following definition: rules for organizing the functioning of the elements of the mechanism for supporting the development of small business regional infrastructure in their interaction and totality, at all its stages (stages)”. Among the above principles we can distinguish the following [4-6]: unity, reality, periodicity, systematic, scientific, transparency, economy, efficiency.

Due to the principle of unity, the mechanism for supporting the development of regional small business infrastructure is implemented as a set of two inseparable components – the mechanism of functioning of the infrastructure itself and the mechanism of functioning of small business.

The principle of reality means that it is about implementing a mechanism to support the development of regional small business infrastructure in a real (rather than seeming) market environment in which both market forces and elements of state regulation and self-

regulation operate. That is, the effect of this mechanism must take into account real economic phenomena and processes in economic system, otherwise it will be “unrealistic”.

Due to the principle of periodicity, the mechanism for supporting the development of regional small business infrastructure makes it possible to provide services (infrastructure services) at a certain fixed time, or at a certain fixed period of time. This is very important because small businesses in different territories are developing unevenly. Also of great importance is the seasonality factor as well as the impact of the mesoeconomic environment.

The principle of systematic means that the elements of the mechanism for supporting the development of regional small business infrastructure should form a rational hierarchical system (a set of systems, subsystems), which will most effectively achieve the goals and objectives of entrepreneurship support policy in the state and its regions.

According to the scientific principle, the mechanism for supporting the development of regional small business infrastructure should operate on the basis of modern scientific and methodological provisions of economic science, including planning, organization, management, execution, accounting, audit, reporting and other procedures [7, p. 55-57].

The principle of transparency means that the mechanism of support for the development of regional small business infrastructure should ensure timely communication to the public and small business entities of market information about services provided at specified intervals and at a cost (or free of charge) to the elements of the infrastructure.

In accordance with the principle of economy, the mechanism of support for the development of regional small business infrastructure should be oriented to the selection of the most favorable (economic) directions of realizing the infrastructure potential of small business.

The principle of efficiency means that the costs of operating a mechanism to support the development of regional small business infrastructure must be consistent with the volume and time of the effect obtained.

In general, it should be noted that one of the most urgent tasks in the development of small business is to improve the mechanisms of formation and development of infrastructure at national and regional levels.

Literature: 1. Яцюк О. С. Передумови розвитку підприємництва на регіональному рівні / О. С. Яцюк // Проблеми та перспективи розвитку підприємництва: Матеріали X Міжнародної науково-практичної конференції (м. Харків, 25 листопада 2016 року). – Х.: ХНАДУ. Т. 1. – С. 150-152. 2. Національна програма сприяння розвитку малого підприємництва в Україні // Урядовий кур'єр. – 2001. – № 11. – С. 8. 3. Данилейчук Р. Б. Формування та розвиток інфраструктури малого бізнесу на регіональному рівні (на прикладі Івано-Франківської області) [монографія] / Р. Б. Данилейчук, В. С. Король // Луцьк: ВІЕМ, 2011. – 168 с. 4. Данилейчук Р. Б. Основні напрями вдосконалення державного регулювання процесів інтеграції у галузі підприємства / Р. Б. Данилейчук // Інноваційна економіка. – 2010. – №1 (15). – С.220-224. 5. Макаренко М. В. Концептуальні основи управління конкурентоспроможним розвитком регіонів / М. В. Макаренко // Актуальні проблеми економіки. – 2011. – № 9. – С. 178-184. 6. Данилейчук Р. Б. Роль держави у формуванні об'єктів інфраструктури малого підприємства в Україні / Р. Б. Данилейчук, В. С. Король // Ринок аудиторських послуг в Україні: стан і перспективи розвитку [Збірник матеріалів Міжнародної науково-практичної конференції]. – Івано-Франківськ. – 2010. – С.212-214. 7. Яцюк О. С. Смарт-спеціалізація розвитку регіону як важливий напрям підвищення його конкурентоспроможності та інноваційної активності / О. С. Яцюк // Науковий вісник Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу (серія “Економіка та управління в нафтовій і газовій промисловості”). Вип. 2 (18). – Івано-Франківськ: ІФНТУНГ. – 2018. – С. 54-60.



## **DEVELOPMENT OF THE INTERNET SPACE IN THE REPUBLIC OF BELARUS BASED ON VENTURE INVESTMENT**

Student Drozd E.V., head Perepechko N.N.  
*Belarusian national technical University*

The venture capital investment system is a market tool that helps to effectively influence the innovation sphere, and thus develop it, taking into account the interests of the parties to the innovation activity. The purpose of this investment is to generate income, both on capital and invested in innovation.

The significance of the development of venture investment in the Republic of Belarus lies in supporting the economy, namely, creating innovative industries, bringing the country's competitiveness to the international level, and also helping to attract investment from external sources.

E-investment Internet platform is the basis for interaction between investors and startups, which is a good place to find a source of capital for Belarusian entrepreneurs, and a good investment for many investors. The Internet space must have certain requirements:

- taking into account the interests of investors and startups;
- the existence of a distribution system for investment projects;
- using suitable algorithms that make it possible to objectively determine the economic efficiency of the project.

E-investment Internet platforms can provide services for the examination and development of investment documents for the investor. The content of the service, in addition to the preparation and evaluation of business plans related to the project, includes the preparation and evaluation of the economic form of the project, risk assessment.

The Internet platform for startups and investors needs constant modernization. To create such a platform, there is a need for the goods and services being created, as well as the availability of resources, primarily financial.

The interest of investors in financial support of Internet platforms is that they can get the effects, which consist in carrying out activities for the selection and completion of projects, expanding the number of innovative start-ups. It should be noted that the principle of investment occurs on a voluntary basis. Training, consultations and other activities that are the initial sources of income from the activities of such sites play an important role [1].

If we talk about Belarusian startups, we must say that there are a number of problems faced by startups: searching for information, consulting and finding an investor, the complexity and volume of work of the venture investment process, the existence of contradictions with investors about the company's value. Nevertheless, the creation of online investment platforms helps to find solutions to these problems.

The positive side of the above sites is the organization of interaction between investors and startups, the availability of all necessary information about events in this area, the presence of expert opinion on the proposed projects. However, such platforms have shortcomings and threats: the lack of complete information about investors, the growth in the number of competitors, the danger of unattractiveness of the proposed startups, as well as the organization of an inefficient marketing system.

The venture system in Belarus is at an early stage of implementation, but according to the results of the research in the framework of the AID-Venture project, 46.4% of investors concluded five or more deals during 2014-2016, which indicates their effective activity. According to the research results, some data shows that domestic investors contribute to more than 50 startups every year [2].

In conclusion, I would like to say that in order to maintain communication between investors and startups in the Republic of Belarus, it is necessary to introduce an effective innovation mechanism, which is expressed through an electronic Internet platform. This

mechanism will lead to increased investment in many worthy projects, thereby having a positive impact on the country's economic sectors.

References: 1. Yakovleva E. A. Investment platform as a tool for increasing the innovative activity of business structures / E. A. Yakovleva, M. V. Drapalyuk // Forest Engineering journal. – 2013. – no. 2. 2. Startups in Belarus. Report on the results of research in the framework of the AID-VENTURE project. – Minsk, 2018. – P. 23.

## **INTEGRATED SYSTEM EVALUATION EFFICIENCY OF INNOVATIVE ACTIVITY OF CONSTRUCTION ENTERPRISES**

Cand. Sci. (Econ.), Assoc. Prof. Klynyska Ye.V.  
*Kharkiv National University of Civil Engineering And Architecture*  
Cand. Sci. (Econ.), Assoc. Prof. Gluhova S.V.  
*National Technical University «Kharkiv Polytechnic Institute»*

The article is an application developed by the author of a comprehensive assessment system efficiency innovation on enterprises of the construction industry.

The implementation of the author's technique of complex system of evaluation of efficiency of innovative activity in the construction industry enterprises is presented in the article. The developed system is based on the author's vision of innovation as a fundamentally new product for the market, and represents a set of strategic directions for evaluation to the variation formulation of criteria and indicators, that are synthesized by means of integral. For its adequate application of analyzed enterprises of the construction industry and identified the most innovative active. This has allowed choosing the object of research.

In accordance with the procedure of the assessment established features of innovative activity of the enterprise under study, the type of innovation, degree of radicalism and the range of its influence on the activity of the enterprise as a whole. To ensure the most objective assessment of the criterion and its content database indexes are formed in accordance with the nature and specifics of the enterprise product innovation.

The results of evaluations of innovative activity both integral and the intermediate indicators are submitted in the article. The results of estimation efficiency of innovative activity of the investigated companies are interpreted using the appropriate developed system, making it possible to form solid conclusions.

The experimental introduction authoring system for evaluating the effectiveness of innovation construction companies proved its effectiveness and practical significance. The tool provides an unambiguous assessment and objective assessment results, which will allow construction companies to effectively organize innovation and respond to changing internal and external environment.

Presented author development are not only practical, but also a scientific perspective, which will be reflected in further studies, namely - development of the strategic direction of construction enterprises and related control systems innovation.

Advantages of authoring development are: taking into account the interests of all stakeholders in the implementation of innovation sides in aspect of contributions and received benefits; the flexibility of the system during the formation of criteria base and component indicators according to the type of innovation and internal needs of subject assessment to analytical data; accurate the formalization of the results based on their single mathematical measurement; detailed structuring of performance evaluation as part of the criteria and focus areas, which allows the definition of "problem areas" in the implementation of innovation and identifying potential opportunities of innovation; the possibility formation of precise unequivocal conclusion on the effectiveness of innovative activity as each of the target areas and individual components of the system; compliance methodological tools system of evaluation advanced features of construction enterprises.

## FORMATION STREAMS CONTINUOUS DEVELOPMENT FRONTS WORKS OF THE COMPLEX TOWN-PLANNING POWER RECONSTRUCTION

Candidate of technical sciences, associate professor, Posternak I.M.  
*The Odessa state academy of building and architecture*  
Candidate of technical sciences, associate professor, Posternak S.A.  
*Private company "Composite", Odessa*

As one of perspective forms of integration various complexes act in town-planning structure; in the course of formation of plans of social and economic development of large cities even more often there is a situation when for increase of efficiency used financial, material and a manpower concentration of efforts, but also new progressive forms of the organization of building manufacture – corporate, scientific and technical is necessary not simply, power efficiency [1...3].

Any complex works can be executed various methods with different terms of the beginnings and the terminations works, with different character use resources and development private fronts of works and according to technical and economic indicators different in size. Basically methods calculation the organization works are defined taking into account the restrictions imposed on communication between works.

The line method the organization works is formed by means of spatial division the general front works into private front works and parallel performance into them polytypic private streams works.

Line methods the organization works can be calculated in the different ways, therefore they have received names of methods calculation the organization works. We will consider a method of continuous development fronts works (M-CDF).

For calculation formation streams on method M-CDF we will consider the line organization of works presented by matrix durations and the schedule internal painting and decorating, at reconstruction of buildings of historical building Odessa under standards power efficiency.

On four building objects, defined as private fronts of works, are carried out four kinds of works in rigid technological sequence (A→B→C→D) on each object: plaster works (index A), priming works (index B), underpaint putty works (index C) and works on colouring (index D). The sequence development private fronts works also is fixed by the following sequence: 1→2→3→4.

Each kind of work is carried out by constant cast which pass to the following object only after the full termination work on previous object. If the given complex works was carried out by a consecutive method its minimum duration would be equal to the sum of durations of all works entering into a given complex:

$$T = 7 + 9 + 6 + 8 + 2 + 3 + 2 + 3 + 13 + 17 + 11 + 15 + 5 + 8 + 4 + 6 = 119 \text{ days.}$$

For the line organization works at performance any work on any object performance two obligatory conditions is required:

- 1) the termination the given kind of work a resource on previous object (resource readiness of executors);
- 2) the termination a previous kind of work on the given object (technological readiness private front of work).

At formation of schedules works the primary goal consists in calculation terms manufacture works or, otherwise, terms the beginnings and the terminations works.

For the given stream as restriction is entered maintenance continuous development each private front of work (a zero stretching face-to-face communications), and as criterion function - the greatest possible rapprochement adjacent fronts works.

For a conclusion of the basic settlement formulas the size carrying the name of the period expansion which defines a difference between the beginning the subsequent work on

private front I and the beginning of previous work on the same front -  $T_{j, j+1}^p$  is entered into consideration. Clearly, that the work first in a technological order is not preceded by any other work and, hence, its beginning is accepted by the zero. Thus, having defined the beginning the first work and the corresponding period of expansion the second work, it is possible to calculate the beginning its manufacture on private front I etc. (on an induction) before definition the beginning last kind of work.

Having calculated the beginning of last work taking into account restriction on a continuity performance of works, it is possible to define the general duration of all complex works under the formula (1):

$$T = \sum_{j=1}^{n-1} T_{j, j+1}^p + \sum_{i=1}^m t_{n, i} \quad (1)$$

Where  $T_{j, j+1}^p$  - the period expansion the subsequent front of work concerning previous;  $m$  - the general number kinds of works (a current serial index,  $i$ );  $n$  - the general number fronts of works (a current serial index,  $j$ );  $t_{n, i}$  - duration  $i$  works on last private front.

For definition of values the period expansion the subsequent fronts of works we will take advantage a condition (2) at which prior to the beginning any simple work, work the same kind previous on front should be executed:

$$T_{j, j+1}^p = \max_{i=1, m} \sum_{k=1}^i (t_{j, k} - t_{j+1, k-1}) \quad (2)$$

Where  $t_{j+1, 0}$  - the operation time a zero kind equal to zero.

It is offered to create in the city Odessa "the Corporate scientific and technical complex town-planning power reconstruction "CSTC T-PPR", as the innovative organizational structure using in practice the saved up scientific and technical potential for reconstruction buildings historical building of Odessa under standards power efficiency.

Formation of streams (in the matrix form) on a method of continuous development of fronts of works (M-CDF), as line method calculation the planned schedule performance internal painting and decorating of the Corporate scientific and technical complex town-planning power reconstruction "CSTC T-PPR" is executed. The considered method calculation a building stream effectively to apply in need delivery in operation building objects in limiting deadlines.

References: 1. Posternak I. M., Posternak S. A. (2016). Corporate scientific and technical complex town-planning power reconstruction "CSTC T-PPR" Odessa. *The development of international competitiveness: state, region, enterprise: materials of the International scientific conference*. Lisbon, Portugal: Baltija publishing. Part II. Volume 1. Business economics and corporate management: innovation problem. pp. 6-8. 2. Posternak, I. M., & Posternak, S. A. (2016). Sohranenie ob'ektov kulturnogo naslediya Odessyi s uchetom energomenedzhmenta [Preservation objects of a cultural heritage of Odessa with the account power management]. Preservation of historic buildings in the central part of Odessa via inscribing in the UNESCO world heritage list (pp. 220-223). Odessa: Astroprint (in Russian). 3. Posternak I. M., Posternak S. A. Die kalenderplanung bei der organisation des baues des komplexes städtebaulich energetisch-rekonstruktion. *Economy and society: a modern foundation for human development: materials of the II International scientific conference*, Germany, Leipzig, June 23th, 2017; Leipzig university: Faculty of economics and management science. Baltija publishing, 2017. Part II. P. 44-47.

## TYPES AND FEATURES OF VENTURE BUSINESS FINANCING

Assistant of Professor Yatsiuk O. S.  
*Ivano-Frankivsk National Technical University of Oil and Gas*

Venture capital, as a source of business financing, originated in the United States in the 1970s and has since spread around the world, occupying an important place in the economies of most developed countries. According to the definition of the European Venture Capital Association, venture capital is a share capital provided by professional firms that invest and jointly manage private companies that are in different stages of development (start, expansion or transformation) and demonstrate the potential for probable growth [1, p. 25].

In Ukraine, the term “venture (risk) financing” is now used broadly and narrowly. In a broad sense, this is all about contributing to high-risk, high-tech projects, in terms of financial results. In the narrow sense, venture financing is a long- or medium-term investment in the form of loans or equity investments made by venture funds to create and develop promising companies [2, p. 163].

The object of venture financing is the creation of enterprises, the development of technology and marketing strategy for a new product, the launch of commercial production, expansion of existing production (for example, through the acquisition of production capacity in another company) and more [3, p. 84].

Venture financing, in comparison with other types, has a number of features, the consideration of which, in the author's opinion, creates the preconditions for its effective use in financing the rehabilitation of the enterprise.

Venture finance theorists and practitioners distinguish different types of it depending on certain features [4-6]. According to the author, it is most appropriate, given the subject of research, to present the types of financing, depending on at what stage of existence of the enterprise they are carried out. An analysis of the scientific literature and the practice of implementing venture funding has identified five major types:

1) start-up, which is divided into pre-start (refers to the first stages of entrepreneurial activity, mainly carried out before the immediate formation of the enterprise) and own start-up financing (implemented to ensure the start of production activities);

2) financing for development, which is divided into financing its initial (providing financial resources to small start-ups with significant growth potential) and further stages of development or expansion (allocation of financial resources to enterprises with active production, which have great potential for expansion);

3) financing of a certain operation, which is carried out as a one-time act and is aimed at financing a separate operation or a separate stage of activity of the enterprise.

4) substitute financing, which aims to replace part of the firm's external resources with equity;

5) rescue financing, which involves the allocation of funds for the implementation of measures that ensure the revival of the enterprise - a potential bankrupt.

The main features of venture financing include:

1) its long-term (average investment period is 3-5 years);

2) its riskiness, since the probability of non-repayment of funds invested in a venture project is about 80%;

3) directing venture capital investments in firms whose shares are not generally traded in the free market in the stock market, but are fully distributed between shareholders-individuals or legal entities;

4) a thorough analysis of the business plan presented and an assessment of the associated risks and possible ways of reducing them as decisive steps in deciding whether to grant such financing;

- 5) realization of it in exchange for a share in the ownership or part of the shares of the enterprise or indirect share participation of the investor in the capital of the enterprise;
- 6) no requirement for mandatory security of assets or guarantees;
- 7) preferential use in Ukraine of a combined form of venture financing, which involves directing part of venture capital investments in the enterprise capital in exchange for a share or a block of shares and providing part in the form of a long-term investment loan;
- 8) the work of the enterprise management on the implementation of the business plan in close cooperation with representatives of the venture fund, which increases the likelihood of its successful implementation;
- 9) the lack of interest of venture investors in the distribution of profits in the form of dividends and the preference for reinvesting all profits received in business;
- 10) receipt of the total amount of profit or the major part of it after the sale of the shareholding to them by investors, provided the project is successfully completed [1; 5-7].

It should be noted that the features of venture financing generally correspond to the features of financing during the rehabilitation of the enterprise. In both cases, financing is risky, provided after the assessment of the reality of the developed business plans, often without security, investors are forced to wait a long time before the enterprise to reach a level of positive profitability, etc. Since renovated companies are often forced to implement risky innovative projects, remediation programs can be considered as venture capital projects in many ways. In this case, the financial support for the rehabilitation of the enterprise is fully in line with the specificity of the venture funds, since the latter are created precisely for the implementation of risky projects, which, of course, are projects of revitalization of unprofitable enterprises, bringing them to a new level of activity.

Literature: 1. Stevens W. European Venture Capital Markets: Trends and Prospects, OECD report, 1997. p. 22-39. 2. Варналій З. С. Мале підприємництво: основи теорії і практики. – 2-е вид., випр. і доп. К.: Т-во “Знання”. КОО. 2003. С. 163. 3. Микитюк О. П. Особливості венчурного фінансування в Україні // Фінанси України. 2005. № 8. С. 83-90. 4. Баранець І. О. Особливості та перспективи розвитку венчурного підприємництва в Україні. Формування ринкових відносин в Україні. 2004. № 4. С. 47. 5. Яцюк О. С. Проблеми та перспективи використання венчурного капіталу для фінансування санації підприємств. Науковий вісник Буковинської державної фінансової академії: Збірник наукових праць. Вип. 3 (12). ч. II: Економічні науки. Чернівці: Технодрук, 2008. С. 59-71. 6. Буряк П. Ю., Альошина Л. Є. Нові інтегральні форми організації та фінансування інноваційного підприємництва. Науковий вісник Чернівецького торгівельно-економічного інституту КНТЕУ. Чернівці: АНТ Лтд, 2004. Вип. II. С. 186-194. 7. Яцюк О. С. Обґрунтування основних етапів венчурного фінансування санації підприємства. Наука й економіка. Науково-теоретичний журнал Хмельницького економічного університету. Випуск 2 (14). Хмельницький: ПП Гонта А. С., 2009. С. 74-79.

## **ДОСЯГНЕННЯ ЕКОНОМІЧНОГО ЕФЕКТУ ПІД ЧАС ПРИГОТУВАННЯ ВИРОБІВ ВИРОБІВ З ПОЛІСТИРОЛОВОЇ СУМІШІ З ДОДАВАННЯМ ФІБРОВИХ ВОЛОКОН**

Канд. техн. наук, доц. Аніщенко А. І., студент гр. Мм-11 Албатов А. Ю.  
*Харківський національний університет будівництва та архітектури*

Виробництво виробів з полістирол-бетону в сучасному будівництві являється конкурентоспроможним в порівнянні з виробництвом виробів з піно- та газобетону. З використанням таких виробів частіше будують малоповерхові будівлі, а також проводять роботи по утепленню будівель.

Також при приготуванні полістирол-бетонної суміші для збільшення міцності виробів додають фіброві елементи. До подача фібрових елементів ставляться багато умов. Тому що в процесі подачі вона комкується, що призводить до зменшення якості готового виробу.

Пропонується технологічний комплект малогабаритного обладнання, який складається із змішувача удосконаленої конструкції, різчика фібрових елементів який нарізую фіброві елементи безпосередньо перед подачею до робочого простору змішувача. Завдяки такій подачі елементів зменшується наявність комків фібри, що не змінить міцність виробів.

В цілому економічний ефект досягається або за рахунок зменшення собівартості при незмінному обсягу випуску, або при збільшенні обсягу випуску з незмінною собівартістю, або за рахунок зростання ціни і, відповідно доходів, при покращенні якості продукції, тому проаналізувавши всі показники удосконалення можемо заповнити таблицю сутності модернізації.

Модернізація змішувача полягає в підвищенні продуктивності шляхом збільшення довжини корпусу та додавання розвантажувального отвору. А також додавання у бетонну суміш фібри, що дозволяє інтенсифікувати процес ущільнення бетонної суміші, що дає можливість підвищити міцність, щільність полістирол-бетонного блоку.

Економічний ефект досягається за рахунок зростання годинної продуктивності та ефективного часу роботи збільшується річний обсяг виробництва. Покращується якість готової продукції. Зменшення простоїв у непланових ремонтах, що забезпечує приріст об'єму виробництва.

Визначивши зі змінами та показниками, які будуть змінюватися, розрахуємо необхідні дані для визначення чистого прибутку в базисному та проектному варіанті та очікуваного економічного ефекту від модернізації.

В проектному варіанті при модернізації обладнання продуктивність збільшується в двічі (таблиця 1).

Таблиця 1 – Розрахунок обсягу випуску та реалізації продукції

Показник	Базовий варіант	Проектний варіант
1. Годинна продуктивність обладнання, м <sup>3</sup> /год	U <sub>баз</sub> = 3,6	U <sub>пр</sub> = 5
2. Ефективний фонд часу роботи обладнання, год.	Φ <sub>еф</sub> = 2096	Без змін
3. Обсяг випуску продукції за рік, м <sup>3</sup> /рік	V <sub>баз</sub> = 7545	V <sub>пр</sub> = 10480

Розрахунок собівартості продукції здійснюється за статтями калькуляції на основі даних про витрати матеріалів, напівфабрикатів, енергії (дані матеріального та енергетичного балансів), трудовитрат, діючих норм та нормативів, а також фактичних даних з підприємства. Економічний ефект визначається величиною чистого прибутку (ЧП). Чистий прибуток визначається як різниця між прибутком від реалізації продукції П та величиною податку на прибуток Пприб (таблиця 2). [1]

Таблиця 2 – Розрахунок економічного ефекту від модернізації

Показники	Базовий варіант	Проектний варіант	Абсолютне відхилення	Темп приросту
1. Доходи від реалізації продукції, грн	12826500	18864000	6037500	47
- ціна 1 м <sup>3</sup> , грн	1700	1800	100	5,8
-обсяг продукції, м <sup>3</sup>	7545	10480	2935	38,8

Продовження табл. 2

2. Витрати, грн	12683522,90	18157333,86	4966598,04	39
- повна собівартість 1 м3, грн	1681,48	1732,57	51,38	3
- обсяг продукції, м3	7545	10480	2935	38,8
3. Прибуток від реалізації продукції, грн. (1-2)	142978	706666,14	563688	394
4. Податок на прибуток, тис. грн	25736,04	127199,9	101463	394
5. Чистий прибуток, тис. грн (3-4)	117250,96	579466,23	462216,23	394

Отримання чистого прибутку свідчить про ефективність діяльності обладнання (підприємства). Рентабельність характеризує рівень ефективності господарювання і у найзагальнішому понятті означає прибутковість, визначається за формулою:

$R_{\pi} = \frac{ЧП}{C_{реал}} * 100\%$ , де ЧП – чистий прибуток від реалізації продукції, тис. грн;  $C_{реал}$  – собівартість реалізованої продукції, тис. грн

$$\text{У базовому варіанті: } R_{\pi} = \frac{117250,96}{12683522,9} * 100\% = 0,92\%$$

$$\text{У проектному варіанті: } R_{\pi} = \frac{462216,23}{18157333,86} * 100\% = 2,54\%$$

Чистий прибуток зростає, що забезпечує зростання рентабельності з 0,92% до 2,54%. Таким чином проект модернізації ефективний і його доцільно прийняти.

**Висновки.** Результати розрахунку економічного ефекту від модернізації обладнання підтверджують ефективність використання змішувача (у складі базової машини комплексу обладнання) для приготування полістирол-бетонної суміші з фібровими елементами.

Література: 1. Эффективность использования бетононасоса с новым шиберным устройством / Емельянова И.А., Смачило В.В., Бурда Ю // Научный вестник строительства. – 2015. – № 3. – С. 162-166. – Режим доступа: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvb\\_2015\\_3\\_39](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvb_2015_3_39)

## ШЛЯХИ ЗБЕРЕЖЕННЯ ЕНЕРГОВИТРАТ ПІД ЧАС ЕКСПЛУАТАЦІЇ АВТОБЕТОНОЗМІШУВАЧА ГРАВІТАЦІЙНО-ПРИМУСОВОЇ ДІЇ

Канд. техн. наук, доц. Аніщенко А. І.,  
студент гр. Мм-11 Безсмертний С. І.

*Харківський національний університет будівництва та архітектури*

Автобетонозмішувачі в будівельній промисловості використовують як транспортну машину для доставки готової будівельної суміші, так і як змішувальну машину, яка виготовляє будівельну суміш у процесі переміщення її до місця призначення.

Для розвантаження готової будівельної суміші а далі транспортування її до призначеного місця на будівельному майданчику використовують додаткові машини, такі як стаціонарні бетононасоси, так і автобетононасоси.

В процесі перевантаження матеріалу з однієї машини в іншу втрачається якість готової суміші, а також час робочого циклу. Наявність додаткових машин призводить до збільшення ресурсовитрат.

Для збереження часу робочого циклу, а також витрат на додаткове обладнання пропонується удосконалена конструкція автобетонозмішувача гравітаційно-примусової дії,



яка вже обладнана додатковим обладнанням – транспортною стрічкою. Транспортна стрічка дає змогу замінити наявність додаткового бетононасосу для транспортування суміші на відстань до 15 метрів в горизонтальному напрямку та під кутом до 30°.

При розрахунку економічного ефекту від модернізації обладнання було взято за базову машину звичайний автобетонозмішувач об'ємом 5 м<sup>3</sup>. Такий же самий об'єм має автобетонозмішувач удосконаленої конструкції.

За рахунок модернізації робочого органу коефіцієнт завантаження корпусу збільшується з 30% до 50% від загального робочого об'єму корпусу. Це призводить до збільшення продуктивності.

За рахунок наявності розвантажувальної транспортної стрічки тривалість розвантаження/транспортування зменшується на 30%.

Економічний ефект досягається за рахунок зростання годинної продуктивності та ефективного часу роботи збільшується річний обсяг виробництва.

Зменшуються простой у непланових ремонтах, що забезпечує приріст об'єму виробництва.

Визначивши зі змінами та показниками, які будуть змінюватися, розрахуємо необхідні дані для визначення чистого прибутку в базисному та проектному варіанті та очікуваного економічного ефекту від модернізації.

В проектному варіанті при модернізації обладнання продуктивність збільшується на 30% (таблиця 1).

Таблиця 1 – Розрахунок обсягу випуску та реалізації продукції

Показник	Базовий варіант	Проектний варіант
1. Годинна продуктивність обладнання, м <sup>3</sup> /год	$U_{\text{баз}} = 1,2$	$U_{\text{пр}} = 1,7$
2. Ефективний фонд часу роботи обладнання, год.	$\Phi_{\text{еф}} = 2024$	Без змін
3. Обсяг випуску продукції за рік, м <sup>3</sup> /рік	$V_{\text{баз}} = 2428,8$	$V_{\text{пр}} = 3440,8$

Розрахунок собівартості продукції здійснюється за статтями калькуляції на основі даних про витрати матеріалів, напівфабрикатів, енергії (дані матеріального та енергетичного балансів), трудовитрат, діючих норм та нормативів, а також фактичних даних з підприємства. Економічний ефект визначається величиною чистого прибутку (ЧП). Чистий прибуток визначається як різниця між прибутком від реалізації продукції П та величиною податку на прибуток П<sub>при</sub> (таблиця 2) [1].

Таблиця 2 – Розрахунок економічного ефекту від модернізації

Показники	Базовий варіант	Проектний варіант	Абсолютне відхилення	Темп приросту
1	2	3	4	5
1. Доходи від реалізації продукції, тис. грн	8257920	11698720	3440800	41,6
- ціна 1 м <sup>3</sup> , грн	3400	3400	0	0
-обсяг продукції, м <sup>3</sup>	2428,8	3440,8	3192	41,6
2. Витрати, тис. грн	8090794,27	10 887551,4	2796757,13	34,57
- повна собівартість 1 м <sup>3</sup> , грн	3331,19	3164,25	-166,94	-5,01
- обсяг продукції, м <sup>3</sup>	2428,8	3440,8	3192	41,6
3. Прибуток від реалізації продукції, тис. грн. (1-2)	167125,73	811168,6	644042,87	385,36
4. Податок на прибуток, тис. грн	30082,63	178457,09	148374,46	385,36
5. Чистий прибуток, тис. грн (3-4)	137043,1	632711,51	495668,1	385,36

Отримання чистого прибутку свідчить про ефективність діяльності обладнання (підприємства). Рентабельність характеризує рівень ефективності господарювання і у найзагальнішому понятті означає прибутковість, визначається за формулою:

$$R_{II} = \frac{ЧП}{C_{реал}} * 100\% , \text{ де } ЧП - \text{ чистий прибуток від реалізації продукції, тис. грн; } C_{реал} - \text{ собівартість реалізованої продукції, тис. грн}$$

$$\text{У базовому варіанті: } R_{II} = \frac{137043,1}{8090794,27} * 100\% = 1,69\%$$

$$\text{У проектному варіанті: } R_{II} = \frac{632711,51}{10887551,4} * 100\% = 5,81\%$$

Чистий прибуток зростає, що забезпечує зростання рентабельності з 1,69% до 7,4%. Таким чином проект модернізації ефективний і його доцільно прийняти.

**Висновки.** Результати розрахунку економічного ефекту від модернізації обладнання підтверджують ефективність використання автобетонозмішувача гравітаційно-примусової дії з транспортною стрічкою для розвантаження готової будівельної суміші.

Література: 1 Эффективность использования бетононасоса с новым шиберным устройством / Емельянова И.А., Смачило В.В., Бурда Ю // Науковий вісник будівництва. – 2015. – № 3. – С. 162-166. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvb\\_2015\\_3\\_39](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvb_2015_3_39)

## ДЕТЕРМІНАЦІЯ СУТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ БІЗНЕСУ

Здобувач вищої освіти Антоник В. В.,  
науковий керівник: канд. екон. наук, доц. Капленко Г. В.  
*Львівський національний університет імені Івана Франка*

Забезпечення розвитку держави є неможливим без соціальної складової. Важливим є не лише соціальне забезпечення громадян на державному рівні, але й розуміння підприємцями і їхньої участі в створенні необхідних умов і комунікацій. Розкриття сутності поняття «соціальні комунікації бізнесу» є дуже актуальним, але термін широкий за своїм значенням. Він описує комплексний пакет сучасних способів роботи в компаніях із залученням соціальних мереж. У той час як, з одного боку, воно охоплює внутрішню структуру організації, з іншого боку, для іміджу компаній, також використання зовнішніх платформ відіграє велику роль.

Бізнес все більше уваги приділяє увагу неекономічним ресурсам розвитку бізнесу. Ці ресурси мають набагато більший вплив на попит на продукцію виробників, рівень довіри до неї споживачів, партнерів і інвесторів, лояльність державних органів влади. [1]

Особливість сучасного розвитку взаємин бізнесу і суспільства в Україні – соціалізація, що означає більш уважне ставлення бізнесу до проблем суспільства, активну участь у вирішенні актуальних соціальних завдань. Це, в свою чергу, винагороджується підвищенням лояльності партнерів до компаній і, тим самим, збільшується фінансовий прибуток компаній і корпорацій. Вже давно визнано, що соціальне партнерство є однією з ефективних форм соціальної активності і соціальної відповідальності бізнесу.

Внутрішня стратегія зосереджена головним чином на внутрішні процеси і безпосередньо впливає на їх бізнес. Мова йде про спілкування між співробітниками та, зокрема, про їх вдосконалення за допомогою соціальних бізнес-рішень. Вони можуть допомогти зробити співпрацю більш ефективною. Це робиться через сайти та відділи:

загальна інформація, ноу-хау надаються централізовано, а працівники мотивовані робити особистий внесок.

Внутрішня стратегія соціального бізнесу ефективно об'єднує існуючий організаційний, технічний та операційний рівень. Вона інтерпретує нові рівні ієрархії, перетворюючись у нову форму адміністративного контролю. Соціальні бізнес-рішення прозоро відображають процеси співпраці в компаніях та які кроки є ефективними. Отримання схвалень від керівників також простіше за допомогою одного клацання. Проте можливості соціальної мережі жодним чином не вичерпуються. Зовнішній компонент, як мінімум, є перспективним.

Тут зовнішня репрезентація компанії відіграє важливу роль. Нарешті, соціальні мережі надають важливу інформацію про її сприйняття на ринках та в сегментах клієнтів. Звичайно, на це зовнішнє представлення може впливати відповідно, аналізуючи відгуки як основу для використання зовнішніх соціальних платформ. Особливо у сфері діалогу з клієнтами, як правило, є великі можливості для оптимізації сервісних та допоміжних послуг. Про успіх таких заходів можна прочитати безпосередньо на основі соціальних медіа. Інтерфейси дозволяють прикріпити ці зовнішні платформи на внутрішні платформи. Взаємозв'язок між внутрішньою і зовнішньою стратегією має бути реалізованим і, таким чином, здійснення цілісного використання нових можливостей соціального бізнесу. У контексті розробки продукту та маркетингу, можливо також реагувати на певні події на ранній стадії шляхом моніторингу зовнішніх платформ. [2]

Соціальні бізнес-рішення роблять бізнес-процеси більш ефективними, допомагаючи компаніям бути більш гнучкими.

Швидкість, ефективність та безпосередність – це тільки деякі переваги, пов'язані з зміною можливостей взаємодії зовнішніх і внутрішніх стратегій. Якщо це вже не є стандартом, соціальний бізнес рано чи пізно ставить на порядок денний ці переваги для досягнення успіху. Внутрішні та зовнішні процеси будуть більш сфокусовані на реагуванні в режимі реального часу. Особливо в різних аспектах соціальних комунікацій бізнесу, отже, є великі можливості для стійкого підвищення конкурентоспроможності компаній.

Соціальні комунікації можуть виглядати як безперервне спілкування з нечіткими цілями і неоднозначними результатами. При всій яскравості деяких акцій соціальні комунікації здебільшого – рутинна робота, як приклад, моніторинг громадської думки, підготовка публікацій, переговори, зустрічі, бесіди. Соціальні комунікації можуть створити привабливий імідж товаровиробника в різних груп суспільства, вибудувати з групами впливу, від яких залежить успіх справи, довірчі відносини. Вони сприяють формуванню громадської думки про діяльність бізнесу, розширення сфер та можливостей впливу, встановлення постійних і довірчих відносин зі ЗМІ та владою, забезпечення сприятливих внутрішньо-корпоративних відносин, виступають як важливий фактор маркетингу і реклами, нейтралізації та вирішення конфліктів, скандалів, криз

У сучасному світі сталий розвиток – це новий digital. На сцену виходить покоління Z – найвідповідальніше покоління в історії. Ці люди мають позитивний вплив на компанії у всьому В Україні люди також відчувають тривогу з приводу економічних та соціальних загроз і вірять в необхідність позитивних змін, проте приблизно в три рази менше, ніж представники західних країн, готові чимось жертвувати для досягнення цих цілей. У цій ситуації у виробників і брендів з'являється важливий стимул – очолити процес стійкої трансформації, ініціювати структурні зміни, надихати і вести за собою споживача, залучаючи його в роздуми і дії для позитивних змін.

Література: 1. Соціальні комунікації: теорія і практика: наук. журн. [наук. ред. О. М. Холод]. – Т. 1. – К.: МЦД СК «Комтека», 2015. – 314 с. 2. Детермінація суті функціонування соціальних комунікацій бізнесу [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: [https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/bitstream/lib/17938/1/%D0%9C%D0%90%D0%A2%D0%95%D0%A0%D0%90%D0%9B%D0%98\\_%D0%9A%D0%9E%D0%9D%D0%A4%D0%95%D0%A0\\_2017-%D0%9E%D0%94%D0%90%D0%91%D0%90-%D0%A71.pdf](https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/bitstream/lib/17938/1/%D0%9C%D0%90%D0%A2%D0%95%D0%A0%D0%90%D0%9B%D0%98_%D0%9A%D0%9E%D0%9D%D0%A4%D0%95%D0%A0_2017-%D0%9E%D0%94%D0%90%D0%91%D0%90-%D0%A71.pdf).

## **ПРОБЛЕМИ ВІДПОВІДНОСТІ УКРАЇНСЬКОГО АВТОМОБІЛЬНОГО ПАЛИВА ТА АВТОПАРКУ ЕКОЛОГІЧНИМ РЕГЛАМЕНТАМ ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ**

Д-р екон .наук, проф. Балджи М. Д., маг. Монастирліу Ю. І.  
*Одеський національний економічний університет*

В сучасному світі дедалі більше уваги приділяють екологічним проблемам, одним з яких є забруднення атмосферного повітря. Внаслідок використання автомобільного палива створюється чимала кількість газоподібних сполук, що є одною із причин забруднення атмосфери і які вкрай негативно впливають на здоров'я людини.

Для прискорення вступу країни до Європейського Союзу та успішного виконання Угоди про асоціацію з ЄС, автомобільне паливо за всіма критеріями повинно відповідати технічним регламентам, що діють в Європі. Це зумовило проблему дослідження відповідності українського автомобільного палива та автопарку екологічним регламентам Європейського Союзу і розробки пропозицій із забезпечення такої відповідності.

З метою зниження рівня забрудненості повітря, з 1992 року Європейський Союз запровадив правила на нові автомобілі щодо рівня викидів. Так розпочалася історія екологічного стандарту «Євро». Цей стандарт став одним із основних інструментів системи контролювання рівня викидів токсичних речовин у відпрацьованих газах автомобілів. Аналогічні регламенти є також у США та Японії. З 2015 року на території ЄС діє екостандарт Євро-6, який ще більше посилює вимоги до вихлопних газів автомобілів з дизельними і бензиновими двигунами. Перш за все, це стосується змісту оксидів азоту, що викидаються дизельними двигунами в атмосферу [1].

Верховна Рада України вирішила відкласти підвищення екологічних вимог для нових автомобілів до Євро-6 до 1 січня 2025 року, тому наразі в Україні діє стандарт Євро 5, запроваджений з 1 січня 2016 року для всіх імпортованих автомобілів [2]. Але такий встановлений стандарт для автомобільного палива на території України не означає, що всі транспортні засоби, що є в країні йому відповідають. Не всі авто, вироблені раніше 2000 року, мають вбудований каталітичний нейтралізатор, а якщо він і є в конструкції, то не обов'язково справний. Загальновідомо, чим старший транспортний засіб – тим він є менш екологічно чистим. Середній вік транспортних засобів в Україні складає більше 21 років. Відповідно можна констатувати про їх невідповідність екологічному стандарту Євро-0 [3]. У зв'язку із динамічною девальвацією національної валюти України у поєднанні з різким скороченням реальних доходів, і, відповідно, купівельної спроможності, українці не спроможні купувати дорожчі авто. Тобто, населення практично не встигає належним чином оновлювати автомобільний парк за високим екологічним стандартом. Окрім того динамічно зростають ціни на автомобілі. Інакша ситуація відбувається в ЄС. Саме тому на дорогах України сьогодні спостерігається сильний контраст: новітні автомобілі (BMW, Audi та ін.) поруч із 35-річними «Ладами», 15-річними «Ланосами» та 45-річними «Запорожцями».

Стосовно самої якості пального на АЗС України, то можна сказати, що станом на кінець 2019 року спостерігається дуже позитивна тенденція та значне підвищення рівня якості продукції. Заміри спеціалістів показують, що на 11 АЗС з 12 пальне відповідає стандарту Євро-5 [6].

Наразі Україну стримують два моменти: власне небажання зараз перейти до стандарту Євро-6 та застарілий автопарк, що технічно нездатний виробляти менш забруднюючі викиди.

На нашу думку, проблему старих автомобілів в Україні, можна вирішити двома способами. Перший – продовжувати політику заохочення населення до купівлі екологічно чистих автомобілів за рахунок більших пільг, вигідних умов придбання (кредитів/розстрочки), підвищення купівельної спроможності громадян, підтримки при обслуговуванні автомобіля, надання місця для зберігання; створення програми з обміну старих автомобілів на нові, більш екологічні, на цікавих умовах та багато іншого. Другий – створити новий вид палива, який буде за своїм складом екологічним, але в той же час, зможе підходити для всіх видів автомобілів, в тому числі старих, незважаючи на їх технічну складову.

Останнім часом все більш широке розповсюдження отримує альтернативне паливо – біологічне. Інтенсивні роботи з переобладнання дизелів на біопаливо проводяться як в країнах з обмеженим енергетичним потенціалом, так і в країнах з великими запасами нафтової сировини, а також у високо розвинутих країнах, які мають фінансову можливість купівлі нафтових енергоносіїв [4].

На даний час в Європі продукується більше 6,5 млн. т. біопалива. Перспективні в якості моторних палив рослинні олії: соняшникова, ріпакова, бавовняна, соєва, льняна, пальмова, арахісова, суремна та ін. При чому, вартість рослинної олії і палив на їх основі співмірна з вартістю нафтових дизельних палив, тому застосування таких палив є економічно вигідним, особливо в тих країнах, де рослинні олії є в надлишку.

Відповідно до даних Державного агентства з енергоефективності та енергозбереження, Україна має значний потенціал для виробництва біопалива [5].

Серед переваг біопалива виділяють: зниження викидів парникових газів на та забруднюючих речовин на транспорті; зменшення залежності від викопних видів палива; використання відходів та залишків. Завдяки запуску такого виробництва відбувається підтримка вітчизняної промисловості: створення нових робочих місць, додаткових сільськогосподарських каналів збуту, зміцнення економіки сільського господарства, агропромислового комплексу.

За останні роки було відкрито нові заводи з перероблення чи приведення пального відповідності стандарту Євро, що несе не лише позитивний економічний ефект, але й розвиває національне виробництво та приносить гарний соціальний ефект, оскільки виникли нові робочі місця, розвивається інфраструктура, зайнятість населення зросла, платоспроможність теж.

Проте науковці також попереджають про ймовірні ризики: питання сумісності / якості палива; готовність вітчизняного автопарку до використання палива з добавками біокомпонентів; конкуренція палива та продуктів харчування – вплив на ціни на продовольство [6].

Отже, біопаливо підходить для використання на всіх марках автомобілів та за дією на навколишнє середовище та здоров'я людини має великі переваги в порівнянні з нафтовим дизельним паливом при зберіганні позитивного енергетичного балансу. Оскільки автомобілі виступають одним із основних джерел шкідливих викидів в атмосферу, Україні необхідно удосконалювати екологічну політику та редагувати законодавчу базу аби кількість автомобілів, які не відповідають європейським стандартам викидів шкідливих речовин скорочувалась та вжити заходів задля покращення екологічної якості ринку автомобілів країни.

Література: 1. Екостандарт Євро-6 для автомобілів: що це? – Одеські новини URL: <https://odessa.areas.news/ievro-6-v-ukraini-z-1-sichnya-mozhut-podorozhchati-novi-avtomobili/>. 2. Верховна Рада відклала введення стандарту Євро-6 для нових авто – Ліга. Новини URL: <https://ua-news.liga.net/economics/news/verhovna-rada-vidklala-vvedennya-standartu-evro-6-dlya-novih-avto>. 3. Статистика продажів автомобілів – Асоціація автовиробників України URL: <http://ukrautoprom.com.ua/statistika/statistika-2019>. 4. Українська асоціація виробників біоетанолу – Біопаливо для автомобілів – переваги і недоліки URL: <http://ukrfuel.org/about/biopolyvo-dlya-avtomobiliv-perevahy-i-nedoliky/>. 5. Лагутіна Н.М. Створення нормативно-правового підґрунтя для розвитку сфери виробництва рідкого біопалива. Доповідь начальника відділу альтернативних видів палива Держенергоєфективності URL: <https://sae.gov.ua/sites/default/files/Lagytina.pdf>. 6. Бончак І.В., Романчук В.В., Топільницький П.І. Альтернативні палива: переваги, недоліки, проблеми URL: <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/4319/1/103.pdf>

## **ДОСЛІДЖЕННЯ РАЦІОНАЛЬНИХ ШЛЯХІВ ПОДОЛАННЯ НЕГАТИВНИХ ФАКТОРІВ ПРИ ЕКСПЛУАТАЦІЇ СОНЯЧНИХ ЕЛЕКТРОСТАНЦІЙ**

Здобувач вищої освіти Бахмач Д. Е.  
*Криворізький національний університет*

На сьогоднішній день, енергетична сфера України має законодавчо затверджену стратегію розвитку: Нова Енергетична Стратегія України до 2035 року: «Безпека, Енергоєфективність, Конкурентоспроможність». Згідно до цього документу, альтернативна енергетика стає пріоритетом і тому буде збільшуватись її частка у загальній структурі генерації електроенергії.

Перше місце серед усіх альтернативних джерел енергії в Україні займає сонячна енергетика, адже для цього майже по всій території держави є необхідні географічні та кліматологічні умови. Сучасний стрімкий розвиток сонячних електростанцій у вітчизняній енергетиці, стикається з низкою проблем, проте їх подолання залежить від впровадження оптимальних технологічних та економічних рішень для забезпечення сталого розвитку.

На даний момент, існують дві технологічні проблеми що пов'язані з продуктивністю фотоелектричних панелей, це перегрів та деградація матеріалу. Через перегрів фотоелектричних панелей щорічно втрачається до 10% електроенергії, а через деградацію матеріалу, сонячні панелі працюють з максимальною ефективністю лише в заданому терміні експлуатації 20-25 років після чого відбувається падіння продуктивності нижче 80%. Деградація матеріалів неминучий процес, але у випадку сонячних панелей – це переважно результат температурного впливу у піковий період роботи сонячних електростанцій. Якщо мінімізувати вплив температурного чинника та виключити критичні температури для фотоелектричних панелей, тоді можна значно підвищити гарантований термін експлуатації, а саме до 50 років.

Для подолання проблеми перегріву фотоелектричних панелей необхідно створити оптимальну та ефективну систему охолодження. Якщо у випадку малих за потужністю сонячних електростанцій можна обмежитись одно або двох контурною системою охолодження з циркуляцією води або іншого теплоносія, то великі електростанції потребують іншого підходу.

Одним із можливих рішень для великих за потужністю сонячних електростанцій є розташування їх на водній поверхні. Такий неординарний підхід дозволяє ефективно охолоджувати сонячні панелі в стаціонарному режимі котрі розташовуються на водоймі на спеціальних плавучих модулях. Завдяки цьому підвищується ККД електростанції за рахунок мінімізації проблеми перегріву фотоелектричних панелей, а також збільшується термін експлуатації.

Окрім покращення надійності плавучої сонячної електростанції, даний проект буде мати ряд переваг в порівнянні із наземним аналогом. Так, вода маючи високий

показник теплоємності буде ефективно відводити надлишок теплоти в оточуюче середовище. Завдяки цьому можна уникнути явища нагріву атмосфери над сонячними панелями, а також великою перевагою є економія сільськогосподарській земель, адже наземні сонячні електростанції часто розташовуються на родючих ґрунтах.

Під час проведення дослідження використовувалися статистичні дані сонячної інсоляції та хмарності Криворізького району. Враховано фактор нахилу кута сонячних панелей до сонця. Був проведений порівняльний аналіз розміщення сонячної електростанції на земній та на водній поверхні. В ході розрахунків виявлено доцільність розміщення сонячної електростанції на водній поверхні. Для розрахунків використовувалися паспортні значення тестових умов та стандартів фотоелектричних панелей.

Таким чином, поширення сонячних електростанцій на водній поверхні внутрішніх водойм України дасть гарантований економічний ефект, а також значно покращить технічні показники фотоелектричних панелей. Впровадження подібних проектів може бути від малих приватних проектів до національного проекту розвитку великих сонячних електростанцій, адже Україна ще не задіяла потенціал у цьому напрямку. Реалізація подібних проектів повністю співпадає із загальною стратегією розвитку енергетики України котра базується на впровадженні технології «Розумні мережі», а також інтеграції до європейської єдиної енергетичної системи ENTSO-E.

Література: 1. Соловей О. І., Лега Ю. Г., Розен В. П., Ситник О. О., Чернявський А. В., Курбака Г. В. Нетрадиційні та поновлювані джерела енергії. Черкаси: ЧДТУ, 2007. 483 с. 2. Калетнік Г.М. Розвиток ринку біопалив в Україні: моногр. / Г. М. Калетнік; рец. М. Й. Малік [та ін.]. К.: Аграрна наука, 2008. 464 с. 3. Титко Р. Відновлювальні джерела енергії. (Досвід Польщі для України). / Р. Титко, В. Калініченко. Варшава: Вид-во OWG, 2010. 533 с. 4. Єрохов В. Ю. Альтернативна енергетика з використанням сонячних елементів / Нац. ун-т «Львів. Політехніка». Львів: Сполом, 2015. 116 с. Бібліогр.: с. 113-116. 5. Кудря, С. Акумуляування тепла з відновлюваних джерел енергії / Кудря С. // Ринок інсталяцій. 2008. № 1. С. 8-12; 2008. №2. С. 6-9; 2008. №3. С. 13-14. 6. Короненко, О. Сонячні острови – інноваційний підхід до сонячних електростанцій / О. Короненко // Зелена енергетика. 2009. № 2 . С. 7. 7. Щербина О. М. Енергія для всіх: технічний довідник з енергоощадності та відновних джерел енергії. Ужгород: Вид-во Валерія Падяка, 2007. 336 с. 8. Україна. Верховна Рада. Про підсумки парламентських слухань «Енергетична стратегія України на період до 2030 року»: Постанова..., 24 трав. 2001 р. №2455-III // Голос України. 2001. 13 черв. С. 5.

## ВИКОРИСТАННЯ ЧАТ-БОТУ В ІНТЕРНЕТ МАРКЕТИНГУ<sup>1</sup>

Д-р екон. наук, доц. Біловодська О. А., здобувач вищої освіти Лагута К. О.  
*Київський національний університет технологій та дизайну*

Чат-бот – прекрасно допомагає залучати аудиторію, створюючи повноцінну сесію спілкування з користувачем. Спілкуватися з ботом – це все одно, що говорити з менеджером з продажу: він може направляти користувача, орієнтуючись на ключові слова в його відповідях. Інший плюс чат-бота – йому не потрібен модератор, він працює автоматично, без участі людини. Також чат-бот підвищує конверсію будь-якого бізнесу, тому що може оформлювати замовлення 24 на 7, без перерв на обід чи сон.

Мета чат-ботів – автоматизувати рутинні дії, а це корисне не лише бізнесу, а й будь-якій державній, комунальній установі, організації або підприємству де намагаються оптимізувати внутрішні й зовнішні процеси. Звільняючи співробітників від виконання простих скриптів, підприємство (установа, організація) може направити

<sup>1</sup>Публікація містить результати досліджень, проведених за держбюджетною науково-дослідною темою «Розроблення механізму комерціалізації інноваційної продукції» (0118U003572).

людський ресурс на виконання більш складних функцій, які вимагають безпосередньої їх участі. Навіть якщо особливість бізнесу – індивідуальний, особистісний підхід до кожного клієнта, то використання чат-бота для внутрішніх процесів зручне застосування. Таким чином, є як мінімум два напрямки використання ботів. Це економить час та кошти обом сторонам. При цьому чат-бот актуальний не тільки для великих компаній, але й для малого бізнесу, де людські ресурси обмежені і всю комунікацію з клієнтами веде сам власник бізнесу. В цьому випадку, звичайно, потрібно недороге і просте рішення, з яким може впоратися будь-яка людина навіть без спеціальних знань.

Сьогодні якісна реалізація ботів можлива в Facebook, Viber і Telegram. Не дивно, що до цього інструменту прикута пильна увага маркетологів і людей, які шукають нові можливості для бізнесу. Наприклад, глибина перегляду контенту в Telegram величезна - в середньому 90%, а в Facebook вона взагалі прагне до нуля через нову стратегію показу постів. Це через те, що Facebook «порізав» органічний показ постів різноманітних груп на 300%, щоб група була популярна приходиться купувати та налаштувати таргетингову рекламу або просто підключити чат-бота, який буде повиломлювати всіх підписників про новий пост, що підвищити охоплення на багато разів[1].

Оперативність – те, за що ми цінуємо чат-ботів та будь-яких інших роботів. Але мало відповісти швидко, треба ще й вміти точно визначити запит користувача, надати релевантну відповідь або виконати релевантну дію. Чат-боти інтегруються в соціальні медіа, збираючи дані про кожну людину, з якою вони спілкуються. Коли у користувача є запит щодо обслуговування клієнтів, чат-бот може точно відповісти на нього та зробити розмову на крок далі, запропонувавши персоналізовану консультацію щодо покупок на основі історії покупки та налаштувань клієнта. Чат-робот може привернути увагу вашої аудиторії та навчитися взаємодії, дозволяючи надсилати відповідну інформацію щодо вашого бренду, продуктів та послуг. По суті, чат-бот здатен підвищувати продаж та перехресні продажі у персоналізованому, розмовному та привабливому вигляді.

Література: 1. Белоус Е. Как чат боты создают ценность для вашего бизнеса. URL : <http://www.marketing.spb.ru/lib-comm/dm/bot.htm> (дата звернення 12.05.2020).

## **ПАРАМЕТРИ ТА ДЖЕРЕЛА ФОРМУВАННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ ІДЕЙ**

Ас. Божидай І.І., здобувач вищої освіти Новікова А.О.  
*Харківський національний університет будівництва та архітектури*

У основі господарювання будь-якого підприємства чи окремого підприємця, прийнятті підприємницького рішення лежить підприємницька ідея.

Підприємницька ідея – виявлений підприємцем інтерес, який має конкретні економічні параметри і форму.

Кожна підприємницька ідея, щоб бути успішною, повинна ґрунтуватися на чотирьох параметрах:

- 1) потребах ринку;
- 2) здібностях підприємця;
- 3) можливостях підприємства;
- 4) умовах реалізації ідеї.

Якщо у комбінації цих складових присутні певні особливості, притаманні лише даному підприємцю, то ідея матиме тривалий успіх (імідж підприємця, кваліфікований персонал, технологія тощо).



Основними джерелами підприємницьких ідей є:

- ринкові дослідження;
- споживачі;
- персонал, постачальники;
- спостереження за схожими товарами та послугами;
- фундаментальні та прикладні дослідження;
- засоби масових комунікацій.

Таблиця 1 – Найбільш поширені джерела підприємницьких ідей

Джерела ідей	Коротка характеристика
Розробка ідеї на основі досвіду власної (нинішньої) роботи	Знання, досвід і навички, набуті на роботі, можуть стати в нагоді для створення своєї справи. Можливі кілька шляхів: <ul style="list-style-type: none"> <li>• дублювання діяльності вашого підприємства;</li> <li>• вихід на ринок, ще не освоєний вашим підприємством;</li> <li>• розробка нового виробу</li> <li>• на базі виробленої продукції або виду послуг в період роботи на цьому підприємстві</li> </ul>
Розробка ідеї на основі копіювання та удосконалення товарів і послуг, пропонує інших підприємствами	Практично будь-яке успішно працює в умовах ринку підприємство є прикладом життєздатною бізнес-ідеї. Підприємець повинен дуже уважно вивчати товари і послуги, що пропонуються іншими фірмами. В результаті нерідко з'ясується, що той чи інший товар або послугу можна поліпшити, і ця ідея лягає в основу нового бізнесу
Розробка ідеї на основі вивчення існуючих і загальних тенденцій	Потреби можна визначати і шляхом аналізу тенденцій: подивитися на стан справ в який-небудь сфері, порівняти його з минулим періодом і спробувати скласти прогноз на майбутнє
Розробка ідеї на основі вивчення публікацій в широкій пресі, професійних виданій і спеціалізованих патентних виданнях	Ідеї можуть народжуватися при читанні різних газет і журналів, як спеціалізованих, так і популярних, або навіть просто від побаченого по телевізору. Оскільки майбутній підприємець повинен бути постійно в курсі подій в світі бізнесу, такий інтерес ні в якому разі не повинен слабшати. Існує ряд періодичних видань, в яких публікується інформація про останні патентах. Хоча самі по собі запатентовані ідеї захищені законом, їх вивчення нерідко може наштовхнути на нові, навіть більш цікаві думки
Захоплення, на основі яких можна створити бізнес	Все більше людей на основі свого хобі створюють відмінний бізнес. До "хобі-бізнесу" відноситься: <ul style="list-style-type: none"> <li>• виготовлення: біжутерії, сувенірів, батика, вітражів, статуєток, свічок і ін .;</li> <li>• навчальні курси: web-дизайн, 3d, створення сайтів та ін .;</li> <li>• послуги: тамади, системного адміністратора, няні, доглядача домашніх тварин, агента нерухомості</li> </ul>

Для пошуку підприємницьких ідей використовують наступні групи методів:

- 1) методи індивідуального пошуку (аналогії, інверсії, ідеалізації);
- 2) методи групового пошуку (“мозкового штурму”, конференції ідей, колективного блокноту);
- 3) методи активізації пошуку (контрольних запитань, фокальних об’єктів, морфологічного аналізу).

У своїй діяльності підприємець накопичує, відбирає та оцінює ідеї. Процес накопичення ідей – це процес пошуку і формування певної сукупності ідей як результату аналізу підприємницького середовища. Процес відбору ідей – це процес “відсіювання” зайвих ідей за різними критеріями залежно від конкретної ситуації. На цьому етапі залишаються ідеї, які реально можуть бути реалізовані підприємцем. Результатом є формування банку підприємницьких ідей – накопичених ідей, які могли б скласти предмет діяльності підприємця. Процес оцінки ідей – це процес порівняльного аналізу на основі певних параметрів кількох ідей перед остаточним прийняттям рішення щодо вирішення конкретної проблеми.

## **ОСОБЛИВОСТІ КЛАСИФІКАЦІЇ КРЕАТИВНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

Ас. Божидай І.І., здобувач вищої освіти Шебалкова Є. І.  
*Харківський національний університет будівництва та архітектури*

Класифікація підприємств – це групування їх за певними ознаками, що регулюється, в першу чергу, законодавчими актами.

Головним нормативним актом, що регулює діяльність підприємств, є Господарський кодекс України [1]. Цей Кодекс визначає види й організаційні форми підприємств, правила їх створення, реєстрації, реорганізації і ліквідації, організаційний механізм здійснення ними підприємницької діяльності.

Залежно від форм власності, передбачених законом, в Україні можуть діяти підприємства таких видів: приватне підприємство; підприємство, що діє на основі колективної власності; комунальне підприємство; державне підприємство; підприємство, засноване на змішаній формі власності; спільне комунальне підприємство.

За приналежністю капіталу розрізняють підприємства: національні чи іноземні, підприємства з іноземними інвестиціями (іноземна інвестиція становить не менш як десять відсотків).

Залежно від способу утворення (заснування) та формування статутного капіталу в Україні діють підприємства: унітарні та корпоративні.

Господарські товариства поділяють, у відповідності до Господарського кодексу України [1], на: акціонерні товариства, товариства з обмеженою відповідальністю, товариства з додатковою відповідальністю, повні товариства, командитні товариства.

Відповідно до Закону «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність України» [2] розподіл підприємств за розмірами на великі, середні, малі, та мікропідприємства, – ґрунтується на балансовій вартості активів, чистому доході від реалізації та кількості зайнятих працівників.

Креативні індустрії засновані на мікропідприємствах та малих підприємствах, як більш гнучких та адаптаційних. Вони здатні ефективно працювати на перетині різних галузей, генерувати креативні ідеї щодо нових підходів у будь-якій сфері діяльності.

Креативні підприємства різняться за динамікою розвитку. Розвиток підприємства – це незворотні, цілеспрямовані та закономірні зміни господарської системи, послідовність переходу її з одного стану в якісно інший на основі удосконалення техніки, технології та організації праці, впровадження новацій в управлінні.

Розвиток може бути двох видів: еволюційний, коли якісні зміни відбуваються поступово, повільно, і революційний, коли відбувається стрибкоподібний перехід від одного стану господарської системи до іншого, якісно нового.

З урахуванням особливостей креативних індустрій, необхідно доповнити перелік класифікаційних ознак специфічними показниками креативних підприємств.

Відповідно до Закону України «Про культуру» [3], креативні індустрії визначено як види економічної діяльності, метою яких є створення доданої вартості і робочих місць через культурне (мистецьке) та/або креативне вираження, а їх продукти і послуги є результатом індивідуальної творчості.

Розроблена та впроваджена модель Інституту статистики ЮНЕСКО, що було систематизовано ЮНКТАД (Конференція ООН з торгівлі та розвитку), представлена з таких позицій [5, с. 8–10]:

– креативні індустрії розглядаються як цикли створення, виробництва та розподілу товарів і послуг, які використовують творчість та інтелектуальний капітал як основний матеріал;

– креативні індустрії являють собою комплекс заходів, заснованих та орієнтованих на знаннях та мистецтві, але які не обмежені ними та несуть в собі потенційні можливості отримання доходів від торгівлі креативними товарами і послугами та реалізації прав інтелектуальної власності;

– індустрії, що орієнтовані на виробництво матеріальних продуктів та нематеріальних інтелектуальних чи мистецьких послуг, наділених творчим змістом, економічною цінністю та ринковими цілями;

– креативні індустрії представлені як новий динамічний сектор світової торгівлі, що знаходяться в тісній взаємодії із мистецтвом, культурою та промисловістю.

У світовій економічній літературі висвітлено декілька моделей (рис.1), що визначають структуру креативних індустрій та ті сфери діяльності, що відносяться до креативних. Кожна з представлених моделей показує основну мету та методи управління розвитком креативних індустрій [4, с. 28].

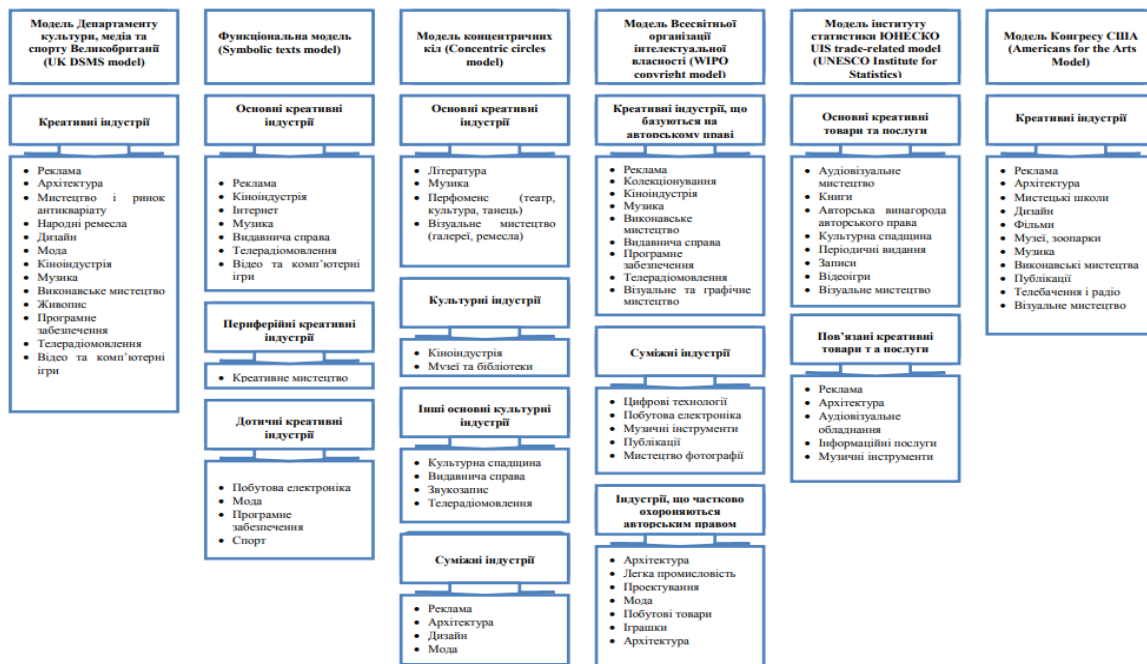


Рисунок 1 – Моделі креативних індустрій [4]

Креативність допомагає у підприємництві не тільки створювати інновації в наявних сферах, а й відкривати нові ніші на ринку. За допомогою творчого підходу,

застосування відомих методів у різних сферах діяльності, на стику різних дисциплін, об'єднання різних підходів, створюють інноваційні продукти й сервіси. Так в останні кілька десятиліть зародилися цілі галузі: згадаймо електронну комерцію, соціальні мережі, застосування штучного інтелекту у фармакології, ІТ, дослідження космосу тощо.

Література: 1. Господарський Кодекс України від 16 січня 2003 р. № 436-IV / Верховна Рада України. URL: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/436-15>. 2. Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність України» від 16.07.1999 р. № 996-XIV / Верховна Рада України. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14/>. 3. Закон України «Про культуру» 04.11.2018 р. № 2778-VI / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2778-17>. 4. Вахович І., Чуль О. Розвиток креативних індустрій: регіональний вимір: монографія. Луцьк : Вежа-Друк, 2014. – 288 с. 5. Creative economy: A Feasible development Option. Report 2010. / UNCTAD. – URL: <http://www.unctad.org/creative-economy>

## **АЛГОРИТМ МЕТОДИЧНОГО ПІДХОДУ ЩОДО ПІДВИЩЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ СПРИЙНЯТЛИВОСТІ ПОТЕНЦІАЛУ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВ**

Ph.D in Management Бойченко О. І.

*Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»*

Ключові проблеми недостатнього розвитку організаційно-управлінської структури (ОУС) і системи управління персоналом (СУП) з точки зору забезпечення орієнтації персоналу на інноваційну діяльність є відсутність системності у плануванні заходів щодо підвищення ефективності СУП як інноваційного компонента ОУС.

Алгоритм методичного підходу щодо підвищення інноваційної сприйнятливості (ІС) потенціалу СУП ПП має наступний вигляд:

Маємо потреби ефективної діяльності підприємства на інноваційних ринках промислової автоматики (ПА).

Робимо: 1. Аналіз ОУС підприємств ПА на предмет забезпечення ефективної ІД.

2. Порівняльний аналіз ОУС передових і світових і вітчизняних компаній галузі ПА.

3. Формування вихідних даних для оцінки ефективності реалізацій функцій СУП підприємств ПА.

- Збір фактичної і розрахунково - аналітичної інформації за станом ОУС і СУП підприємства галузі ПА.

- Формування груп спеціалістів та проведення експертизи рівня ефективності СУП і ОУС в орієнтації персоналу на інноваційний розвиток підприємства.

- за допомогою системи вимірників:

- Індекс комплексного охоплення для кожної підсистеми і СУП (HRMS) в цілому  $I_{КОСУП} = (\sum_{n=1}^m \text{ПВФн})/k \leq 1$ .

- Індекс реалізацій функції  $I_{РФн} = \sum_{i=1}^k (E_{зрфн}/k) \leq 1$ .

- Індекс реалізацій підсистеми  $I_{РПСм} = \sum_{i=1}^s E_{зрпм} / s \leq 1$ .

- Індекс реалізацій СУП  $I_{РСУП} = \sum_{i=1}^j E_{зрсуп} / j \leq 1$ .

- Індекс інформаційного забезпечення  $I_{ІЗ} = \sum \Pi_i / \sum \Pi_{зп..}$

- Індекс інформативності внутрішньофірмових мереж підприємств галузі ПА

$I_I = (\sum \Pi_{new} + \sum \Pi_K + \sum \Pi_H) / \sum I_{ІП} \leq 1$ .

- Індекс інформаційної сприйнятливості персоналу комунікативній системі  $I_{ІСП} = I_{рсп} / I_{із} \leq 1$ .

- Індекс рівня ідентифікації функцій сервісів ПЗ Bitrix24 з традиційними елементами СУП підприємств галузі ПА  $I_{PI\Phi} = (\sum_{n=1}^r (P_{\text{вфсуп}})) / r \leq 1$ .

- Індекс ІС персоналу  $I_{IC} = \sum Q_{\text{emp}} / \sum Q_{\text{ideal}} \leq 1$ .

- Індекс зростання продажів інноваційної продукції (системні готові рішення для клієнтів)  $I_{IRp} = \sum R / K_{\text{п}}$ .

4. Аналіз СУП (HRMS) як інноваційного компоненту ОУС.

5. Характеристику функцій СУП (HRMS) з т.зору впливу ІС персоналу.

6. Експертно-аналітичного аналізу рівня підсистем і функцій.

7. Аналіз, узагальнення результатів експертно-аналітичних оцінок і формування висновків щодо ефективності реалізації функцій СУП на підприємстві ПА (на основі методичних підходів к формуванню, розвитку та підвищення ІС персоналу промислового підприємства).

8. Формування заходів по СУП (HRMS) у т.ч. переформатування підсистем і функцій СУП.

На далі: формуємо заході по ОУС з т. зору ІС вектору ПП на інноваційних ринках ПА (організаційно управлінське переформатування комерційної служби, розвиток корпоративних мереж, забезпечення інноваційної орієнтації ОУС) і т.д.

Що сприяє максимізації ІС-focusing; прибуткових грошових потоків; конкурентоспроможність підприємства; частки ринку, бренду і т.д.

Та в онлайн режимі проводимо: On-line моніторинг організаційно-економічних засобів формування ІС.

Література: 1. Boichenko O.I. Koniaieva Y. Babenko V. Efficiency of human resource management in industrial automation enterprises with prospects of innovative susceptibility. *Advances in Economics, Business and Management Research, volume 95*. Netherlands: "Atlantis press", 2019. С 119-124. Електрон. аналог друк. вид.: URL: <https://www.atlantis-press.com/proceedings/smtesm-19/125917632>. DOI: <https://doi.org/10.2991/smtesm-19.2019.24>.

## **ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ НА АТП**

Канд.екон. наук, доц. Бочарова Н. А., студент Тарасова О. С.  
*Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Вітчизняний досвід показує, що антикризову стратегію застосовують тоді, коли неможливе не тільки виживання, але й подальше існування АТП. Будь-яке АТП, що прагне успіху та довготривалого існування на ринку орієнтується на розвиток та зростання. Однак протягом своєї діяльності під впливом чинників внутрішнього та зовнішнього середовища, створюються такі умови, які вимагають перегляду як загальної стратегії, так і функціональних стратегій АТП та вибору оптимальної стратегії, яка не завжди може передбачити дотримання високих темпів зростання, але яка гарантує виживання в нестабільних умовах зовнішнього середовища. Отже, стратегія складається із запланованих дій та необхідних поправок у випадку виникнення непередбачених обставин. З метою здійснення класифікації стратегій в умовах кризи на практиці розробляють модель співвідношення потенціалу різних видів стратегій змін до типу до типу процесу змін. На основу цього виділяють чотири види стратегій: попереднього структурування, поетапну, невідкладну, комплексу та пропонує їх використовувати залежно від чинників розвитку кризи. На АТП поряд з даними стратегіями також повинна існувати головна стратегія – генеральна, яка відображає способи реалізації місії організації. А для особливих непередбачуваних випадків повинна розроблятися спеціальна стратегія, зокрема стратегія банкрутство. Виходячи з цього автотранспортні АТП повинні розвиватися за наступними

напрямами: заміна старого, нерентабельного рухомого складу новим; введення конкуруючих на ринку послуг; введення нових маршрутів перевезень, для залучення нових клієнтів. Тому антикризова стратегія АТП повинна бути не резервною стратегією, а однією з основних, універсальною, бо саме тоді вона буде наперед спланованою і взаємопов'язаною із стратегіями усіх інших сфер діяльності АТП не тільки в умовах кризи, але й в стабільних умовах функціонування АТП, виступаючи гарантом передбачення та недопущення різного роду кризових ситуацій. На підставі аналізування існуючих видів антикризових стратегій, можна стверджувати, що єдиного підходу до класифікації даного виду стратегій не існує:

1. За стадією (етапом) антикризового управління:

1.1 Кризове управління – стратегії, які згладжують дію кризових явищ, активізують вихід з кризи: стратегія «відступу» - характеризується позбавленням активності; стратегія диверсифікації – може бути як концентричною, так і горизонтальною; малобюджетні стратегії за комплексом маркетингу.

1.2 Після кризове управління – стратегії, спрямовані на ліквідацію наслідків кризи, пошук нових ринкових можливостей: стратегія розвитку ринку – передбачає надання існуючих послуг новим клієнтам на нових ринках; стратегія розвитку послуги – впровадження нової послуги існуючим клієнтам на наявних сегментах ринку; стратегія глибокого проникнення на ринок – спрямована на розширення збуту існуючої послуги існуючим клієнтам на наявному ринку.

2. Залежно від характеру впливу кризи на діяльність АТП:

2.1 Стратегія «скорочення»: стратегія «замороження»; стратегія оптимізації витрат.

2.2 Стратегія «захоплення ринку»: стратегія диверсифікації; стратегія «регіональної експансії».

3. Залежно від концепції антикризового управління:

3.1 Превентивні стратегії, що запобігають виникненню кризи (стратегії пошуку цільових ринків, маркетингові дослідження тощо);

3.2 Стратегії пристосування до дії кризових явищ (стратегії стабілізації, адаптації);

3.3 Стратегії невтручання (стратегії нейтралітету);

3.4 Стратегії, що сприяють розгортанню кризи (стратегії виживання);

3.5 Стратегії виходу з кризи (стратегії росту);

3.6 Стратегії, що спрямовані на боротьбу з негативними наслідками кризи (стратегії виживання та стабілізації);

3.7 Стратегії, що спрямовані на пошук нових можливостей в результаті позитивних післякризових змін (інноваційні стратегії, креативні стратегії тощо).

4. Залежно від критерію малобюджетності:

4.1 Стратегія зниження витрат на маркетинг (скорочення працівників, зменшення бюджету на комунікації тощо)

4.2 Перехід на низькобюджетні маркетингові засоби (вірусний маркетинг, партизанський маркетинг).

4.3 Залежно від прогнозу ситуації на ринку і можливостей самого АТП вибирається тип антикризової маркетингової стратегії: стратегія повернення АТП на ринок; стратегія розвитку ринку; стратегія розробки послуг; стратегія диверсифікації; стратегія відходу з ринку.

5. Залежно від елементів маркетингу-мікс:

5.1 Товарна стратегія: стратегія розвитку послуги; стратегія концентричної диверсифікації; стратегія поліпшення якості наданих послуг; стратегія зміни асортименту наданих послуг.

5.2 Збутова стратегія: стратегія прямої інтеграції; стратегія «регіональної експансії»; стратегія виходу з ринку; переорієнтація на платоспроможних клієнтів; скорочення терміну відстрочок та знижок.

5.3 Цінова стратегія: стратегія гнучких цін; стратегія встановлення цін, нижче, ніж у більшості фірм; стратегія договірних цін; підвищення ціни.

5.4 Комунікаційна стратегія.

6. Залежно від конкурентної позиції та поведінки на ринку:

6.1 Стратегія великих АТП (глибоке проникнення, зняття вершків, стратегія захисту позицій);

6.2 Стратегія середніх АТП (інтенсивний маркетинг, патентна стратегія, інноваційна стратегія);

6.3 Стратегія малих АТП (бенчмаркетинг, стратегія ринкової ніші, інтеграційні стратегії).

7. Залежно від виду кризи виділяють стратегії, які спрямовані на їх подолання:

7.1 Криза збуту (стратегія протягування, стратегія прощтовхування, товарні інноваційні стратегії);

7.2 Криза відносин (маркетинг відносин, стратегічні інтереси стейкхолдерів);

7.3 Фінансова криза (стратегія розвитку ринку та розвитку послуги при здійсненні санації та реструктуризації АТП, стратегія диверсифікації).

Запропонована класифікація не повинна обмежувати дії АТП в процесі вибору тієї чи іншої стратегії, а допомогти керівництву зупинити свій вибір на найкращому варіанті; повинні застосовуватися кожним АТП індивідуально, враховуючи реальний стан АТП, його можливості.

Література: 1. Жаровская Е. П., Бородин Б. Е. Антикризисное управления. М.: Омега-Л, 2014. 375 с. 2. Кірейцев Г. Г. Фінансовий менеджмент. К.: ЦУЛ, 2004. 531 с. 3. Коротков Э. М. Антикризисное управление: Учебник. М.: ИНФРА – М, 2010. 432 с.

## **ДЕВЕЛОПМЕНТСЬКИЙ ПІДХІД ДО ІНВЕСТИЦІЙНО-БУДІВЕЛЬНИХ ПРОЕКТІВ**

Здобувач вищої освіти Дідик А. К.,  
науковий керівник: канд. техн. наук, доц. Бредіхін В. М.  
*Харківський національний університет будівництва та архітектури*

Development – це бізнес в області нерухомості, головне завдання якого одержання прибутку. Девелопер – це фахівець із комерційної нерухомості. Важливо не плутати девелопера з інвестором, тому що девелопером може виступати найманий робітник [1].

Розглядаючи реалізацію проектів у сфері девелопмента, слід зазначити, що існують специфічні відмінності при реалізації інвестиційно-будівельних проектів з погляду девелоперського підходу, їх можна назвати девелоперськими проектами (ДП), і з традиційним способом організації управління інвестиційно-будівельними проектами (ІБП) табл. 1.

Таблиця 1 – Відмінні риси реалізації ІБП із погляду девелоперського підходу (ДП) і традиційного способу організації керування ІСП [2]

Критерій	Інвестиційно-будівельний проект	Девелоперський проект
Одержання соціального ефекту	Необов'язкова умова при реалізації проекту	Обов'язкова умова при реалізації проекту
Включення в проект експлуатаційної стадії	Не включає	Включає як основну
Більш комплексний характер розвитку об'єкту нерухомості	Без обліку комплексного характеру розвитку об'єкта нерухомості	Обов'язковий облік комплексного характеру розвитку об'єкта нерухомості
Нові цікаві інноваційні концепції проектів	Випадкове бачення об'єкта нерухомості	Запропонована концепція об'єкта нерухомості

Продовження табл. 1

Включення передінвестиційної стадії в проект	Необов'язкове дрібне пророблення проекту	Пророблена концепція, що дозволяє побачити значний потенціал ДП у довгостроковій перспективі
Необхідність постійного наскрізного маркетингового супроводу	Немає	Обов'язково
Досягнення від реалізації проекту позитивного економічного ефекту	Необов'язкова умова	Обов'язкова умова
Акцент при процесі реалізації проекту	Акцент на будівельний процес	Акцент на процес інвестування
Необхідність забезпечення прав власності на об'єкт нерухомості	Права власності належать тільки забудовнику	Розмежування прав власності на землю, будови та спорудження
Перерозподіл функцій між учасниками проекту	Генпідрядник – головний у проекті	Девелопер – головний у проекті
Тривалість життєвого циклу проекту	3–8 років	Десятки (сотні) років

У якості першої та найбільш істотної відмінності ДП від ІБП можна відзначити стратегічний пріоритет одержання соціального ефекту від реалізації проекту за рахунок поліпшення якості середовища жителі діяльності. Найчастіше ІБП є проектами крапкової забудови, що приводить до переуцільнення забудови, зниженню якісного перетворення об'єкта нерухомості і, як наслідок, до зниження його вартості.

Наступна дуже важлива відмінна риса ДП – це включення в проект експлуатаційної стадії як основи, що створює соціальний ефект від експлуатації нерухомості.

При реалізації ІБП це виключене, тому що після здачі об'єкта нерухомості в експлуатацію ІБП завершується. Соціальний ефект залишається в обов'язку замовника проекту.

Третя особливість – включення в ДП стадії експлуатації дозволяє досягати більш комплексного характеру розвитку об'єкта нерухомості, тому що саме експлуатаційна стадія є основою, а фокус уваги зміщається від інтересів будівельників у бік вимог експлуатуючої (управляючої) компанії, яка враховує вимоги споживачів нерухомості.

Ще одна особливість полягає в тому, що при традиційному управлінні ІБП замовник має, як правило, концепцію проекту або якоесь бачення об'єкта нерухомості, який він у підсумку повинен звести. У випадку реалізації ДП замовник найчастіше чекає від девелопера нових, цікавих, інноваційних концепцій проектів для одержання максимальних і довгострокових економічного та соціальних ефектів.

Із цього випливає наступне – найважливішою стадією ДП починає виступати також і передінвестиційна стадія, результатом якої є якісно пророблена концепція, що дозволяє побачити значний потенціал ДП у довгостроковій перспективі.

Як висновок слід відзначити важливу відмінність ІБП від ДП – це необхідність постійного наскрізного маркетингового супроводу ДП на різних стадіях його реалізації, тому що швидкозмінюючися, як зовнішні, так і внутрішні умови середовища, можуть значно вплинути на ефективність його здійснення. Виникає необхідність постійного моніторингу, що дозволяє вловити тенденції ринку для своєчасного прийняття управлінських рішень по внесенню змін не тільки конструктивних, але й концептуальних, ведучих до перепрофілювання об'єкта нерухомості, а іноді і до його ліквідації.

Література: 1. В. О. Иностранные девелоперы на украинском рынке [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://cisestate.com/articles/inostrannye-developery-na-ukrainskom>. 2. Пейзер Р. Б., Фрей А. Б. Професійний девелопмент нерухомості. Руководство ULI по веденню бізнесу. Вид-во ULI – THE URBAN LAND INSTITUTE, 2013. 215 с.



## ЧИ ВИЖИВУТЬ ДЕВЕЛОПЕРСЬКІ КОМПАНІЇ В ЧАСИ КРИЗИ?

Здобувач вищої освіти Кривко В.І.,  
науковий керівник: канд. техн. наук, доц. Бредіхін В. М.  
*Харківський національний університет будівництва та архітектури*

Ситуація з карантинном вплинула на роботу багатьох підприємств, в тому числі і на ринок нерухомості. Є небезпека що деякі підприємства можуть збанкрутувати.

Найближче до банкрутства виявляються компанії, які відзначилися підвищеною закредитованістю або володіють великим земельним банком. Володіння землею не означає, що будівництво можна розпочати відразу. Близько двох років у середньому йде у девелопера на збір документів для отримання дозволу на будівництво та затвердження проекту. Відповідно, в умовах швидко зростаючого пропозиції земельні ділянки простоюють без розвитку.

Прокотилася по ринку хвиля великих зльотів та поглинань, і це не виглядає однозначно позитивною. Те, що відбувається швидше схоже на ліквідацію конкурентів і деякі взаєморозрахунки великих власників. Провести оцінку девелоперської компанії можна, але крім матеріальних активів практично всі діючі забудовники володіють нематеріальними перевагами, такими, як адміністративний ресурс. Капіталізувати це при продажу компанії неможливо.

У девелоперського сегмента є два шляхи.

Перший – створення найбільших корпорацій з державною участю, які будуть забезпечувати 70-80% пропозиції.

Другий – діаметрально протилежний: дроблення великих організацій і децентралізація при посиленні законодавства [1].

Перший варіант виглядає більш реалістичним і в той же час більш невтішним. Другий сценарій, пов'язаний з поділом структур і децентралізацією компаній, більш позитивний для нашого ринку. І такий варіант в Україні ще можливий. Тим більше, що в Європі є успішні приклади розвитку ринку цим шляхом. Один з них – у Франції. Як це там працює?

У Франції ринок перенасичений пропозицією, і ціни на житло знижуються. Це сприяло тому, що кілька років тому французький ринок змінив вектор розвитку – раніше пануючи в країні великі девелоперські структури зараз займають невелику частку ринку. Основний масив проектів сконцентрований в руках невеликих будівельних компаній – генпідрядників, які взяли на себе функцію девелоперів і працюють за будівельну маржу.

У Франції існує державна структура, яка володіє майданчиком під будівництво, розробляє всю початково-дозвільну документацію, контролює проведення комунікацій, продумує логістику і інфраструктурну складову. Інвестор позначає суму, яку він готовий вкласти в будівництво (наприклад, 10 млн євро). Держава, в свою чергу, вже на готовому плані пропонує йому відповідні об'єкти і називає умови співпраці: дозволяє вибрати архітектора або призначає свого, видає техніко-економічні плани (ТЕПи), допомагає затвердити проект, розраховує собівартість будівництва і рамки ціни продажу. По суті французький девелопер отримує готову пропозицію і комплекс послуг, йому залишається тільки прийняти рішення і зайнятися безпосередньо будівництвом – документацію та всі дозволи на себе також бере держава. У Франції девелопер несе на собі основну функцію генерального підрядника і отримує ряд розширених обов'язків, таких як подальші продажі і маркетинг проекту. Однак девелопером в нашому розумінні він все ж таки не є [2].

Щоб такий сценарій заробив в Україні, державі необхідно оцінити, наскільки для економіки країни важливий підйом девелоперського сектора в цілому. Забудовники зараз знаходяться між двох вогнів, де з одного боку - делікатний покупець, який шукає дешевих пропозицій, а з іншого – місто, що вимагає для себе безкоштовної

інфраструктури, яка істотно збільшує собівартість будівництва житла. В таких умовах утриматися на плаву буде важко навіть гігантам ринку. Якщо ситуація не зміниться найближчим часом, нас чекає низка банкрутств і створення неповоротких «девелоперських машин» з держсектором в складі.

Література: 1. Кривко В.І. Особливості розвитку девелоперського бізнесу в Україні матеріали XII Міжнародної наукової конференції здобувачів вищої освіти «Проблеми розвитку економіки підприємства: погляд молоді» Харків, С.120-122. 2. Bondarchuk N.V. (2017), “Economic and Institutional aspects of the development formation as an innovative investment infrastructure in the construction industry”, [Електронний ресурс]: *Efektyvna ekonomika* – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua>

## **НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ БУДІВЕЛЬНОЇ ГАЛУЗІ ПІД ЧАС КРИЗИ**

Здобувач вищої освіти Манченко Д.Р.,  
науковий керівник: канд. техн. наук, доц. Бредіхін В. М.  
*Харківський національний університет будівництва та архітектури*

Ринок житла та будівельна галузь давно використовуються як показники сили або слабкості української економіки. Коли економіка млява, ринок житла йде на спад. Якщо будівельні компанії не будують або не підписують будівельних контрактів, це зазвичай свідчить про повільну економіку.

Це відбувається тому, що економіка стосується не тільки грошей, але ще й довіри майбутнього власника житла до компанії та держави. Коли економіка млява, люди не мають впевненості позичати гроші на придбання нерухомості, а також великі будівельні компанії не мають інвестицій для створення масштабних проектів.

Будівництво - це циклічна галузь, що означає, те що коли економіка зростає, ця галузь набирає сили і навпаки [1]. Але коли економіка спаде, то в першу чергу великі будівельні компанії можуть постраждати. Для менших будівельних підприємств це може бути гарною новиною; клієнти можуть не бажати вкладати кошти в масштабніші проекти, але вони можуть забажати, щоб менші проекти були виконані.

Сильна економіка або економіка яка йде на підйом, має наслідком підвищення доходів та заохочення підприємництва. Зростання доходів посилює попит. З впевненістю витрачаючи зайві гроші в кишені, люди часто будуть шукати інвестиції у власність, що ідеально підходить для планування на майбутнє. Будівельна компанія скористається цією фінансовою довірою, створюючи замовлення будівельних проектів для приватних та комерційних замовників.

Зниження доходів або страх фінансової нестабільності збиває впевненість, а це означає, що люди набагато консервативніші не лише в тому, скільки витрачають, а й те на що витрачають. Взяття більших іпотечних кредитів не є першою потребою для багатьох людей, коли економіка млява. Для багатьох підприємств, особливо будівельних компаній, це не є гарною новиною. Вони не бажають будувати масштабні проекти лише для того, щоб вони стояли порожніми, без попиту. У деяких випадках це не обов'язково означає, що немає попиту, але банки не кредитують так вільно, як в кращі часи. Це стосується не лише вітчизняних проектів, але й комерційних будівельних проектів.

«У зв'язку з карантинном робота будівельної галузі за перший квартал 2020 року знизилася. Обсяги будівельних робіт стали менше на 5,5%, ніж за аналогічний період минулого року.» – повідомив президент Конфедерації будівельників України (КБУ).

За даними Держстату, за підсумками січня-березня 2020 року у порівнянні з аналогічним періодом минулого року індекс будівельної продукції склав 94,5%. Індекс будівництва інженерних споруд становив 89,7%, житлових будівель – 89,6%, нежитлових – 107%.

При цьому, нове будівництво склало 46,7% від загального обсягу виробленої будівельної продукції, капітальний та поточний ремонт – 25,8%, а реконструкція та технічне переоснащення – 27,5%.

За 3 місяці підприємства України виконали роботи на 26,1 млрд грн.

У розрізі регіонів лідерами за обсягами виконання будівельних робіт стали:

- Дніпропетровська область – 3,3 млрд грн;
- Харківська область – 2,7 млрд грн;
- Львівська область – 2 млрд грн;
- Київ – 6,5 млрд грн. [2]

Однак у цьому є протилежні міркування. Є компанії, які по-іншому дивляться на економіку. Коли вона млява або йде донизу, це не означає, що всі будівлі зупиняються. Будівельники з поглядом на майбутнє пробують пропонувати різні проекти та обслуговують договори, незалежно від стану економіки.

Наприклад, коли бюджет обмежений, але потрібно знайти правильні рішення для будівництва, клієнти можуть охочіше спробувати "щось інше". Розглянемо, наприклад, модульну будівлю. Сучасна, якісніша версія збірних будівель. На жаль, деякий час такі типи будівель мали погану репутацію. Після Другої світової війни як тимчасове житло вони використовувались далеко за межами свого розквіту. Вони були погано побудовані, вологі та холодні.

Але це не так із сучасною версією попередніх будівель. Модульні будівлі універсальні. Вони можуть взяти фасад старих і традиційних будівель ззовні, а в середині мати відмінну архітектуру, практичний, теплий та екологічний проект.

Але є ще одна перевага у модульних будівель: вони економічно вигідні. Споживаючи менше матеріалів і енергії для будівництва, вони не тільки екологічно безпечніші, ніж традиційні будівельні процеси, вони також потребують менше часу на будівництво. Досі використовуючи кваліфікованих професіоналів для проектування та побудови модульних проектів будівельні мають процвітаючий бізнес із рентабельним продуктом, будь то сильна економіка або що йде на спад.

Постійно з'являються спекуляції в ЗМІ, що стосуються браку житла та того, як нам потрібно будувати скільки тисяч нових будинків. Але ця проблема пов'язана з поєднанням пошуку відповідних земельних ділянок, отримання дозволу на планування та пошуку грошей для інвестицій у такі масштабні проекти.

Література: 1. Вікіпедія [Електронний ресурс] – Режим доступу: [http://https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%91%D1%83%D0%B4%D1%96%D0%B2%D0%B5%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B0\\_%D1%81%D0%BF%D1%80%D0%B0%D0%B2%D0%B0](http://https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%91%D1%83%D0%B4%D1%96%D0%B2%D0%B5%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B0_%D1%81%D0%BF%D1%80%D0%B0%D0%B2%D0%B0) 2. За перший квартал обсяги будівельних робіт знизилися на 5,5% <http://kbu.org.ua/index.php?id=1510>

## **ІНВЕСТИЦІЇ В ОСНОВНІ ЗАСОБИ ЯК ДЖЕРЕЛО ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОЗДАТНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

Здобувач вищої освіти Мокрицька І.Ю.  
науковий керівник: канд. техн. наук, доц. Бредіхін В. М.  
*Харківський національний університет будівництва та архітектури*

Одним із суттєвих чинників, за допомогою яких можливо досягти позитивних зрушень у забезпеченні сталого розвитку, конкурентоспроможності як економіки у цілому, так і окремих товаровиробників, є інвестиції в сучасні, високопродуктивні основні засоби та їх ефективне використання [1].

Основні засоби – 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) [3].

Оскільки в період експлуатації основні засоби мають властивість зношуватись в моральному та фізичному плані, то їх потрібно періодично оновлювати/відтворювати. Для цього підприємство використовує власні чи залучені кошти – інвестиції.

Основні засоби є об'єктом капітальних вкладень, що характеризує взаємозв'язок процесу інвестування та основних засобів. Основні виробничі засоби – матеріально-технічна база виробництва, яка забезпечує виробничий процес та займають близько 85-90% від загальної вартості основних засобів підприємства. Невиробничі основні засоби не беруть участь безпосередньо в процесі виробництва, складають менш вагому частку у загальній вартості основних засобів [4].

Просте й розширене відтворення основних засобів відбувається в безперервному процесі здійснення різних його взаємопов'язаних форм – ремонту, модернізації та заміни окремих елементів засобів праці; технічного переозброєння, реконструкції та розширення діючих цехів, виробництв і підприємств у цілому, а також спорудження нових аналогічних виробничих об'єктів [2]. Тим самим підприємство забезпечує безперервність виробництва та підвищує його ефективність, а також збільшує темп розвитку.

Просте відтворення основних засобів, тобто заміна окремих частин чи проведення ремонтних робіт та заміна старого устаткування, фінансується за рахунок нарахованої суми амортизації. Розширене відтворення, яке передбачає кількісне та якісне збільшення основних засобів чи придбання нових – за рахунок використання частини створеного додаткового продукту, а також таких фінансових інструментів як: кредит, лізинг, інститут спільного інвестування.

Характерними особливостями інвестиційного потенціалу основних засобів є:

- обсяг, структура та класифікація основних засобів;
- технологічний стан та ефективність використання основних засобів;
- фізичний та моральний знос, амортизація основних засобів;
- визначення темпів, форм, методів та резервів використання основних засобів;
- приналежність основних засобів до виду економічної діяльності.

Отже, оновлення, а відповідно фінансування основних засобів необхідне, оскільки це в умовах ринкових відносин та конкуренції, в свою чергу, забезпечує вищий рівень продуктивності та ефективності виробництва.

Література: 1. Зінкевич О. В. Облік основних засобів на етапі реалізації реальних (капітальних) інвестицій / О. В. Зінкевич. // Економіка і суспільство. – 2017. – С. 1127-1133. 2. Колеснік Я. В. Відтворення основних засобів: види, форми та джерела фінансування / Я. В. Колеснік. // Вісник ДДФА: Економіка. – 2009. – С. 130-133. 3. Про затвердження Положення (стандарту) бухгалтерського обліку 7 "Основні засоби" Наказ, [Електронний ресурс]: Положення від 27.04.2000 № 92/ Верховна Рада України. – Режим доступу: <https://ips.ligazakon.net/document/view/REG4509?an=147> 4. Стельмах Х. П. Модернізація основних засобів підприємств в умовах інвестиційного розвитку : 081 / Стельмах Х. П. – Львів, 2018. – 223 с.

## **ІНВЕСТИЦІЙНА ПРИВАБЛИВІСТЬ БУДІВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ ДЛЯ ІНВЕТОРІВ НА ПРИКЛАДІ М. ХАРКОВА**

Здобувач вищої освіти Ограпішвілі І.Г.,  
науковий керівник: канд. техн. наук, доц. Бредіхін В. М.  
*Харківський національний університет будівництва та архітектури*

Практично будь-який напрямок бізнесу в наш час характеризується високим рівнем конкуренції. Сучасний розвиток світової економіки базується на принципі домінування інвестиційно-інноваційної моделі, що викликає особливий інтерес науковців до економіки інновацій. Інвестиції та інновації – дві нерозривно пов'язані

сфери економічної діяльності, що найбільшою мірою були і залишаються уражені кризою.

Актуальність поданої проблематики підтверджується численними дослідженнями іноземних авторів: І. Шумпетера, Дж. Кейнса, С. Фішера, Р. Дорнбуша, Л. Гітмана, І. Бланка, К. Макконела, К. Еклунда, Я. Ван Дейна, А. Кляйнклекса, та вітчизняних науковців, зокрема: В.М. Геєць, Л.М. Борщ, Т.Й. Товт, О.Є. Кузьмін, Г.І. Климкова, М.В. Гаман, Л.І. Федулова, Б.А. Малицький, А.С. Попович та інші. Разом з тим суперечливими залишаються теоретичні та прикладні аспекти функціонування інвестиційно-інноваційного механізму підприємства.

Сприятливі передумови для інноваційно-інвестиційного розвитку матеріально-технічної бази досягаються завдяки ресурсозабезпеченості підприємства. Екстенсивний шлях розвитку економіки призводить до неефективного використання ресурсів, а внаслідок цього — нестачі ресурсів. Бережне використання ресурсів забезпечує формування конкурентоспроможного інноваційно-інвестиційного потенціалу, що стимулює розвиток суб'єктів господарювання [1].

Інвестиційно-будівельна сфера є відкритою системою, що взаємодіє з середовищем. Основні передумови успішної діяльності цієї сфери економіки знаходяться не тільки усередині, але і в зовнішньому середовищі, тобто залежать від зовнішньоекономічних, соціальних і інших відносин у суспільстві.

Інвестиційно-будівельну сферу слід розглядати як певну систему, що складається з ряду підсистем: передпроектна, проектна, виробнича (будівельна) комплектація, експлуатаційна, посередницька, фінансова, планова, результуюча підсистема. Загальноприйнято представляти кожен підсистему як економічний елемент, що має певну самостійність у виборі режиму свого функціонування, діючи в зовнішньому середовищі (сформовану іншими елементами і іншими економічними системами). Кожен елемент системи має свою цільову функцію, свою систему стимулів, і оцінки ефективності техніко-економічних режимів, тому слід забезпечити спільну узгоджену діяльність економічних елементів, тобто вибрати оптимальний режим діяльності усієї системи при одночасному збереженні можливості свободи вибору кожним окремим елементом автономного, власного розпорядку роботи.

Для збереження своїх позицій і досягнення лідерства будівельні компанії змушені постійно розбудовуватися, освоювати нові технології, розширювати сфери діяльності. У подібних умовах періодично настає момент, коли керівництво компанії розуміє, що подальший розвиток неможливий без додаткових інвестицій. Залучення інвестицій у будівельну компанію дає їй додаткові конкурентні переваги та найчастіше є наймогутнішим засобом росту.

Основний і найбільш загальною метою залучення інвестицій є підвищення ефективності діяльності підприємства, тобто результатом будь-якого обраного способу вкладення інвестиційних засобів при грамотному управлінні повинен бути ріст вартості компанії і інших показників її діяльності.

У Харкову та Харківської області зарекомендували себе, такі будівельні компанії як: ПАТ «Житлобуд-1», ТДВ «Житлобуд-2» і інвестиційно будівельна компанія «Авантаж». Об'єкти, що створюються цими будівельними підприємствами, є привабливими для інвестування в силу надійності й досвідченості забудовника.

На прикладі аналізу ПАТ «Житлобуд-1», ТДВ «Житлобуд-2» і інвестиційно будівельна компанія «Авантаж» виявлене:

- наявність стійкого попиту на основну продукцію, що випускається підприємством (будівництво житлових будинків).
- наявність і достатність необхідних виробничих потужностей.
- наявність комплексу ресурсів, необхідних для функціонування виробництва.
- підприємство розташоване близько до основних джерелам сировини, енергоресурсів і споживачам продукції. У зв'язку із цим стан і розвиток інфраструктури

фактично характеризують можливості підприємства по стабільному розвитку в перспективі й потенціал для зниження витрат виробництва.

- надійність і досвідченість забудовників.

Одним із самих складних заходів щодо підвищення інвестиційної привабливості підприємства є проведення реформування (реструктуризації) по такому напрямкові, як реформування виробництва шляхом освоєння нової, комерційно перспективної продукції.

Підводячи підсумки всьому вищесказаному, можна зробити висновок про те, що грамотна інвестиційна політика сьогодні стає головною рушійною силою успішного розвитку підприємства. Адже саме від передбачення й управління майбутнім залежать довгострокові складові успіху підприємства, і тому найбільш повне задоволення запитів споживачів, добробут працівників і рівень доходів акціонерів.

Література: 1. В. О. Сподіна. Інновації та інвестиції сутність і взаємозв'язок. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=2640>  
2. Горчаківська Г. В. Інвестиції як складова ефективної діяльності підприємств будівельного комплексу // Економіка будівництва і міського господарства. – 2017. – Том 5, № 3. – С. 147-152.

## **ПЕРЕВАГИ ВИКОРИСТАННЯ ІНСТРУМЕНТІВ МАРКЕТИНГУ В СФЕРІ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ**

Канд. екон. наук., доц. Бугріменко Р.М.

*Харківський державний університет харчування та торгівлі*

Маркетинг є однією з бізнес-функцій, на яку найбільшою мірою впливають сучасні інформаційні технології. Підприємства роздрібною торгівлі можуть використовувати інтернет для надання постійної інформації, обслуговування та підтримки, створюючи позитивну взаємодію зі споживачами, яка може служити основою для довгострокових відносин і заохочувати довгострокове співробітництво на взаємовигідних умовах та розробки стратегії маркетингу взаємодії із суб'єктами інфраструктури роздрібною торгівлі. В епоху стрімкого розвитку електронної торгівлі, наприклад, навіть кібер-шопінг дозволяє клієнтам сидіти в комфорті свого будинку і купувати свої товари.

В індустріальну епоху терміни «маркетинг» та «маркетинговий інструментарій» був придуманий для позначення необхідності ідентифікації та процесу задоволення потреб споживачів товарів та характеристики взаємодії із суб'єктами інфраструктури роздрібною торгівлі.

У цій системі виробники / продавці не мали прямої взаємодії зі споживачами, що призводило до проблем для виробників у розумінні потреб клієнтів. Щоб уникнути цієї проблеми маркетингологи використовують різні інструменти, такі як реклама, прямий маркетинг та електронна комерція для подальшої розробки стратегії маркетингу взаємодії із суб'єктами інфраструктури роздрібною торгівлі.

Роздрібна торгівля створює можливості з мінімальними капітальними витратами розширювати також ринок електронних продажів як на національному рівні, так і на міжнародному рівні, швидко знаходити покупців і споживачів, постачальників і ділових партнерів, використовуючи можливості взаємодії.

Електронна торгівля – це процес купівлі та продажу або обміну продуктами, послугами та інформацією через комп'ютерні мережі, включаючи Інтернет. Електронна торгівля може приймати різні форми залежно від ступеня цифровізації продаваного продукту/ послуги з доставки, процесу та агента з доставки або посередника.

У традиційній торгівлі всі вимірювання продукту, агента і процесу є фізичними, а в електронній торгівлі всі вимірювання є цифровими, тобто чистою електронною торгівлею, коли клієнти отримують товари або послуги в цифровому форматі.

Результатом наукового дослідження є визначення специфічних характеристик електронної торгівлі в маркетингу, яка забезпечує багато потенційних переваг для споживачів і компаній, а саме:

- дозволяє клієнтам здійснювати покупки або інші операції цілодобово, цілий рік, в будь-якій частині світу;
- надає клієнтам більше можливостей вибору, більш широкий спектр вибору і модулів пошуку, при цьому споживач вибирає товар з масивної бази постачальників і з великої кількості товарів;
- створює умови швидкої доставки, особливо у випадку створення цифрованих продуктів, таких як музика і книги;
- дозволяє клієнтам взаємодіяти з іншими клієнтами в електронних спільнотах і обмінюватися ідеями, а також обмінюватися досвідом;
- дозволяє клієнтам отримувати детальну та актуальну інформацію протягом декількох секунд;
- скорочує час між витратами капіталу і отриманням продуктів і послуг;
- дає можливість брати участь у віртуальних аукціонах;
- полегшує конкуренцію, що призводить до суттєвих знижок;
- знижує витрати на створення, обробку, поширення, зберігання та вилучення паперової інформації;
- підвищення іміджу та якості обслуговування клієнтів [1].

Інтернет-бізнес можна охарактеризувати як середовище, яке дозволяє компаніям і споживачам на ринку електронної торгівлі ефективно взаємодіяти:

- збільшення виручки за рахунок створення нових каналів надходження доходів і збільшення обсягів продажів;
- зниження витрат за рахунок зниження витрат на проведення операцій і накладних витрат;
- поліпшення умов для інвестицій;
- забезпечення безперервності бізнесу (7 днів на тиждень, 24 години на добу) [2].

Наступним підсумком наукових досліджень є визначення автором основних переваг використання інструментів маркетингу в сфері роздрібною торгівлі на основі електронної торгівлі:

- просування продукції: роздрібна торгівля сприяє просуванню товарів і послуг за допомогою прямого, багатого інформацією і взаємодіє контакту з клієнтами;
- пряма економія: вартість доставки інформації клієнтам через Інтернет призводить до істотної економії для відправників;
- обслуговування клієнта: обслуговування клієнта може значно бути збільшено швидкому пошуку інформація он-лайн на основі технологій In-Memory, автоматизованих методів оптимізації стратегії продажів і більш ефективної організації процесів продажів;
- імідж бренду: новачки можуть дуже швидко створити імідж бренду або компанії за рахунок чистої і доступної вартості;
- реклама: у традиційній рекламі використовується масова або пряма реклама-один із способів-комунікація, використовується для того, щоб переконати клієнтів купувати їх товари і послуги;
- процес створення замовлення: прийом замовлень від клієнтів може бути значно покращений, якщо це робиться в електронному вигляді, це економить час і скорочує витрати, тому у продавців є більше часу, щоб продати свої продукти або послуги;

- посередники: у традиційному маркетингу передбачається, що посередники забезпечують кінцевому споживачеві швидкість і час, але розвиток інформаційних технологій перетворює посередництво в усунення інтермедіації;

- цінність для клієнта: традиційний маркетинг намагається максимізувати цінність транзакцій і тут залучення клієнтів є великою метою.

Добре розроблена і чітко сформульована бізнес модель, заснована на маркетинговому інструментарії, а також заснована на електронних процесах створення вартості є центральним пунктом бізнес-стратегії і одночасно джерелом конкурентної переваги у більш складному і динамічному навколишньому світі.

Література: 1. Денисова А.Л. Электронная коммерция: основы организации и ведения бизнеса / А.Л. Денисова, Н.В. Молоткова, М.А. Блюм, Т.М. Уляхин, А.В. Гуськов, Тамбов : ФГБОУ ВПО «ТГТУ», 2012. 88 с. 2. Пестунов М.А. Оценка эффективности институционального механизма Российского рынка электронной торговли. *Вестник Челябинского государственного университета*. 2013. № 8 (299). С. 5-13.

## **ФАКТОРНИЙ АНАЛІЗ ПРИБУТКУ ЯК ВАЖЛИВА СКЛАДОВА ВИЯВЛЕННЯ РЕЗЕРВІВ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

Магістрант Будницька А. О., д-р екон. наук, проф. Янковий О. Г.  
*Одеський національний економічний університет*

В умовах ринкової економіки, коли велика кількість підприємств є збитковими, зростає потреба у визначення причинно-наслідкових зв'язків і залежностей, які пов'язані з процесом формування прибутку на підприємстві. Прибуток є найважливішим індикатором ефективної діяльності підприємства, а також є джерелом власних фінансових ресурсів, які необхідні для функціонування підприємств. Нестача цих ресурсів приводить до виникнення боргів, фінансових криз та банкрутства, а от зростання прибутку призводить до розвитку компаній і, як наслідок, економічного зростання країни.

Важливим є визначення та вимірювання впливу різних чинників на показник, який досліджується, адже всі явища мають взаємопов'язаний та взаємозалежний характер. Під поняттям факторного аналізу розуміється вивчення та вимірювання впливу факторів на результат діяльності, наприклад прибутку. Факторний аналіз був темою для вивчення для багатьох вчених. І.Ф. Полещук, наприклад, писав, що на його думку факторний аналіз – це аналіз впливу окремих факторів (причин) на результативний показник за допомогою детермінованих чи стохастичних прийомів дослідження [1].

Для досконалого вивчення факторного аналізу прибутку використовуємо дані фінансової звітності форми № 2 «Звіт про фінансові результати» за 2017-2018 рр. ТОВ «Стікон». ТОВ «Стікон» – це будівельне підприємство, що займається будівництвом жилих та нежилых приміщень у м. Одеса та Одеській області. Отже, розглянемо факторний аналіз зміни прибутку від операційної діяльності за 2017-2018 рр. (табл. 1) [2].

З табл. 1 видно динаміку основних техніко-економічних показників підприємства. На відхилення суми валового прибутку може впливати декілька факторів: зміна кількості реалізованої продукції, зміна структури реалізованої продукції, а також зміна рівня витрат на 1 грн. реалізованої продукції. У 2018 р. спостерігається збільшення обсягу реалізованої продукції, а це позитивно впливає на валовий прибуток і фінансовий результат підприємства. Збільшення витрат на 1 грн. реалізованої продукції призводить до зменшення валового прибутку, як це відбувається на підприємстві, що аналізується. На ТОВ «Стікон» спостерігається зменшення прибутку порівняно з попереднім роком на 7402 тис. грн. Це могло статись за рахунок таких факторів, як зменшення валового прибутку, що знизився на 887 тис. грн. А ця зміна була спричинено підвищенням собівартості продукції на 5,37 %, також негативно вплинула зміна структури продукції (на 319, 96 тис. грн.).



Таблиця 1 – Факторний аналіз зміни прибутку (збитків) ТОВ «Стікон» від операційної діяльності за 2017-2018 рр., тис. грн.

№	Показник	Форма звітності	Значення показника
<b>Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції (без ПДВ)</b>			
1.	за попередній період	Ф. 2, ряд 035, гр. 4	390955
2.	за звітний період	Ф. 2, ряд 035, гр. 3	408924
3.	коефіцієнт зміни обсягу реалізованої продукції	Ряд. 2 : ряд. 1 табл.	1,04596
<b>Собівартість реалізованої продукції</b>			
4.	за попередній період	Ф. 2, ряд 040, гр. 4	350960
5.	за звітний період	Ф. 2, ряд 040, гр. 3	369816
6.	коефіцієнт зміни собівартості реалізованої продукції	Ряд. 5 : ряд. 4 табл.	1,05373
<b>Валовий прибуток (збиток) від реалізації продукції</b>			
7.	за попередній період	Ряд. 1 – ряд. 4 табл.	39995
8.	за звітний період	Ряд. 2 – ряд. 5 табл.	39108
9.	коефіцієнт зміни валового прибутку у звітному році у порівнянні з попереднім	Ряд. 8 – ряд. 7 табл.	-887
<b>Зміна валового прибутку (збитку) за рахунок факторів:</b>			
10.	зміни обсягу реалізованої продукції	Ряд. 7 × (ряд. 6 – 1) табл.	2159,73
11.	зміни структури продукції	Ряд. 7 × (ряд. 3 – ряд. 6) табл.	-319,96
12.	зміни рівня витрат на 1 грн реалізованої продукції	Ряд. 2 × [(ряд. 5 : ряд. 2) – (ряд. 4 : ряд. 1)] табл.	2453,54
13.	Загального впливу факторів	Ряд. 10 + ряд. 11 + ряд. 12 табл.	-613,77
<b>Адміністративні витрати</b>			
14.	за попередній період	Ф. 2, ряд 070, гр. 4	15476
15.	за звітний період	Ф. 2, ряд 070, гр. 3	15505
16.	Зміна суми адміністративних витрат у звітному періоді порівняно з попереднім	Ряд. 15 – ряд. 14 табл.	29
<b>Витрати на збут</b>			
17.	за попередній період	Ф. 2, ряд 080, гр. 4	8968
18.	за звітний період	Ф. 2, ряд 080, гр. 3	11939
19.	зміна суми витрат на збут у звітному періоді порівняно з попереднім	Ряд. 18 – ряд. 17 табл.	2971
<b>Інші операційні доходи</b>			
20.	за попередній період	Ф. 2, ряд 060, гр. 4	7298
21.	за звітний період	Ф. 2, ряд 060, гр. 3	6118
22.	зміна суми інших операційних доходів у звітному періоді порівняно з попереднім	Ряд. 21 – ряд. 20 табл.	-1180
<b>Інші операційні витрати</b>			
23.	за попередній період	Ф. 2, ряд 090, гр. 4	3738
24.	за звітний період	Ф. 2, ряд 090, гр. 3	6073
25.	зміна суми інших операційних витрат у звітному періоді порівняно з попереднім	Ряд. 24 – ряд. 23 табл.	2335
26.	зміна суми прибутку (збитку) від операційної діяльності	Ряд. 9 – ряд. 16 – ряд. 19 + ряд. 22 – ряд. 25 табл.	-7402

*Джерело сформовано авторами*

Зростання адміністративних витрат, витрат на збут та інших операційних витрат на 29 тис. грн., 2971 тис. грн. і 2335 тис. грн. відповідно збільшило збиток підприємства від операційної діяльності. До того ж зменшилися й інші операційні доходи на 1180 тис. грн., що теж вплинуло негативно.

Після проведення цього аналізу і виявлення факторів впливу на прибуток підприємства від операційної діяльності можна виявити резерви зростання прибутку (табл. 2).

Таблиця 2 – Резерви зростання прибутку ТОВ «Стікон» від операційної діяльності

№	Фактори, що вплинули на зміну прибутку	Значення, тис. грн.
1	Зміна валового прибутку	887
2	Зміна суми адміністративних витрат	29
3	Зміна суми витрат на збут	2971
4	Зміна суми інших операційних доходів і витрат	3515
Всього		7402

*Джерело сформовано авторами*

Так, за розрахунками в табл. 2 резерви росту ТОВ «Стікон» складають 7402 тис. грн. Після визначення резервів зростання прибутку підприємства можна зробити висновок щодо необхідності удосконалення економічного механізму: дотримання укладених договорів з постачальниками (через те, що постачальники не виконують свої замовлення в договорений час, підприємство має збитки), підвищення ефективної діяльності відділу збуту, приділити увагу зменшенню собівартості продукції, адже вона значно зросла у звітний період, покупка та застосування нових технологій і засобів для підвищення ефективності роботи підприємства та зменшення таким чином собівартості продукції, а також зниження непередбачених витрат і втрат.

Всі чинники в більшій або меншій мірі впливають на результат діяльності підприємств. Але вміння виявити фактори найбільшого впливу – важливий етап в аналізі діяльності підприємства, адже тільки з їх допомогою воно може отримати максимальний прибуток.

Література: 1. Полещук І. Ф. Особливості факторного аналізу прибутковості підприємства // Полещук І. Ф., Волощук Ю. В., Галкіна І. В. // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: – <http://intkonf.org/kpedn-poleschuk-ifvoloschuk-yuv-galkina-iv-osoblivosti-faktornogo-analizupributkovosti-pidprijemstva>. 2. Форма № 2 «Звіт про фінансові результати» за 2017-2018 рр. ТОВ «Стікон».

## ЦИФРОВА ЕКОНОМІКА В БУДІВНИЦТВІ

Канд. фіз-мат. наук, доц. Волощук М. А.

*Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Ст. викл. Проценко О. М., канд. техн. наук, доц. Герасименко В. В.

*Харківський національний університет будівництва та архітектури*

Для будівництва перехід до цифрової економіки відкриває широкі можливості для того, щоб багато на що подивитися з нової точки зору. Цифрова економіка виступає у цьому випадку як нова основа для взаємодії держави, бізнесу та науки. Цифрофізація та стандартизація процесів будівництва покликані забезпечити значний імпульс процесам керування будівництвом, які повинні бути переглянуті та, при необхідності, скореговані. Тоді підвищена продуктивність створить нові якісні робочі місця, одночасно підвищуючи свою цінність і для будівництва. З іншого боку, існують деякі

проблеми, що пов'язані із цифрофізацією, такі, як конкуренція на ринку праці та пов'язаний з нею високий рівень прозорості.

У вихідному значенні цифрофізація – це процес створення цифрових образів фізичних об'єктів. Ґрунтуючись на цьому значенні та початковій оцифровці світлових і звукових сигналів, тепер цифрофізація виглядає як зміна процесів за рахунок використання цифрових технологій. Можна розглянути різні потенціали впровадження цифрофізації на різних етапах проекту або життєвого циклу будинку або інфраструктури – від стратегії до планування та від будівництва до використання та утилізації.

Етап I – стратегія. Ініціатива проекту, візуалізація за допомогою розширеної, змішаної або віртуальної реальності дозволяє поліпшити варіанти досліджень, що позитивно впливає на процес прийняття рішень. Крім того, обмін інформацією за допомогою оцифрування може бути значно більш прозорим на цих ранніх етапах проекту. Прикладами цього можуть слугувати проектні платформи, на яких можна було б одержати зрозумілу інформацію для учасників.

Етап II – ініціювання проекту. На третьому етапі проекту планування розглядається як найбільший потенціал оцифрування при комплексному BIM. Завдяки комплексному плануванню та координації до початку будівництва помилки планування зводяться до мінімуму, а колізії сутічок виправляються на моделі заздалегідь. Усі будівельні стандарти можуть бути перевірені на відповідність на основі існуючої моделі планування (автоматичний запит довжини шляхів евакуації, затінення і т.п.). Залучаючи багатьох учасників проекту на ранньому етапі планування, можуть бути застосовані численні можливості оптимізації. Дотримуючись даних рішення про реалізацію, конкурсні торги можуть проводитися на основі цифрової моделі [1]. Розподіл планованого об'єкта будівництва на види будівельних робіт і позиції загалом більше не потрібні. Це полегшує обробку тендера як для клієнта, так і для підрядника. Обсяги робіт більше не визначаються вручну або частково цифровими розрахунками на основі документів плану, а повністю автоматично зчитуються з моделі. Надані пропозиції легше оцінюються клієнтом.

Під час етапу IV – виконання, заплановані роботи поступово включається до існуючої моделі. На будівельному майданчику щоденна звітність і щоденні звіти про будівництво записуються та обробляються в цифровому вигляді. Транспортування матеріалів і компонентів оснащено системами відстеження, що дозволяє точно призначити позицію. Примітки до відправлення та параметри матеріалу записуються в цифровому вигляді, подаються централізовано і присвоюються окремим компонентам, що забезпечує повну документацію про успішність проекту. Біллінг створюється безпосередньо із сервісної документації та моделі інвентаризації. Для масових будівельних об'єктів, таких наприклад, як грабарства, дрони використовуються для виміру рівнів землі. Готові деталі, модульні системи та компоненти від 3 D-Принтера прискорять виробничий процес і збільшують вимоги до логістики.

При передачі будівельного об'єкта одночасно буде надано операційну систему. Сюди входить уся необхідна інформація про будинок для операції.

У фазі V – використання – можливості оцифрування генеруються Iot і Bigdata. Пристрої повідомляють оператора, коли і як їх потрібно обслуговувати або замінити. Автоматичне вимикання освітлення при виході з кімнати заощаджує енергію. Вентиляція регулюється автоматично залежно від присутніх осіб і бажаного кліматичного фону. Завдяки збору даних про будівництво, цю операцію можна буде додатково оптимізувати й адаптувати.

Коли будинок демонтується, він може слугувати сховищем сировини з кількостями та матеріалами, відомими із цифрової моделі. Чіткого визначення або опису терміна Building Information Modeling (BIM) дотепер немає в літературі. Інтерпретація та тлумачення цього терміна багато в чому залежить від точки зору або підходу учасників проекту.

Планувальники, підрядники, урядові організації та постачальники програмного забезпечення - кожен має свою власну точку зору на BIM. Хоча припустимо визначення скоріше підкреслює думка про будівельні дані, в інших визначеннях більше уваги приділяється процесам, які відбуваються на виникненні та зміні цих даних.

Останнім часом термін «BIM технології» усе частіше вживається не тільки в середовищі проектувальників, але й на рівні законотворців. Скорочення термінів, вартості та забезпечення якості будівництва – все це виступає як головний аргумент, що звучить на користь впровадження цих технологій. Питання полягає в застосовності їх у широкому масштабі практики проектування та можливих «підводних каменях» даного впровадження. Сам термін є аббревіатурою з англійської «Building Information Modeling», що перекладається як «інформаційне моделювання будинків». Однак дані технології можуть бути застосовні і для інших будівельних об'єктів, таких як мости, промислові об'єкти, трубопроводи та т.п. Проектувальники, що використовують BIM технології, кажуть про те, що в основі BIM лежить тривимірна інформаційна модель, на базі якої організована спільна робота. Крім цього виникає необхідність розробки нових професійних стандартів, документів і нормативних актів. Першочерговими завданнями є:

- «підготовка змін у нормативні правові й нормативнотехнічні акти, що забезпечують розробку та експертизу проектів в області промислового й цивільного будівництва з використанням технологій інформаційного моделювання, з наступним впровадженням BIM як обов'язкової дисципліни при розробці й експертизі проектної документації;

- впровадження із профільними міністерствами в систему державної обов'язкової і додаткової освіти відповідних програм навчання;

- підготовка замовників, будівельників, виконавців підрядних робіт до використання методів цифрового моделювання та багатомірних цифрових моделей» [2]. Серед переваг впровадження BIM технологій виділяють: підвищення точності проектної документації, їх доступність для сприйняття замовником шляхом 3D-Візуалізації, зниження термінів проектування, будівництва, вартості будівництва та експлуатації об'єкта нерухомості [3].

Окремим питанням стоїть підготовка фахівців в області експертизи: їх навчання, створення робочих місць, вибору програмного забезпечення. У планах і реалізація єдиної платформи для роботи в BIM. Однак, здійснити всі етапи впровадження буде досить складно, воно може виявитися високо витратним і створити проблему для малого бізнесу. Мова, швидше за все, повинна йти про доцільність використання BIM технологій у тому або іншому проекті. Проекти малого та середнього бізнесу можуть бути досить простими, виконуватися за допомогою відомих засобів моделювання й не вимагати 3D візуалізації.

Література: 1. Goger, G. Empfehlungen für zukünftige. Forschung und Innovationen / G. Goger, M. Piskernik, H. Urban.// Berichte aus Energie- und Umweltforschung, – 2/2019.– С. 82-86. 2. Навіщо нам BIM? А якщо не впровадимо? // Галузевий журнал «Будівництво» [www.ancb.ru](http://www.ancb.ru) – С. 34. 3. Метод інформаційного моделювання. Інформаційна модель будинку. Група компаній ВиПС. – 2019. – [www.vipsgroup.com](http://www.vipsgroup.com).

## **МАРКЕТИНГОВІ ТЕХНОЛОГІЇ В СФЕРІ ТОРГІВЛІ ПЕРВИННОЮ ЖИТЛОВОЮ НЕРУХОМІСТЮ**

Канд. екон. наук, доц. Гелеверя Є. М., ст. гр. ПТЗм-21 Борзенкова А. О.  
*Харківський національний університет будівництва та архітектури*

Для того, щоб маркетингові технології в сфері торгівлі первинною житловою нерухомістю працювали, потрібно розробити стратегію рекламної кампанії. Велика частина власників і керуючих підприємств схильні використовувати одиничні рекламні акції. Нерідко вони прибігають до них у крайніх випадках як до «швидкої допомоги» і

чекають негайних позитивних результатів. Такий «кавалерійський» підхід важко назвати рекламою в сучасному змісті слова, і він навряд чи може принести очікувані «плоди» у виді збільшення збуту.

Іншим підходом служить розробка стратегій рекламної кампанії. Цей підхід дозволяє уникнути помилок при проведенні реклами. Він дозволяє мінімізувати ризики зв'язані з непорозумінням споживача, він дозволяє підвищити ефективність реклами. Тобто розробка стратегії рекламної кампанії дає фірмі успішно справлятися зі своїми проблемами збуту, навіть дозволяє успішніше конкурувати з іншими фірмами. Якщо фірма розробляє стратегію рекламної кампанії, вона уникає багатьох помилок при її проведенні і робить таку рекламу, що спрямована на споживача більш точно, чим необдумані і безглузді рекламні акції, що часом просто шкодять фірмі, наприклад знижуючи її імідж.

Закордонний досвід давно вже показав наскільки великий значення розробки рекламної компанії, як одного з засобу стимулювання продажів і створення іміджу фірми. Основне джерело розробки стратегії рекламної кампанії – загальна програма маркетингу. Виходячи з цього і формуються мети рекламної кампанії. Тобто яким шляхом сплановані всі заходи щодо стимулювання збуту, які мети перед собою ставить фірма в області споживача (його нестатків, запитів, потреб), так і повинна діяти рекламна кампанія. Адже якщо допустимо ціль маркетингу – збільшити обсяг продажів, те ціль рекламної кампанії повинна бути – змусити споживача купувати товар, тобто впливати на нього так щоб він більше купував. А якщо ціль рекламної кампанії буде закріпити образ фірми в очах споживача, те така нестиківка цілей приведе до не досягнення в остаточному підсумку загальної мети організації, тому що мети маркетингу прямо виходять із загальної мети організації.

Рекламна кампанія як маркетингова технологія – це комплекс рекламних заходів, об'єднаних метою (цілями), для реалізації маркетингової стратегії рекламодавця шляхом спонукання заданого кола споживачів до дії за допомогою рекламних звертань.

У наші дні концепція реклами і концепція маркетингу полягає в тому самому, у центрі, що в маркетинговій діяльності, що в рекламній коштує споживач.

Виробник, перш ніж почати випуск продукції досліджує споживача, а потім використовує отримані зведення у визначенні цілей маркетингу і реклами.

Ціль реклами, як правило, зводиться до того, щоб переконати потенційних покупців у корисності товару і привести до думки про необхідність купити його.

Фірма повинна чітко представляти мету реклами, тобто навіщо буде проведена рекламна кампанія. Ціль може полягати у формуванні імені, престижу фірми, для того, щоб згодом зайняти міцне положення на ринку. Метою може бути просто збут товару. Іншими словами цілі можуть бути економічними і неекономічними, чи реклама може носити чисто економічний або неекономічний характер. Розраховувати на високу ефективність реклами з економічними цілями не завжди можливо, тому що практично завжди подібна реклама припускає придбання товару споживачем майже «миттєво». У принципі реклама неекономічного характеру домагається теж економічних цілей. Інша справа, що вона це робить не прямо, а опосередковано.

Література: 1. Дайновський Ю.А. Маркетингові прийоми. - К.: А.С.К., 1998. – 112 с. 2. Денисон Д., Тоби Л. Учебник по рекламе. – Минск: СЛК, 1996. – 320 с. 3. Королько В.Г. Паблік рилейшнз: наукові основи, методика, практика. – К.: Скарби, 2001. – 399 с. 4. Маркетинг: основи теорії і практики / Вачевський М.В., Вачевський О.М., Стасишин Б.О. та ін. – Львів: Каменяр, 1999. – 223 с. 5. Норціна Н.І. Маркетингова політика комунікацій: Курс лекцій. – К.: МАУП, 2003. – 120 с. 6. Примак Т.О. Маркетингові комунікації. – К.: Ельга, Ніка-Центр, 2003. – 300 с. 7. Примак Т.О. Маркетингові комунікації в системі управління підприємством. – К.: Експерт, 2001. – 387 с.

## ЗАКОРДОННИЙ ДОСВІД ПРОГРАМУВАННЯ ТА ПРОГНОЗУВАННЯ ГОСПОДАРСЬКИХ ПРОЦЕСІВ

Канд. екон. наук, доц. Гелеверя Є. М., ст. гр. ПТ-50 Тарабан Л. В.  
*Харківський національний університет будівництва та архітектури*

У країнах з ринковою економікою нагромаджено багатий інструментарій застосування підприємствами, організаціями, усіма товаровиробниками ринкового механізму. Він постійно вдосконалюється і пристосовується до потреб розвитку економіки, умов залучення кожної країни до міжнародного поділу праці.

Закордонний досвід програмування та прогнозування господарських процесів досліджувався у наукових працях Геєця В.М., Гелевері Є.М., Данилишина Б.М., Кизима М.О., Манцурова І.Г., Пірожкова С.І., Харічкова С.К. та ін. [1-7]

Як показує світовий досвід, програми стабілізації економіки можуть реалізовуватись переважно двома шляхами – еволюційним і через так звану шокову терапію, тобто за максимально короткий час.

Щодо використання в Україні зарубіжного досвіду соціально-економічного розвитку існують дещо полярні погляди. Дехто вважає, що нашій країні немає потреби переймати досвід інших, оскільки ми самі здатні розв'язати свої економічні проблеми. Ті, хто дотримуються протилежної думки, пропонують взяти модель будь-якої розвиненої країни і "пересадити" її на вітчизняний ґрунт. Очевидно, в процесі переходу до нової економічної моделі потрібно насамперед зважати на умови й особливості існування країни, керуватись опрацьованою програмою суспільного розвитку. Орієнтація суспільного розвитку на регульовану планово-ринкову економіку висуває необхідність максимально використовувати прогресивний зарубіжний досвід.

Багато економічно розвинених країн світу в різні часи потрапляли в надзвичайно складні ситуації. Деякі з них постраждали від наслідків війни (Японія, Німеччина), на інших позначились особливості політичної структури (Іспанія, Португалія), а також специфіка історичного розвитку (Бразилія, Туреччина, Південна Корея). Кожна з цих країн шукала виходу з несприятливого економічного становища власним шляхом. Однак аналіз показує, що є й спільні моменти. Насамперед це глибокий аналіз, науковий розрахунок, об'єктивне та всебічне оцінювання стану справ в економіці, соціальній сфері, виявлення факторів, що зумовлюють економічні труднощі. У результаті можна визначити стан справ у виробництві, ступінь диспропорцій, оцінити реальні можливості виходу з кризової ситуації.

У соціальній сфері багато залежить від диференціації доходів населення, становища різних його верств, ступеня незадоволення життєвими благами. Нарешті, потрібно враховувати політичну ситуацію й рівень довіри населення заходам, що запроваджуються. Досвід багатьох країн (наприклад Швеції) показує, що першочергове значення має віра населення у правильність окреслених заходів, у реальність можливості виведення країни з кризи. В результаті можна вживати не лише заходів, що забезпечують негайний ефект, а й часом непопулярних заходів, які будуть продуктивними в найближчій перспективі. Такий комплексний підхід до розв'язання подібних завдань важливий і для нашої країни.

Як показує світовий досвід, програми стабілізації економіки можуть реалізовуватись переважно двома шляхами – еволюційним і через так звану шокову терапію, тобто за максимально короткий час.

У повоєнний період еволюційним шляхом ішла Франція. Другий, більш динамічний шлях обрала Західна Німеччина. І сьогодні в деяких країнах виявляється чимало відмінностей у підходах до стабілізації економіки. Так, Туреччина реалізувала програму виходу з кризової ситуації приблизно протягом восьми років, тоді як Польща поставила за мету вийти з такого становища набагато швидше.

Ураховуючи незвичайну складність створення ефективних ринкових інструментів і відсутність належного досвіду, варто уважно вивчити практику державного регулювання у країнах, які, скориставшись таким механізмом, досягли позитивних зрушень у своєму поступі. До таких країн, наприклад, належить Франція. Механізм державного регулювання економіки у Франції має власну історію і вирізняється різноманіттям економічних і фінансових інструментів. Нині особливо важливу роль відіграють стратегічне планування, заохочення конкуренції, управління цінами, контроль за оплатою праці, оподаткування підприємств і фірм.

Система планування у Франції – своєрідний продукт ринкової економіки. Разом із національним ринком вона пройшла певну етапність. Так, повоєнний період характеризувався досить сильним втручанням в економіку органів управління. Необхідність швидкої відбудови продуктивних сил і наявність величезного державного сектору зумовлювали прийняття директивних, обов'язкових планів для підприємств. Так, перший план, прийнятий у Франції у 1945 р., визначив обсяги виробництва сталі (у тоннах), електроенергії (у кіловатах), установив ціни на всі вироби й систему контролю за ними, обмінний курс франка і т. ін.

У країнах із соціальною ринковою економікою, на яку орієнтується Україна, повноваження держави з економічного регулювання ще ширші.

ФРН – класична країна із соціальним ринковим господарством, де державним механізмом регулювання охоплено нині майже половину створюваної валової вартості та більше половини зайнятих у народному господарстві. Варто нагадати, що статистика ФРН ураховує лише ті сфери економіки, де рівень державного регулювання найвищий, і лишає поза увагою галузі з низьким рівнем державного втручання та галузі, що регулюються опосередковано.

Глобальна мета державного регулювання конкретизується в таких спеціальних завданнях:

- сприяння організації ринку і ринково-конкурентних відносин; вирішення економічних та економіко-організаційних питань, що висуваються окремими впливовими групами економічних суб'єктів;
- досягнення економічних, політичних, соціальних і фіскальних цілей, спрямованих на підтримку та забезпечення ринкового порядку в країні;
- коригування розподілу ресурсів з метою впливу на народногосподарську структуру та структуру національного продукту.

Різні завдання потребують певної форми державного втручання: прямого адміністративного, з одного боку, і суто економічного впливу – з іншого. З огляду на це в системі державного регулювання можна виокремити два рівні: ринково-організаційний і фінансовий.

Ринково-організаційне регулювання є зовнішнім галузевим втручанням у промисловість і свободу договорів, що здійснюється з причини відмови окремих галузей від загальних принципів ринкового порядку. Практика ФРН показує, що ринково-організаційне регулювання є також формою економічної макрополітики. Як носій політики економічного порядку держава контролює ринкову поведінку всіх економічних суб'єктів.

Узагальнюючи досвід зарубіжних країн, відзначимо низку характерних ознак у їхній плановій діяльності.

По-перше, спостерігаються значні відмінності в термінології: у Франції – індикативні плани, в Норвегії – п'ятирічні та річні плани і національні бюджети, в Японії – довготермінові плани, в США – бюджети і фінансові плани, в країнах ЄС – стратегічні плани.

По-друге, в більшості країн створені спеціальні служби (комісії, департаменти, відділи) для здійснення функцій планування, прогнозування і програмування.

По-третє, конкретність планових розробок у різних країнах різна і залежить від частки державного сектора в національній економіці.

По-четверте, на відміну від планування в Радянському Союзі, заснованому на партійному принципі, в країнах Заходу воно – нейтральне.

У світовій практиці планування виділяються декілька найпоширеніших моделей.

Для країн з перехідною економікою характерною є модель переходу від директивного, адміністративного до індикативного планування, з якого виходять пропозиції щодо розвитку окремих сфер, секторів, визначаються пропорції. При такій моделі планування не належить до системи державного регулювання економіки і розглядається паралельно з ним у складі функцій державної влади та центрального економічного органу.

Модель Оскара Ланге (модель ринкового соціалізму) побудована таким чином, що центральні планові органи не дають вказівок щодо планових обсягів продукції кожному товаровиробникові, а лише визначають ціни. З їх допомогою держава відіграє роль виконавця.

Більш ефективною є модель, де планування розглядається як засіб регулювання в поєднанні з іншими інструментами державного впливу. Структура і організаційні форми системи господарської системи регулюються і державою, і ринком.

Існують моделі, в яких взаємовідносини між плануванням і регулюванням розглядаються як паралельні, взаємодоповнюючі. Проблеми, які не можуть вирішитися з допомогою регулювання, розв'язуються в процесі планування, і навпаки.

Отже, зарубіжний досвід свідчить, що, формуючи власну національну модель управління ринковим народним господарством, можна забезпечити поєднання плану і ринку.

Література: 1. Геєць В. М. Інноваційні перспективи України / В. М. Геєць, В. П. Семіноженко. – Харків: Костанта, 2006. – 272 с. 2. Соціально-економічний потенціал сталого розвитку України та її регіонів: вектори реального поступу: національна доповідь / за ред. акад. НАН України Е.М. Лібанової, акад. НААН України М. А. Хвесика. – К.: ДУ ІЕПСР НАН України, 2017. – 864 с. 3. Данилишин Б. М. Наукові основи прогнозування природно-техногенної (екологічної) безпеки : монографія / Б. М. Данилишин, В. В. Ковтун, А. В. Степаненко. – К.: Лекс Дім, 2004. – 551 с. 4. Економічне оновлення регіону: аналіз ситуацій та рішення: [монографія] / кер. авт. колективу Б. В. Буркинський, С. К. Харічков; НАН України, Ін-т пробл. ринку та екон.-екол. дослідж. - Одеса, 2008. - 494 с. 5. Форсайт-прогнозування пріоритетних напрямів розвитку нанотехнологій і наноматеріалів у країнах світу й Україні : монографія / М. О. Кизим, І. Ю. Матюшенко, І. В. Шостак, М. О. Данова. – Х.: ВД «ІНЖЕК», 2015. – 272 с. 6. Манцуров І. Г. Державна політика регіонального розвитку України: інформаційно-аналітичне забезпечення розробки та реалізації: монографія / І. Г. Манцуров, З. П. Бараник, О. Ю. Рудченко, С. Г. Дрига, Я. В. Храпунова та ін.; [за заг. науковою редакцією д.е.н., професора, члена-кореспондента НАНУ І. Г. Манцурова]. – К.: КНЕУ, 2018. – 363 с. 7. Гелеверя Е. М. Управление инновационным развитием жилищной сферы экономики региона в условиях децентрализации // Сучасні питання економіки і права: зб. наук. праць. – К.: КиМУ, 2015. – Вип. 2(10). – С. 28-34.

## **СТРАТЕГІЯ УПРАВЛІННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИМ КАПІТАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА**

Канд. екон. наук, доц. Гелеверя Є. М., ст. гр. ЕП-41 Черкашин О. О.  
*Харківський національний університет будівництва та архітектури*

На сучасному етапі економічних перетворень України зростає роль інтелектуального капіталу на будівельних підприємствах. Будівельна галузь забезпечує функціонування майже 30 інших сфер народного господарства, вирішує проблеми



активізації інвестиційно-інноваційного розвитку, формування високотехнологічного виробництва, зростання якості й рівня використання робочого капіталу тощо.

Питанням розробки стратегії управління інтелектуальним капіталом підприємства, підвищення ефективності використання нематеріальних активів та інтелектуальної власності присвячені вивчені нами наукові праці Геєця В., Гелевері Є., Дорожко Г., Кендюхова О., Орлюк О. та інших видатних науковців. Використання нематеріальних активів у сфері управління розвитком житлової сфери економіки - найважливіший напрям удосконалення систем управління житловою політикою як на загальнодержавному, так й на регіональному рівнях. Об'єкти інтелектуальної власності підприємства прискорюють проведення економічних реформ, сприяють повнішому врахуванню впливу економічних і соціальних факторів на результати діяльності господарських суб'єктів, обумовлюють підвищення прибутковості.

Разом з тим практичне використання нематеріальних активів у процесах відновлення міського житла на будівельних підприємствах не достатньо поширено. Такий факт встановлено нами у ході техніко-економічної практики на будівельних підприємствах нашого регіону, що й послужило причиною вибору теми цієї доповіді та обумовлює її актуальність.

Нами визначено групи галузей в залежності від особливостей формування (аккумуляції) та комерціалізації (використання) інтелектуального капіталу. Встановлено, що будівельна галузь – є галуззю з домінуванням постачальника інтелектуального продукту, де інновації і технології «зароджуються» у постачальників і лише потім викликають відповідні зміни у виробничій системі.

Цілком зрозуміло, що перехід людства до постіндустріального суспільства, а далі до інформаційного, основою якого стає «економіка знань», висуває нові вимоги до проектування бізнес-процесів та формування відповідних структур управління нематеріальними активами.

Стратегічними компонентами нематеріальних активів будівельного підприємства будуть:

- знання, вміння, навички, інформація, компетентність працівників – як фактори виробництва;
- об'єкти промислової власності, об'єкти авторського права, ноу-хау – як об'єкти права інтелектуальної власності;
- права на торгові знаки, права на об'єкти промислової власності, авторські права, гудвіл – як нематеріальні активи, якими володіє підприємство.

Інтегральна оцінка нематеріальних активів підприємства ґрунтується на виборі інструментарію оцінки. Наявність інтелектуального капіталу встановлюється шляхом зіставлення ринкової вартості акціонерного капіталу і балансової вартості активів.

У той же час цей стратегічний метод, на нашу думку, має певні обмеження для застосування для значної кількості вітчизняних будівельних підприємств. До найвагомішого аргументу, що спричинює обмеженість застосування ринкової вартості при розрахунку величини інтелектуального капіталу, варто віднести сумнівність ринкової капіталізації корпоративного сектора вітчизняної економіки. Причину такого становища вбачаємо в тому, що основна кількість підприємств є корпоративними утвореннями лише за формальними ознаками, оскільки в обігу фондового ринку перебувають акції небагатьох акціонерних товариств, попит на ці акції низький, а власникам акцій дивіденди не виплачуються.

Література: 1. Геєць В. М. Інноваційні перспективи України / В. М. Геєць, В. П. Семіноженко. – Харків : Костанта, 2006. – 272 с. 2. Бутнік-Сіверський О. Б. Інтелектуальна власність в інноваційній сфері: економіко-правовий аспект / О. Б. Бутнік-Сіверський // Інтелектуальна власність та інновації: міжнародний науково-практичний семінар, м. Київ, 25-26.03.2013. – К., 2013. – С.1-15. 3. Гелеверя Е. М. Управление инновационным развитием жилищной сферы экономики региона в

умовлях децентрализацiї // Сучаснi питання економiки i права: зб. наук. праць. – К. : КиМУ, 2015. – Вип. 2(10). – С. 28-34. <http://www.kyumu.edu.ua/sychasni-putannya-ekonomiku.html>

4. Гелеверя Є. М. Еволюцiйнi передумови розвитку та сучасний стан системи iнтелектуальної власностi в Українi // Глобальнi та нацiональнi проблеми економiки. – Миколаїв, МНУ ім. В. О. Сухомлинського, 2018. – Вип. 21. – Електронне фахове видання. <http://global-national.in.ua>

5. Гелеверя Є. М. Iнтелектуальна власнiсть у соцiально-економiчних системах будiвельної галузi: теоретичнi та прикладнi аспекти // Глобальнi та нацiональнi проблеми економiки. – Миколаїв, МНУ ім. В. О. Сухомлинського, 2016. – Вип. 14. – Електронне фахове видання. <http://global-national.in.ua>

6. Гелеверя Є. М. Удосконалення економiко-правового режиму амортизацiї iнтелектуальних активiв будiвельними пiдприємствами / Гелеверя Є. М., Загоруйко О. О. // Вiтчизняний та свiтовий досвiд правового регулювання вiдносин у сферi iнтелектуальної власностi : Збiрник наукових праць за матерiалами VII Всеукраїнської науково-практичної iнтернет-конференцiї (27 квітня 2018 р.) / За заг. ред. О. В. Черевка, О. П. Орлюк. – Черкаси: Черкаський нацiональний унiверситет ім. Б. Хмельницького, 2018. – С. 55-59.

7. Дорошко Г. К. Проблеми iдентифiкацiї об'єктiв iнтелектуальної власностi в бухгалтерському облiку / Г. К. Дорошко, О. В. Балашова // Теоретичнi i практичнi аспекти економiки та iнтелектуальної власностi. – 2013. – Вип. 1(3). – С. 51-54.

8. Орлюк О. П. Захист прав iнтелектуальної власностi в контекстi європейської iнтеграцiї / О. П. Орлюк // Вiсник Нацiональної академiї правових наук України. – 2016. – № 3. – С. 58-74.

9. Кендюхов О. Гносеологiя iнтелектуального капiталу / О. Кендюхов // Економiка України. – 2003. – № 4. – С. 28-33.

## АКТУАЛЬНІСТЬ РОЗВИТКУ КРЕАТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ В УКРАЇНІ

Викл. Головка-Марченко І.С., здобувач вищої освіти Гуца Я.С.  
*Харківський національний університет будівництва та архітектури*

Розвиток креативної економiки суттєво впливає на процес глобалiзацiї, виступаючи одним iз секторiв свiтової економiки. Цей сектор є перспективним не лише з точки зору отримання доходiв, але й створення робочих мiсць та експортних надходжень., що є актуальним для України. Численнi дослiдження показують, що країни з високим рiвнем людського потенцiалу мають стабiльне економiчне зростання.

На початку 2000 р. в журналі «Business Week» вперше було введено в обiг поняття «креативна економiка», а у 2001 році вийшла книга Джона Хоукiнса «Креативна економiка», в якiй автор описав новi економiчнi системи, де цiннiсть визначається не традицiйними ресурсами – **земля чи капiтал**, а залежить вiд оригiнальностi та креативностi [1].

Креативна економiка – це економiчнi вiдносини, що формуються мiж суб'єктами з приводу обмiну та споживання iнтелектуальної дiяльностi. Її основними ознаками є: креативне уявлення, проектне мислення та практична спрямованiсть. Але крiм цього iснують й iншi властивостi, якi стосуються креативної економiки (рис. 1).

Креативну економiку створюють креативнi галузi (iндустрiї). Визначають кiлька рiвнiв креативностi вiдповiдних iндустрiї. Перший рiвень – це iндустрiї, якi пов'язанi з культурним самовираженням, а саме: лiтература, музика образотворче та виконавське мистецтва. До другого рiвня вiдносяться iншi креативнi галузi (фiльми, музеї, бiблiотеки, галереї, фотомистецтво). Третiй рiвень – похiднi галузi (реклама, дизайн та архiтектура, мода). До четвертого рiвня належать креативнi iндустрiї в широкого розумiння, до яких вiдносяться видавництво та друк, телебачення, радiо, вiдео та комп'ютернi iгри, звукозапис (рис. 2).

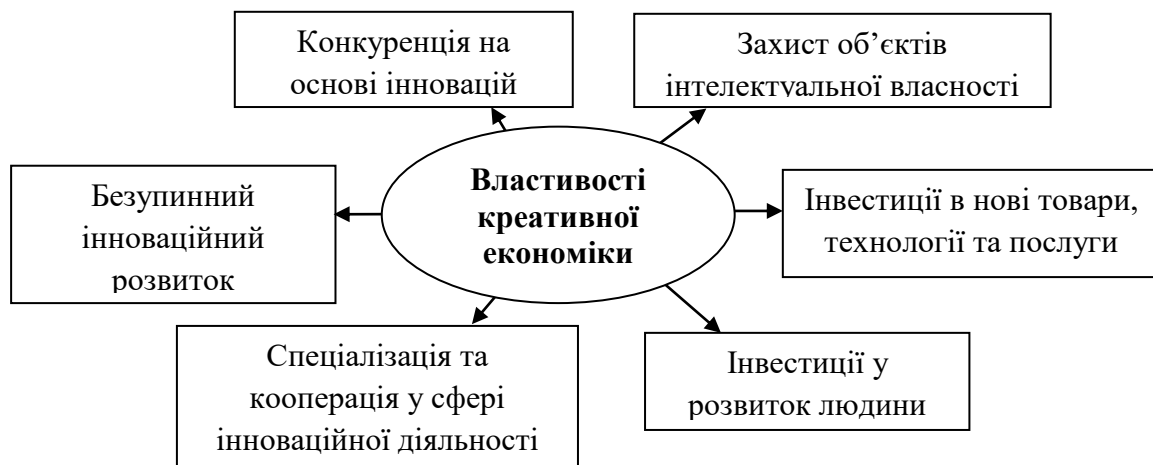


Рисунок 1 – Властивості креативної економіки

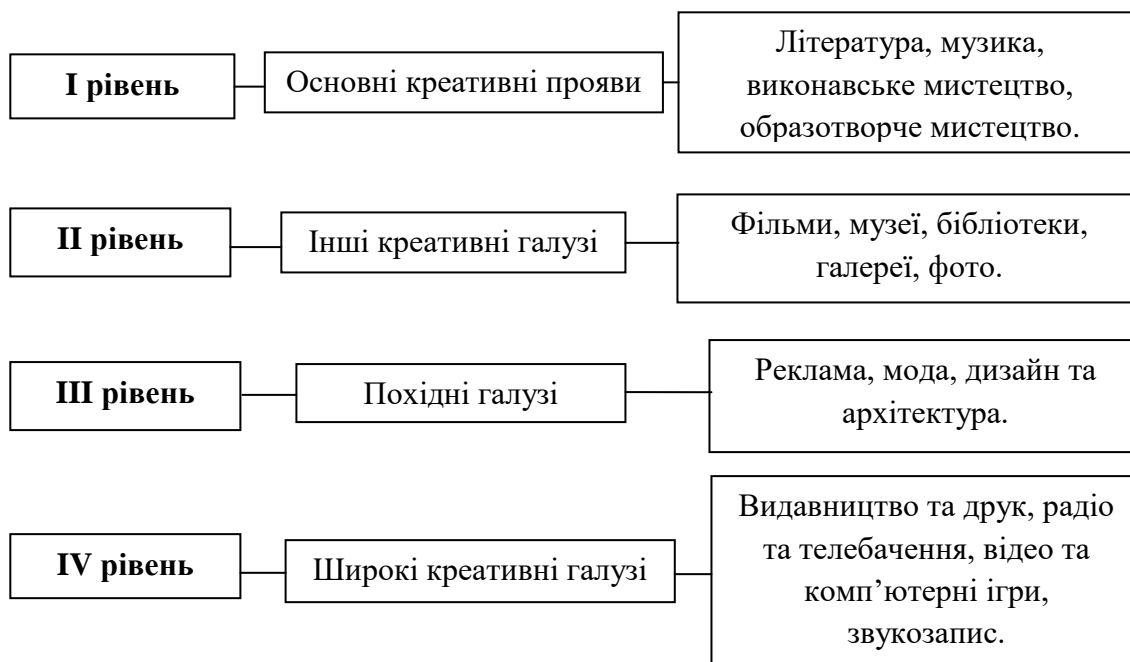


Рисунок 2 – Рівні креативності індустрій

Що стосується нашої країни, то вона знаходиться в нестійкому соціально-економічному становищі, але саме таке становище дозволяє знаходити нові варіанти, підходи та стратегічні напрями, мислити креативно для вирішення цих проблем, розв'язання яких призведе до розвитку економіки України.

Креативна економіка – відносно новий феномен для України, який базується на творчості та креативних здібностях людини. Це тривалий та багаторівневий процес. Втілення концепції креативної економіки відкриває нові можливості розвитку соціально-економічного прогресу. Наша країна має великий потенціал для розвитку креативної економіки, що забезпечуватиме економічний успіх країни.

Розвиток креативної економіки слугує варіантом для розв'язання економічних проблем нашої держави, а саме: зниження рівня безробіття; збільшення частки ВВП; поєднання науки та мистецтва, креативності та інновацій; поліпшення якості життя.

Для сталого розвитку креативної економіки потрібний комплексний підхід:

- розробка нових моделей територіального розвитку суб'єктів та секторів креативних індустрій;
- підтримка тих, хто планує розвиток в креативних індустріях;
- введення грантових програм;
- створення сприятливих умов для відкриття нових підприємств у сфері креативної економіки;
- вирішення проблем з фінансуванням та залученням інвестицій;
- запровадження системної політики формування інфраструктури.

Отже, новий феномен, який пов'язаний із творчістю, креативністю, технологічною зрілістю та накопичуваними знаннями людства може стати відмінним варіантом для розв'язання соціально-економічних проблем в країні. Необхідно розвивати цю сферу, щоб знаходити нові механізми та інструменти, які допоможуть нашій державі стабільно розвиватися у всіх напрямках.

Література: 1. Креативна економіка: що це таке та чому саме вона може врятувати Україну [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://24tv.ua/ru/kreativna\\_ekonomika\\_shho\\_tse\\_take\\_ta\\_chomu\\_same\\_vona\\_mozhe\\_vryatuvati\\_ukrayinu\\_n1024850](https://24tv.ua/ru/kreativna_ekonomika_shho_tse_take_ta_chomu_same_vona_mozhe_vryatuvati_ukrayinu_n1024850). 2. Вакуленко К.М. Розвиток креативного сектору світової економіки/ К.М. Вакуленко [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://dspace.tneu.edu.ua/bitstream/316497/23132/1/%D0%92%D0%B0%D0%BA%D1%83%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%BA%D0%BE%20%D0%9A.%D0%9C.pdf>. 3. Дорошенко О. Становлення креативного сектору глобальної економіки/ О. Дорошенко // автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.00.02 – світове господарство і міжнародні економічні відносини / О.С. Дорошенко. – К.: КНЕУ, 2014. – С. 9-10.

## **РИНОК ЖИТЛА У СУЧАСНИХ УМОВАХ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ**

Канд. екон. наук, доц. Горобченко О. А.  
*Миколаївський національний аграрний університет*  
канд. екон. наук, доц. Михальчишина Л. Г.  
*Національний університет біоресурсів і природокористування України*

Ринок житла тісно інтегрований у всі сфери економічного та соціального життя суспільства і відіграє особливу роль в сучасній економіці. Зокрема, він забезпечує зв'язок між споживачем житла та його виробником – будівельною галуззю, визначає співвідношення між попитом на житло та його пропозицією, встановлює економічно виважені ціни на житло, визначає цінові орієнтири для державних житлових програм, визначає найефективніші форми використання житла, є інструментом перерозподілу житла між громадянами тощо.

Український ринок житла почав формуватися на початку 90-х років ХХ століття як складник процесу переходу від планової до ринкової моделі економіки. Його поява стала можливою завдяки приватизації значної частки житлового фонду, прийняттю низки законодавчих актів, які заклали інституційні основи ринку житлової нерухомості, створили умови для залучення у сферу житлового будівництва коштів приватних компаній та громадян. Вітчизняний ринок житла належить до категорії дефіцитних ринків, які розвиваються. Для зазначеної категорії ринків характерним є зростання цін та доходів в довгостроковому періоді, при цьому темпи зростання цін є вищими за темпи зростання доходів. Така ситуація, як правило, виникає в періоди зростання економіки, коли потреба населення в житлі є значною внаслідок низького рівня забезпеченості житлом і недостатніх обсягів житлового будівництва, що призводить до дефіциту житла на ринку [1].

За останні 13 років ринок нерухомості пережив два стресових періоди: в 2008-2009 і в 2014-2015 роках.

Аналізуючи стан ринку нерухомості за останні роки, то ціни на нерухомість впали на третину через кризу 2008 р. та кризу 2014 р. Після початку фінансової кризи, ціни на нерухомість впали більш ніж на третину. Різне падіння припало на 2009 р., але продовжувалося до 2012, коли ситуація більш менш стабілізувалася. Та це тривало не довго, оскільки у 2014-2015 країну охопила нова локальна криза через війну на Сході та несприятливу ситуацію на світовому ринку сировини. Знову ж таки, тоді ціни на нерухомість в доларовому еквіваленті впали на третину. У 2018 вартість нерухомості зросла на 20%, але вже до початку 2019 відкотилися назад до вартості 2017 р.

Ринок нерухомості за 2019 рік зазнав значних змін в частині законодавчого регулювання системи будівництва. Новели торкнулися електронного кабінету забудовника, державних будівельних норм, можливості рекламувати продаж новобудов. Також на ринок вплинули вибори 2019 року та нестабільна політична ситуація в країні.

У 2019 році ринок житлової нерухомості був активним, без різких стрибків вартості і тривалих періодів затишся. На первинний ринок значно вплинули нові державні будівельні норми, які заборонили зводити висотні житлові будинки в селах. Така забудова становила основну конкуренцію новим будинкам у межах міст. Принципи будівництва жита, особливо в бізнес-сегменті, тяжів до соціальної сегрегації населення шляхом закриття доступу стороннім до території житлових комплексів, встановлення власної системи відеоспостереження та охорони. Значну популярність отримали проекти "місто в місті", де власники нерухомості забезпечені своїми дитсадками, школами, лікарнями та розважальними закладами, орієнтованими на задоволення потреб одного класу населення [2].

За даними Державної служби статистики, протягом 10 місяців 2019 року обсяг будівництва нежитлових будівель у країні зріс більше ніж на 31% порівняно з аналогічним періодом минулого року. Також на 20,8% зріс і обсяг виробленої в Україні будівельної продукції за той самий період. У IV кварталі 2019 року середня ціна на житло зросла на 8,6% порівняно із цінами аналогічного періоду у 2018 році. Однокімнатні квартири в новобудовах подорожчали на 7,9%, двокімнатні - на 8,1%, трикімнатні - на 9,1%. В середньому ціна на нові квартири зросла на 7,9%. За прогнозами представника холдингової компанії «Київміськбуд», квартири в Києві будуть тільки дорожчати: в середньому у 2020 році очікується підвищення цін на житлову нерухомість на 15% [4].

Нині ж кілька місяців поспіль світ бореться з поширенням коронавірусу, а від пандемії постраждали тисячі людей. У зв'язку з COVID-19 багато європейських країн закрили кордони, запровадили торговельні обмеження і оголосили масовий карантин. Вірус вдарив не тільки по здоров'ю людей, а й по світовій економіці, що відчула й Україна. НБУ фіксує коливання на валютному ринку, а фінансисти прогнозують скорочення зарплат і зростання безробіття.

Через поширення пандемії коронавірусу Covid-19 у світі, світова економіка на порозі кризи, а деякі країни вже заявили про її початок. За словами Олега Приходька, експерта у сфері нерухомості, «ринок первинної нерухомості переживає складні часи. Найбільш впливовий фактор, який на нього тисне, це час. Чим довше ринок перебуватиме у стані обмежень, тим болючішими будуть наслідки». До основних факторів, що нині впливають на ринок житла, доцільно передусім віднести [3, 4]:

– людські ресурси (обмеження до пересування робітників; здоров'я тих, хто працює, хоча зараз ця проблема не така значуща, однак із невинним зростання кількості хворих в Україні можливі проблеми із комплектуванням як робітничих бригад, так і інженерно-управлінського персоналу);

- різкий спад укладання купівельних угод (у даній ситуації більшість потенційних покупців відтермінували питання купівлі житла на якийсь час);
- логістичні (проблеми в доставці будівельних матеріалів та обладнанні до будівельних майданчиків);
- стійкість та надійність фінансового сектору;
- відсутність прогнозування із розвитком ситуації як у світі в цілому, так і в Україні зокрема.

На 2020-й рік у Держбюджеті був закладений курс у 27 грн за долар, так і сталося, тому зростання цін на ринку нерухомості є очевидним фактом. Крім цього, продовжує зростати собівартість будівництва: ціни на будівельні матеріали та будівельно-монтажні роботи (на 10-15% в середньому).

У 2020 році ситуацію на ринку житлової нерухомості може змінити відкриття доступних іпотечних кредитів для населення. Наразі відсотки за іпотечними позиками для населення становлять 18-23% річних. Звісно, при такому фінансовому навантаженні населення не готове користуватися цим механізмом. Однак перед зниженням відсотків за іпотекою необхідно вирішити низку фундаментальних проблем будівельної галузі. Серед них — корупційні ризики, непрозорі та ненадійні схеми залучення коштів інвесторів у будівництво, недостатньо надійна гарантія влади щодо відповідності об'єкта будівельним нормам під час видачі дозволу на початок виконання будівельних робіт [4].

У найближчі тижні для багатьох бізнесів постане питання, як компенсувати наслідки від карантинних заходів. Уже сьогодні складності відчувають сфери, пов'язані з масовим перебуванням клієнтів в одному місці. Це реальний сектор економіки, і якщо в ньому стане менше грошей, то наслідки будуть відчувати всі. Це означає, що ринок нерухомості чекає посилення боротьба за клієнта, який буде шукати на ринку продукт, що відповідає ряду критеріїв: висока якість – у такого продукту найменше шансів знецінитися; найбільш вигідні умови, зокрема, розстрочка з фіксацією в гривні; надійність забудовника й об'єкта. Коронавірус не вічний, і влітку його вплив, за прогнозами експертів, зведеться до мінімуму. Але залишаться економічні наслідки, внутрішньодержавні ризики, які продовжать впливати на курс долара і ринок нерухомості.

Отже, формування ринку житла в Україні характеризується нерівномірним розвитком його сегментів, недосконалістю законодавчої бази, великою залежністю від торговельних обмежень, низькою платоспроможністю громадян. Закономірними складовими процесу поліпшення функціонування ринку нерухомості в Україні на державному рівні на сучасному етапі розвитку економіки, є впровадження стандартів об'єктів нерухомості, створення єдиного інформаційного простору та забезпечення законодавчого врегулювання його діяльності.

Література: 1. Даниленко В. Чи є у ринку української нерухомості імунітет до вірусу? – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://nv.ua/ukr/biz/experts/koronavirus-i-rinok-neruhomosti-v-ukrajini-realna-situaciya-i-prognoz-novini-ukrajini-50075864.html> 2. Бондаренко Т. Перспективи ринку нерухомості. Що очікувати у 2020 році. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.epravda.com.ua/columns/2020/03/6/657770/> 3. Стерник Г.М., Стерник С.Г. Типология рынков недвижимости по склонности к образованию ценовых пузырей // Вопросы имущественной политики – практический опыт. – № 8 (95) – 2009. – с. 46. 4. Що варто очікувати від ринку нерухомості в 2020 році. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://dyvys.info/2019/12/14/shho-varto-ochikuvaty-vid-rynku-neruhomosti-v-2020-rotsi/>

## КРЕАТИВНА ЕКОНОМІКА УКРАЇНИ В ПЕРІОД КАРАНТИНУ

Здобувач вищої освіти Гоц А. Р.  
*Львівський національний університет імені Івана Франка*

Через пандемію COVID-19 в Україні та більшості інших країн ввели загальний карантин. Економіка під загрозою, криза не за горами. Та сфера культури та креативні індустрії є одними з найбільш вразливих в такий непростий період. Метою цього дослідження є аналіз масштабів та наслідків обмежувальних заходів саме для креативної економіки. Отож, культурні заклади не працюють, транспортне сполучення обмежене, а то й взагалі відсутнє, масові заходи скасовані. Це все веде до падіння та збитків не тільки для креативної, а й для всієї економіки в цілому. В Україні креативні індустрії можуть просто не повернутися до життя, адже у них немає ресурсів та запасів для цього. Тисячі людей залишилися без роботи. Сюди можна віднести не тільки туризм, кіно, медіа та театри, а й всю сферу послуг, яка є великою частиною економіки більшості міст. Часто це не тільки приватні підприємства та організації, а й державні. Наразі, більшість в складній ситуації, коли не заплатиш податки – закрий прокуратура, не заплатиш оренду – бізнес зупиниться.

В усьому світі інші країни намагаються підтримати бізнес – від Чехії та Данії до США та Великобританії, Австралії: держава виплачує частково заробітну плату працівникам, закритих на карантин підприємств, мораторій на банкрутства, відстрочки по кредитах та податках, тощо. Адже, якщо держава забороняє діяльність бізнесу, це має відбуватись за її рахунок. Європейські країни емітують додаткові кошти, аби підтримати власну економіку. Звичайно, це може привести до інфляції та падіння цін, проте дасть можливість для збереження і продовження роботи, можливості розвитку для багатьох підприємств та бізнесів.

PPV Knowledge Networks, за підтримки Міністерства культури, молоді та спорту України, провели опитування українських представників креативних індустрій про те, як карантин впливає на їхню роботу та бізнес. Ось короткі висновки: 72% учасників опитування вважають креативні індустрії більш вразливими і чутливими до наслідків карантину, ніж інші. Всі сфери креативної економіки показують майже однаковий відсоток падіння продажів – це в середньому 50% лише за перші два тижні карантину. 38% креативних підприємств втратили більшу частину своїх доходів в цей період (майже 75% і більше). Лише 8% респондентів вказали, що карантин особливо не вплинув на їхні доходи. 27% з опитованих не в змозі перевести свій бізнес в онлайн режим, адже потребують підтримки від держави. 54% відзначили, що зміни в організації бізнес-процесів та роботи будуть для них актуальними, навіть після завершення карантину. Респонденти вказали, що найбільше мають потребу в економічному стимулюванні (57%) та в податкових пільгах (48%), адже це підвищить попит на їх послуги. А найменш затребуваними є часткове покриття зарплат працівникам (29%), гранти на пряму діяльність (34%) та цифрова трансформація бізнесу (25%).

Що ж може зробити Україна для підтримки креативної економіки:

- Не скорочувати затверджений бюджет Міністерства культури на 1 млрд грн.
- Збільшити проектне фінансування: організувати різні онлайн екскурсії до історичних пам'яток та визначних місць по країні, тури музеями, театрами, проводити онлайн концерти артистів, створювати більше новин та веб-серіалів, тощо.
- Зробити «кредитні канікули», тобто відстрочку виплати відсотків по кредитах – в декілька разів знизити відсоткову ставку НБУ з 12,5% для малих та середніх підприємств.
- Надати гранти для збереження робочих місць.
- Визначити типову процедуру розподілу втрат та відтермінування платежів, на період карантину, на орендну плату для креативних індустрій.

- Розробити спеціальні комплексні програми на державному рівні, для того, аби зменшити податки для підприємців у креативних та культурних індустріях.

За даними Державної служби статистики України, 9,5% від загальної кількості суб'єктів господарювання становлять підприємства креативної індустрії. Загальні видатки на культуру в Україні складають 0,5% ВВП. Її прямих внесок в економіку становить 4% від усієї доданої вартості, згенерованої суб'єктами господарювання за всіма видами економічної діяльності в Україні у 2019 р. Ці індустрії показують найбільший відсоток росту, в тому числі у доданій вартості. Це доводить, що культура не просто важлива — вона економічно важлива. Саме креативні сфери та індустрії допоможуть відновити економіку після кризи, звичайно, якщо зараз їм посприяти.

Таким чином, було розглянуто масштаби впливу карантину на креативні індустрії. А також, проаналізовано вимоги та потреби креативних сфер під час обмежувальних заходів. І на основі дослідження, було наведено пропозиції для підтримки креативного бізнесу. Було доведено, чому креативні індустрії є важливими для економіки, і як, з урахуванням тривалого періоду, необхідного для подолання економічних наслідків, за рахунок відтермінування ряду положень деяких Законів та законодавчих актів – можна не тільки зберегти та швидко відновити фінансову стабільність креативної економіки, а й вдосконалити її в цілому. Адже криза – це не лише період занепаду та хаосу, а й період можливостей.

Література: 1. PPV Knowledge Networks [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: [https://info.ppv.net.ua/covid-19\\_impact\\_on\\_cci\\_in\\_ua/](https://info.ppv.net.ua/covid-19_impact_on_cci_in_ua/) 2. Верховна Рада України – офіційний веб-портал – [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.rada.gov.ua/news/Novyny/191802.html>

## **КОРЕЛЯЦІЙНО-РЕГРЕСІЙНИЙ АНАЛІЗ ЯК СПОСІБ ПРОГНОЗУВАННЯ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА**

Канд.екон.наук, доц. Грінченко Р. В., магістрант Балахніна А.О.  
*Одеський національний економічний університет*

Методи економіко-математичного аналізу носять універсальний характер і не залежать від галузевої приналежності підприємств, дозволяють аналізувати фінансове становище підприємства, розробляти варіанти управлінських рішень, вибирати найбільш ефективні, оцінювати вплив цих рішень на результати діяльності. Одним з таких методів є кореляційно-регресійний аналіз - це класичний метод стохастичного моделювання господарської діяльності. Він вивчає взаємозв'язки показників господарської діяльності, коли залежність між ними не є строго функціональною під впливом сторонніх, випадкових факторів. При проведенні кореляційно-регресійного аналізу будують різні кореляційні і регресійні моделі господарської діяльності [1, с. 105-106].

Кореляційно-регресійний аналіз враховує міжфакторні зв'язки, отже, дає нам більш повне вимір ролі кожного фактору: пряме, безпосереднє його вплив на результативну ознаку; непрямий вплив фактору через його вплив на інші фактори; вплив всіх факторів на результативну ознаку. Якщо зв'язок між факторами несуттєва, індексним аналізом можна обмежитися. В іншому випадку його корисно доповнити кореляційно-регресійний виміром впливу факторів, навіть якщо вони функціонально пов'язані з результативною ознакою [1, с. 105].

Застосування цього методу дозволяє вирішити такі завдання: встановити ступінь залежності результативної ознаки від кожного фактору, тобто виміряти тісноту кореляційної зв'язку; визначити форму аналітичної залежності результативної ознаки від факторних; розрахувати зміна результативного показника під дією одного або декількох факторів.



Одним з першочергових завдань був підбір факторів, що впливають, використовуючи метод експертного аналізу, і визначення взаємозалежності факторів шляхом кореляційно-регресійного аналізу. Серед факторів зовнішнього макросередовища виділяють: рівень доходів населення, рівень інфляції, курс долара до національної валюти, загальний рівень платоспроможності населення та інші. Фактори внутрішнього середовища включають: витрати на оплату праці, собівартість товарної продукції, продуктивність праці, фондоозброєність та інші.

Наступним етапом проводиться вибір виду регресії. Математично задача полягає в знаходженні аналітичного вираження функції  $Y = f(x_1, x_2, x_3, \dots, x_n)$ , найкращим чином відображає зв'язок факторних ознак з результативною. Вибір форми рівняння множинної регресії ґрунтується на теоретичному аналізі досліджуваного явища. Якщо аналіз взаємозв'язків результативного і факторних ознак не дозволяє зупинитися на будь-якій формі зв'язку, то перебирають різні функції і вибирають оптимальну з точки зору близькості емпіричних значень результативної ознаки вирівнюється, але це пов'язане зі значною трудомісткістю розрахунків параметрів різних рівнянь [2, с. 189]. Вибір форми рівняння множинної регресії здійснюється на практиці на основі використання п'яти типів моделей:

- лінійна ( $Y_{1,2,\dots,n} = a_0 + a_1x_1 + a_2x_2 + \dots + a_nx_n$ ); (1)

- статечна ( $Y_{1,2,\dots,n} = a_0 * x_1^{a_1} * x_2^{a_2} * \dots * x_n^{a_n}$ ); (2)

- показова ( $Y_{1,2,\dots,n} = e^{a_0 + a_1x_1 + a_2x_2 + \dots + a_nx_n}$ ); (3)

- параболічна ( $Y_{1,2,\dots,n} = a_0 + a_1x_1^2 + a_2x_2^2 + \dots + a_nx_n^2$ ); (4)

- гіперболічна ( $Y_{1,2,\dots,n} = a_0 + \frac{a_1}{x_1!} + \frac{a_2}{x_2!} + \frac{a_3}{x_3!} + \dots + \frac{a_n}{x_n}$ ). (5)

Найчастіше зупиняються на лінійних моделях. Це пояснюється тим, що, по-перше, параметри лінійних рівнянь легко інтерпретуються, самі моделі прості і зручні для економічного аналізу, по-друге, при бажанні будь-яку функцію шляхом логарифмування або заміни змінних можна звести до лінійної форми. [3, с. 225].

У рівнянні множинної регресії в лінійній формі параметри  $a_1, a_2, a_3, \dots, a_n$  – коефіцієнти регресії, показують ступінь впливу відповідних факторів на результативний ознака при закріпленні інших факторів на середньому рівні, тобто наскільки зміниться  $Y$  при збільшенні відповідного фактору на 1 пункт його одиниці зміни; параметр  $a_0$  – вільний член, економічного сенсу не має.

Параметри рівняння множинної регресії, як і парної, розраховуються методом найменших квадратів на основі рішення системи нормальних рівнянь. Оскільки коефіцієнти регресії між собою непорівнянні (фактори мають різні одиниці виміру), то не можна порівнювати силу впливу кожного з включених в модель факторів на результативну ознаку на підставі коефіцієнтів регресії. Для оцінки порівняльної сили впливу факторів розраховують приватні коефіцієнти еластичності і  $b$ -коефіцієнти.

Коефіцієнт еластичності показує, на скільки відсотків в середньому зміниться результативний показник при зміні фактору на 1% і фіксованому положенні інших факторів і розраховуються окремо по кожному фактору:

$$E_j = a_j \frac{\bar{X}_j}{\bar{Y}}, \quad (6)$$

де  $a_i$  – коефіцієнт регресії при  $i$ -му факторі;

$\bar{X}_i$  – середнє значення  $i$ -го фактору;

$\bar{Y}$  – середнє значення результативного показника.

$\beta$ -коефіцієнт показує, на яку частину середнього квадратичного відхилення змінюється результативна ознака при зміні відповідного фактору на величину його середнього квадратичного відхилення.

$$\beta_j = a_j \frac{\sigma_j}{\sigma_Y}. \quad (7)$$

де  $\sigma_{x_i}$ ,  $\sigma_y$  – середні квадратичні відхилення  $i$ -го фактору і результативного ознаки.

Коефіцієнт детермінації розраховується як квадрат коефіцієнта кореляції. Він показує, на скільки відсотків зміна результату пояснюється зміною даного чинника.

Для отримання висновків про практичну значимість синтезованої в аналізі моделі показаннями тісноти зв'язку дається якісна оцінка. Значення коефіцієнта кореляції при наявності прямого зв'язку: 0,1 - 0,3 - слабка; 0,3 - 0,5 - помірна; 0,5 - 0,7 - помітна; 0,7 - 0,9 - висока; ; 0,9 - 0,99 - дуже висока [1 с. 109-110].

В результаті дослідження отримаємо багатофакторну модель, яку можна використовувати для аналізу впливу факторів на рівень господарського ризику, перевірки поточних і перспективних бізнес-планів, що дозволить поліпшити якість аналізу ризику підприємства і, отже, підвищити їх достовірність і наукову обґрунтованість.

Література: 1. Янковой А. Г. Математико-статистические методы и модели в управлении предприятием: Учебное пособие. Одесса: ОНЭУ, ротاپринт. – 2014 – С. 250. 2. Шмойлова Р. А. Практикум по теории статистики: Учебное пособие М.: Финансы и статистика, 2010. С. 416. 3. Янковой А. Г. Многомерный анализ в системе STATISTICA. Одесса: Оптимум, 2002. №2. С. 325.

## **ЕКОНОМІКО-МАТЕМАТИЧНІ МОДЕЛІ В УПРАВЛІННІ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА**

Канд. екон. наук, доц. Грінченко Р.В., магістрант Колібабчук О.Б.  
*Одеський національний економічний університет*

На сьогодні вітчизняні підприємства перебувають у складних умовах динамічної ринкової ситуації, яка характеризується невизначеністю та підвищенням інтенсивності конкурентної боротьби. Це вимагає зосередження зусиль не тільки на основному виді діяльності, а й оптимізації системи управління персоналом, оскільки персонал підприємства стає передумовою формування успішного менеджменту підприємств та основою його конкурентоспроможності. Це сприяє більш активному впровадженні та використанні нових сучасних методів управління персоналом на підприємствах

Моделювання є важливим засобом вирішення багатьох економічних задач, зокрема, аналітичних досліджень та прогнозування розвитку досліджуваних економічних процесів на явищ. Використання економіко-математичних моделей у сфері управління персоналом дає можливість вдосконалення системи управління персоналом підприємства за рахунок більш точного та оперативного економічного аналізу та включення до аналізу багатьох факторних ознак.

К.В. Балдін [1, с. 108] стверджує, що застосування моделей в управлінні персоналом підпорядковується наступним вимогам: системний підхід щодо дослідження; розробка економіко-математичних моделей, що відображають кількісні показники системної діяльності персоналу підприємства; за допомогою інструментів математичного аналізу виражаються реальні зв'язки та залежності.

О.В.Гуріна, О.Л.Кишковська, К.М. Скрипник [2] в своїх дослідженнях приділили увагу класифікації моделей управління персоналом в кризових умовах. На нашу думку, даний підхід можливо адаптувати до звичайних умов функціонування підприємства. За конкретним призначенням в системі управління виділено чотири види моделей. Імітаційні моделі відображають розвиток економічних процесів в часі, коли задані зовнішні дії. Імітаційне моделювання здійснюється за допомогою певних математичних інструментальних засобів, спеціальних програмних продуктів тощо [3, с. 653]. До імітаційних моделей відносяться модель поведінки працівників умовах кризи та локальна модель розвитку персоналу. Також імітаційна модель мотивації персоналу, інтегруючи основні показники ефективності, дозволяє удосконалити систему мотивації

персоналу [2]. Так, І.В.Гордієнко [4] було розроблено таку імітаційну модель на основі ключових показників ефективності КРІ керівників відділу продажів підприємства. Модель визначає преміальну систему на базі набору КРІ за наступними складовими: фінанси, внутрішні бізнес-процеси, споживачі, навчання і розвиток персоналу.

Балансові моделі поділяються на рівноважні моделі руху населення та переміщення трудових ресурсів; регіональні та галузеві трудові баланси, баланси трудових ресурсів та робочої сили. Дані моделі можуть бути використані при техніко-економічному та оперативному-календарному плануванні. Мережеві моделі є планом виконання пов'язаних операцій або робіт в часі, що можна представити у вигляді мережевого графіку. Вони допомагають оптимізувати витрати часу на виконання певних робіт та їх собівартість. Оптимізаційні моделі застосовуються для вибору оптимального, найкращого відповідно до певного критерію варіанту використання ресурсу, розвитку економічного явища чи процесу [3, с. 186]. За допомогою даних моделей можна виявити резерви зростання потенціалу трудових ресурсів [2].

За способом опису функціональних залежностей виділяють аналітичні, статистичні, економетричні та змішані моделі [3, с. 21]. Моделі поведінки персоналу, фінансового стимулювання праці, моделі балансу та динаміки руху трудових ресурсів належать до типу аналітичних моделей. Аналітичне моделювання ґрунтується на використанні математичних засобів, таких як нерівності, рівняння та їх системи. Статистичні моделі представлені моделями прогнозування зайнятості та кількості працюючих, оцінки ефективності використання трудових ресурсів. До третього виду відносять економетричні моделі визначення продуктивності праці та бінарної регресії, які використовуються при відборі персоналу або підтвердженні його кваліфікаційного рівня займаної посади [2]. Також економетричні моделі широко використовуються при аналізі ефективності управлінського персоналу.

За точністю математичного опису економічних явищ та процесів є лінійні (однофакторні та багатофакторні моделі управління персоналом; моделі продуктивності праці) та нелінійні моделі. До нелінійних моделей належать кластерна модель оцінки трудових ресурсів; виробничі функції; математичні моделі на основі теорії «нечітких множин» [2]. За характером математичного апарату: матричні моделі, кореляційно-регресійні моделі, наприклад, продуктивності праці, моделі теорії ігор, зокрема, для побудови механізмів оптимального управління розвитком персоналу тощо.

За ступенем ймовірності економічних процесів виділено схоластичні та детерміновані моделі. Також дані види моделей можна віднести за ознакою врахування фактора невизначеності [3, с. 21]. Схоластичні використовуються в умовах невизначеності та ризику для оптимізації чисельності персоналу, визначення витрат на його розвиток, оцінки якості управління персоналом тощо. Моделі оцінки трудового потенціалу підприємства та окремих груп працівників, а також прогнозна модель розвитку кадрового потенціалу підприємства відносяться до детермінованих [2].

За ступенем зміни економічних процесів в часі є статистичні моделі, наприклад, модель статистичної оцінки трудового потенціалу, та динамічні моделі, які враховують фактор змін у часі: модель динамічного рейтингу персоналу та модель економічного аналізу кадрового потенціалу [3, с. 22].

Можна стверджувати, що економічне моделювання знайшло широке використання у сфері управління персоналом підприємства, що дозволяє спростити процеси прогнозування та планування розвитку персоналу та підвищити ефективність використання трудових ресурсів.

В результаті дослідження визначено, основні види моделей управління персоналом підприємства, виділено їх класифікаційні ознаки. Можна зробити висновок, що для забезпечення ефективного управління персоналом необхідно розглядати управління персоналом як цілісну систему, яка є однією з визначних

факторів досягнення сталого зростання фінансових результатів діяльності підприємства.

Література: 1. Балдин, К.В. Методы оптимальных решений: учебник Москва: ФЛИНТА, 2015. 328 с. 2. Гуріна О. В., Кишковська О. Л., Скрипник К. М. Моделі і методи управління персоналом в умовах кризи. *Ефективна економіка*. 2019. № 12. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7554> (дата звернення: 13.05.2020). 3. Іващук О.Т. Економіко-математичне моделювання. Навчальний посібник. Тернопіль: ТНЕУ «Економічна думка», 2008. 704 с. 4. Гордієнко І. В. Моделювання мотивації персоналу на базі ключових показників ефективності. *Ефективна економіка*. 2016. № 6 URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5036> (дата звернення 13.05.2020)

## ОГЛЯД РОЗВИТКУ НОВИХ МОДЕЛЕЙ КРЕАТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ

Д-р екон. наук, проф. Дикань О.В., асп. Білецька Д.О.  
*Український державний університет залізничного транспорту*

Протягом останнього десятиліття креативна економіка, на думку групи експертів Світового економічного форуму в Давосі, розглядалася як нова модель зростання, яка вимагає порівняно невеликих початкових інвестицій у «м'яку» інфраструктуру.

М'яка інфраструктура насамперед означає інфраструктуру знань чи людського капіталу, включаючи інститути, ідеї, культурні норми, концепції та рішення. Це те, що не просто підтримує функціональність складних логістичних систем, таких як аеропорт, та виготовлення будь-яких твердих предметів від крісла до літака, але й робить ці речі надійнішими та дешевшими. Це, зокрема, надає сенсу роботі архітекторів, дизайнерів чи винахідників, що належать до класичних зразків творчих галузей.

Основні характеристики і тренди креативних індустрій:

- індикатори руху від інформаційного до концептуального віку, де головною цінністю будуть ідеї (концепти): все менше людей будуть працювати на роботодавців, все більше на себе самих.
- найбільш виразно і ефективно проявляються в середовищі окремого міста. Тобто це міський феномен.
- стирають межі між наукою і мистецтвом, креативністю та інноваціями, між країнами.
- ті міста, які зараз активно використовують креативні індустрії, використовували і використовують свою унікальність і приклали зусилля як мінімум одного покоління.
- культура та креативність, ввічливість та інтелект, атмосферність і людська теплота - це ті ресурси, якими живляться креативні індустрії.
- швидкий вільний доступ до Інтернету для забезпечення обміну і доступу до величезних інформаційних потоків.
- дизайн та архітектура наповнені творчістю, зручністю, інноваційністю.
- спирання на малий, а не на великий бізнес.
- відкритість і теплота громадських місць.
- органічна культурна та етнічна різноманітність, яка дозволяє створювати нові унікальні ідеї та бачення світу.

В даний час найпотужнішою частиною інфраструктури знань є Google, Apple, Facebook та інші новаторські розробники. Вони також є прикладами компаній з найвищим рівнем ринкової капіталізації.

Які вектори креативної економіки є успішними - принаймні наш час? Що слід ігнорувати? Існує кілька відповідей. Довідкову інформацію надає Міністерство

Великобританії, Департамент культури, засобів масової інформації та спорту: "ті галузі, які мають своє походження в індивідуальній творчості, вмінні та талантах та мають потенціал для створення багатства та робочих місць шляхом створення та використання інтелектуальної власності. "

Саме у Великобританії вперше були використані спеціальні статистичні коди для відмежування представників творчої індустрії від інших економічних агентів. В даний час більшість країн-членів ЄС прийняли цю практику. Однак обмеження галузі можуть змінюватися, як і життя, і вони визначаються у щорічних звітах, що готуються провідними консультативними компаніями та університетами на замовлення Європейської Комісії, національних урядів, місцевих органів влади, професійних мереж та асоціацій.

Нещодавній звіт під назвою «Креативний ріст», підготовлений Ernst & Young, особливо присвячений впливу креативної індустрії на статистику продажів смартфонів.

Було встановлено, що непрямий вплив культурного та творчого контенту (музики, фільмів, ігор та мобільних додатків) на продаж смартфонів оцінюється в 22,7 млрд євро, а планшетів - 9,4 млрд. Тож зараз реклама не є двигуном, що рухає торгівлею. Однак реклама в ЄС також належить до креативних галузей.

Продукція найкращих рекламних кампаній дуже близька до витворів мистецтва, оскільки вони мають витончену драматургію, висококваліфіковані фотографії, операторів, акторів та демонструють підхід арт-хаусу до виконання.

Підбірка двохвилинних кліпів з Каннського фестивалю (так званий «Оскар» у сфері реклами та маркетингу) демонструється у театрах разом із «справжніми» фільмами.

Дотримуючись ділянок, замовлених комерційними брендами, ви в певний момент забуваєте, що метою було збільшити продажі меблів, взуття чи гаджетів. Наприклад, різдвяний кліп від Apple Misunderpted - це більше про людські стосунки, ніж про пристрої.

Незважаючи на вертикальний підйом цифрових технологій, "сорочка лідера" на європейській творчій сцені все ще належить до образотворчого мистецтва.

## **РАЗВИТИЕ ИНДУСТРИИ 4.0 В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ**

Студент Дрозд Е.В., рук. Кудрявцев В.А.  
*Белорусский национальный технический университет*

Одним из приоритетных и существенных направлений среди множества стран мира выступает четвертая промышленная революция или Индустрия 4.0. Индустрия 4.0 ставит на первый план такое направление, в котором основную роль занимает цифровизация. Данная концепция зародилась в Германии, однако довольно успешно применяется в государственных программах следующих стран: США, Китая и Франции.

Идея индустрии 4.0 затрагивает цепочку новейших технологий, которые связаны с автоматизацией, обменом данных, а также самим производством. Ядром функционирования производственной системы является Интернет, который помогает поддерживать связь и коммуникацию между людьми и машинами.

В настоящее не существует конкретного и точного определения термина «Индустрия 4.0». Часто под Индустрией 4.0 подразумевают общность технологий четвертой промышленной революции, применяемые в производстве. Федеральное министерство экономики и энергетики Германии описывает Индустрию 4.0 как «комбинации машины и интернета» [1] наряду с нанотехнологиями и квантовыми компьютерами. Вместе с тем исследователи придерживаются мнения, что определение Индустрии 4.0 связано как с цифровым производством, так и цифровыми услугами.

Внедрение современных цифровых разработок на всех фазах производства влияет на форму потребления товаров и услуг, взаимодействие с поставщиками и потребителями. Несмотря на успешные темпы развития цифровизации, на сегодняшний день не существует методологического подхода к описанию ее в промышленности, нет сведений о ее масштабности, не проведены исследования, которые выявили бы возможные последствия и риски. Нехватка такой информации препятствует разработке стратегии цифровизации промышленного комплекса.

Цифровое изменение производственной системы позволяет выйти на новый более высокотехнологичный уровень. Следует помнить, что цифровая Индустрия 4.0 не может полностью функционировать без следующих элементов:

- интернета вещей;
- искусственного интеллекта;
- моделирования;
- дополненной реальности;
- Big Data.

Рассмотрение законодательных актов относительно развития промышленности принятых в Беларуси в 2016-2017 гг., показывает заинтересованность перехода к инновационным методам. Уже сейчас цифровизация нашла свое применение в следующих сферах: телекоммуникации, логистике, банковском деле, а также в государственном секторе.

В Национальной стратегии социально-экономического развития Республики Беларусь до 2030 года установлены пути развития процессов модернизации промышленности в стране: за счет обновления основных фондов, роста конкурентоспособности товаров и увеличения их сбыта на внутреннем и внешних рынках. Стоит упомянуть, что в программе предусмотрено развитие информационного общества и внедрение новых информационно-коммуникационных технологий.

По всему миру предприятия стали уделять особое внимание концепции Индустрии 4.0, стараясь перейти на новейшие цифровые технологии. Для Республики Беларусь по-прежнему актуален вопрос о технической модернизации большинства производств. Поднимается вопрос о готовности отечественного производства к цифровой революции и возможности реализации современных цифровых производственных технологий.

Таким образом, потенциал новых технологий в белорусском промышленном производстве раскрыт не полностью. Переход на цифровые технологии требует много времени и большего количества ресурсов. Однако, постоянно возрастающие требования со стороны потребителей к индивидуализации товаров, заставляют производителей разрабатывать и внедрять новые технологии, что и является толчком к развитию Индустрии 4.0.

Литература: 1. Белова Л.Г. Индустрия 4.0: возможности и вызовы для мировой экономики / Л.Г. Белова., О.М. Вихорева, С.Б. Карловская // Вестник московского университета.– 2018. – №3 – 168 с.

## **ПРИКЛАДНЕ ЗНАЧЕННЯ ОСУЧАСНЕННЯ БАЗОВИХ ПОЛОЖЕНЬ ФІЛОСОФІЇ ЕКОНОМІКИ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ТА КРЕАВІТИЗАЦІЇ ЕКОНОМІЧНИХ ПРОЦЕСІВ**

Д-р екон. наук, проф. Євсєєва О. О.  
*Український державний університет залізничного транспорту*

Стан сучасного світу характеризується глобалізацією всіх соціально-економічних і суспільно-політичних процесів, трансформацією ціннісних систем і поглядів, перенасиченістю інформаційного простору та комунікаційних систем.

Розглядаючи соціально-економічну ситуацію, необхідно відзначити, що невизначеність ринку, динамізм соціокультурної формації, підвищені вимоги споживачів і співробітників, гіперконкуренція, призводять до наростання кризових явищ і різних конфліктів. В даний час відбувається зміна епох світового соціокультурного розвитку на нову епоху інновацій (упровадження цифрових технологій) та творчості (креативу). [1] Досягаючи певних економічних результатів суспільство не зупиняється, а потребує запровадження нових технологій, направлених на подальше підвищення якості життя та економічних результатів. Саме цим і можна пояснити стрімкий розвиток запровадження процесів цифровізації та креативізації економічних процесів.

Розвиток цифрової економіки України полягає у створенні ринкових стимулів, мотивацій, попиту та формуванні 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] Відзначимо, що цифрова економіка розвивається у реальному економічному просторі на платформі віртуальної мережі безмежного Інтернету. Розуміючи, що цифрова економіка є напрямом розвитку традиційної економіки, кінцевий продукт якої полягає у створенні матеріальних та нематеріальних благ, виникає питання щодо матеріалізації та оцінки послуг цифрової економіки в реальному економічному середовищі. Інструментом у процесі розуміння та реалізації цього процесу та процесу взаємодії реальної та віртуальної економік є креативні підходи, заходи та інструменти, запровадження яких на практиці можна означити як процес *креативізації економіки*.

Аналіз сучасного законодавчого середовища показав, що поняття «*цифровізація*» визначено як «насичення фізичного світу електронно-цифровими пристроями, засобами, системами та налагодження електронно-комунікаційного обміну між ними, що фактично уможливорює інтегральну взаємодію віртуального та фізичного, тобто створює кіберфізичний простір» [2], в той час як поняття «*креативізація*» відсутнє у вітчизняному законодавчому середовищі. Таким чином, ми зафіксували дещо парадоксальні явища сучасного розвитку економіки, що спонукає розглянути базові філософські підходи та запропонувати їх осучаснити щодо оновленого розуміння в умовах динамічних процесів розвитку економічного простору з урахуванням запровадження ідей цифрової економіки за допомогою інноваційних на даний час методів, способів та інструментів, використання яких на практиці розглядається нами як *креативізація*.

Так, базис філософії економіки ми розглядаємо через *методологічні підходи до філософії економіки* [3, С. 22] ((1) техніко-економічний, направлений на вивчення раціонального і ефективного використання природних ресурсів, засобів виробництва та їх відтворення у процесі людської життєдіяльності; (2) соціально-економічний, який вивчає відносини людей, що диктуються відносинами власності) та *моделі економічного розвитку*, і які тісно пов'язані з господарським зростанням [3, С. 26–27] (( 1) модель лінійних стадій розвитку (зростання); (2) теорія структурних трансформацій; (3) теорія зовнішньої залежності; (4) неокласична модель вільного ринку; (5) нова теорія ендогенного зростання; (6) теорія стабільного (стійкого) розвитку.

Осучаснення цих базисних положень філософії економіки ми пропонуємо розглядати через призму *основних ідей-положень Концепції розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018-2020 роки* [2], яка включає такі напрями цифрового розвитку: (1) подолання цифрового розриву шляхом розвитку цифрових інфраструктур; (2) розвиток цифрових компетенцій; (3) запровадження концепції цифрових робочих місць; (4) цифровізація реального сектору економіки; (5) реалізація проектів цифрових трансформацій; (4) громадська безпека; (6) освіта; (7) сфера

охорони здоров'я; (8) туризм; (9) електронна демократія; (10) екологія та охорона навколишнього середовища; (10) життєдіяльність міст; (11) безготівкові розрахунки; (12) гармонізація з європейськими та світовими науковими ініціативами; (13) державне управління.

Осучаснення положень філософії економіки через призму ідей-положень Концепції розвитку цифрової економіки та суспільства України носитиме не тільки теоретико-методологічне, а й практичне значення, адже розвиток цифрової економіки як самостійного сектору економіки так і допоміжного інструменту для розвитку інших секторів національної економіки носить стрімко мінливий характер. Розвиток цифрової економіки вже є креативною та неординарною ідеєю еволюції економіки. Впровадження креативних ідей цифрової економіки прискорюють інтенсивність втілення нових ідей розвитку та спонукають до подальшого прогресивного мислення та аналізу щодо удосконалення економічних процесів як самої економіки так і цифрової економіки як самостійного сектору національної економіки, адже ті цифрові технології, які виробники та споживачі використовують для виконання завдань чи спілкування, є актуальними сьогодні, завтра можуть бути вже застарілими. В такому разі цифровізація економіки може розглядатися як креативний спосіб комунікації виробників та споживачів.

Розвиток цифрової економіки є неминучим процесом, що спричиняє *фундаментальні зміни економічних процесів* окремими організаціями та країною загалом *на трьох основних рівнях* [4]: (1) на ринках та секторах економіки; (2) на рівні інновацій та технологічного розвитку; (3) у сфері нового цифрового середовища. Нині неможливо не враховувати великий та важливий сектор економіки, як цифрова економіка, на чолі якої стоять інформаційні та комунікаційні технології, а також всесвітня мережа Інтернету, що дає змогу здійснювати багатогранний розвиток, створювати нові ринки, обмінюватися досягненнями та іншим досвідом учасників.

Література: 1. Євсєєва О.О., Євсєєв А.С. Розвиток цифрової та креативної економік в Україні. *Проблеми формування та розвитку інноваційної інфраструктури* : Матеріали V Міжнародної науково-практичної конференції (23–25 травня 2019 р., м. Львів, Україна). Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2019. С. 96–97. 2. Концепція розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018-2020 роки: *розпорядження* від 17 січня 2018 р. № 67-р, Кабінет Міністрів України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/67-2018-%D1%80>. 3. Воронкова В.Г. Нова парадигма філософії економіки XXI століття. *Гуманітарний вісник ЗДІА*. 2011. № 46. С. 19–32. 4. Чмерук Г. Г. Цифрова економіка як окремий сектор національної економіки держави. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. Серія «Міжнародні економічні відносини та світове господарство». Випуск 27, частина 2. 2019. С. 92–97.

## **ЛЮДСЬКИЙ КАПІТАЛ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ВАЖЛИВИЙ ФАКТОР КРЕАТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ**

Д-р екон. наук, проф. Жуков С. А.  
*ДВНЗ «Ужгородський національний університет»*

Одним із видів нової світової економіки є стрімко розвиваюча креативна економіка, що складається із сукупності людей і бізнесу та базується на інтелектуальній діяльності, взаємодії творчих ідей, знань, технологій та інтелектуальної власності (капіталу, ресурсів).

Інтелектуальний капітал умовно складається з трьох видів: людський – це знання, творчі здібності, досвід, моральні цінності, культура праці; організаційний – патенти, ліцензії, програми, товарні зразки, технічне та програмне забезпечення, корпоративна культура й організаційна структура; споживчий – зв'язки між постачальниками,



споживачами, посередниками, кредитно-фінансовими установами, органами влади, інформація про учасників економічних відносин і торговельна марка (бренд).

Якщо мова йде про підприємницький сектор, то людський капітал є основою інтелектуальних ресурсів підприємства, що складається із всього того, що сприяють його економічній активності: знань, умінь і навичок персоналу.

Останнім часом рівень розвитку людського капіталу не повністю відповідає вимогам сучасного виробництва і в значній частині працівників рівень кваліфікації не відповідає роду їх діяльності, або взагалі є недостатнім. До того ж існує проблема підвищення кваліфікації практично для всіх категорій працівників. Для промислових підприємств взагалі присутня гостра нестача співробітників, що володіють здатністю приймати самостійні рішення, щодо якості, інноваційності, креативності готової продукції, творчими навичками, знаннями сучасних технологій креативного бізнесу та інше.

У той же час практика провідних країн світу свідчить про те, що ефективність економічної та соціальної систем у певній мірі залежить від людського капіталу та його відтворення. Окрім прагнення до отримання прибутку та підвищення ліквідності підприємств, пріоритетними напрямками його розвитку є збереження та розширення частки ринку збуту продукції, вдосконалення бізнес-процесів, що досягається за допомогою ефективного управління трудовими ресурсами, що являє собою найбільш цінні активи. В умовах ринкової економіки саме трудові ресурси перетворюються на людський капітал для суб'єктів підприємництва. Людський капітал формується під впливом багатьох факторів, які згруповані у три групи: біофізичний, інтелектуальний і соціальний.

Безперечно, визначальною умовою розвитку людського капіталу є інвестиції (так званий капітал в капітал). В Україні спостерігається незадовільний рівень розвитку (інвестування) людського капіталу, на відміну від США та розвинутих країн Європи, де, наприклад, вартість людського капіталу в структурі національного багатства складає біля 85%. В Україні за роки її незалежності цей показник зменшився з 57% до 47%, що підтверджує сировинну модель розвитку економіки країни [3].

Така ситуація свідчить про проблеми в багатьох сферах, зокрема і сферах освіти і науки, охорони здоров'я тощо. Про рівень розвитку людського капіталу висловився О. Співаковський, зазначивши: «Ключові його контексти, інструментарії: перше – це освіта, якісна освіта, освіта масова, а не елітарна. Друге – це охорона здоров'я, якісні медичні послуги. І третій компонент – це інфраструктура добробуту, включаючи робочі місця високооплачувані та адміністративні послуги. Тільки за умови цих трьох компонентів ми можемо говорити про те, що ми будемо мати ключовим елементом регіонального розвитку людський капітал. Україна ніколи не зможе підтримувати високий рівень свого економічного та соціального розвитку, якщо буде мати такий слабкий розвиток людського капіталу» [4].

Однак, деякі фактори свідчать про неналежне використання потенціалу людського капіталу в Україні:

- високий рівень виплат соціальних трансферів, динаміка яких не залежить безпосередньо від рівня економічної активності їх одержувачів, що знижує мотиваційні стимули до праці (питома вага заробітної плати в структурі доходів населення за 2017 рік становила 39%, а соціальні допомоги – 37,8% [2];

- за Індексом людського капіталу Всесвітнього економічного форуму Україна у 2016 році посіла 26 місце серед 130 країн світу [1];

- у структурі витрат населення 85-90% припадає на оплату продуктів харчування та комунальні послуги, що свідчить про абсолютну неспроможність більшості українських громадян забезпечувати належний рівень свого життя, не говорячи про інвестиції в людський капітал;

- купівельна спроможність і рівень життя населення протягом 2008-2015 років зменшилися від 1,5 до 2,5 разів внаслідок значної розбалансованості між динамікою зростання цін на товари, комунальні послуги та заробітних плат;

- у загальному рейтингу українська вища освіта з 25 місця спустилася на 42 за рейтингом «Universitas 21», який розроблюється провідними академічними університетами світу для визначення та порівняння якості національних систем вищої освіти [5];

- за 25 років, починаючи із 1990 року значення Індексу людського розвитку (ІЛР) України (інтегральний показник міждержавного порівняння і вимірювання рівня життя, грамотності, освіченості і довголіття) зросло на 6%, однак світовий показник ІЛР втричі більший, ніж в Україні;

- параметри очікуваної тривалості життя населення України не відповідають вимогам цивілізаційного розвитку і є проявом деградації, оскільки за період незалежності вона зросла тільки на один рік – з 70 до 71 року (за даними Світової статистики охорони здоров'я), при тому, що світовий показник становить 6 років.

Для української моделі також характерно скорочення частки державного фінансування на науку, наслідком чого є знецінення людського капіталу за одночасної нестачі висококваліфікованої робочої сили. Отже, інвестиції в людський капітал, як джерела майбутньої економічної динаміки, мають стати стратегічним напрямом державної політики.

Література: 1. Економічний дискусійний клуб. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://edclub.com.ua/analytika/rejtingovi-ocinky-rozvytku-lyudskogo-kapitalu-2016>. 2. Квітка Г. Айфон як одиниця виміру наших доходів... / Г. Квітка // Голос України 07.06.2016 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.golos.com.ua/article/270338>. 3. Нильс-Горан Ольве. Сбалансованная система показателей. Практическое руководство по использованию / Ольве Нильс-Горан, Жан Рой, Магнус Ветер. – М.: Вильямс, 2006. – 304 с. 4. Співаковський О.В. Людський капітал України знецінився на 10% / О.В. Співаковський // Укрінформ. Мультимедійна платформа іномовлення України, 13.12.2018 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/2591823-ludskij-kapital-v-ukraini-znecinivsa-na-10-spivakovskij.html>. 5. U21 Rankings of National Higher Education Systems 2013. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ncepa.kz/multimedia/document/B9.pdf>.

## **ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПЛАТФОРМИ P2P КРЕДИТУВАННЯ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ**

Канд. екон. наук, доц., Запорожець С. В.,

канд. екон. наук, доц. Костогриз В. Г.

*Черкаський інститут ДВНЗ «Університет банківської справи»*

Сучасні умови, в яких функціонують інституційні суб'єкти ринку кредитних послуг, динамічно змінюються внаслідок упровадження інноваційних цифрових технологій, започаткування та розвитку діяльності нових спеціалізованих учасників ринку, зміни набору основних конкурентоспроможних властивостей кредитних послуг, корегування інструментів регулювання кредитної діяльності тощо. Внаслідок таких трансформаційних процесів суб'єкти ринку кредитних послуг починають взаємодіяти в умовах організаційно-правової невизначеності, що сприяє виникненню проблемних аспектів, які потребують уточнення з метою вибору найбільш дієвих інструментів регулювання. Тому існує необхідність усвідомлення та упровадження дієвих інструментів ідентифікації та оцінки рівня загроз довірливої взаємодії учасників платформи P2P кредитування в поточних умовах господарювання.

Варто відмітити, що основний перелік сучасних видів загроз, а також характеристика притаманних їм властивостей формування та прояву є суттєво трансформованими під впливом упровадження інноваційних інструментів цифровізації бізнес-процесів.

Аналізуючи сучасні тенденції розвитку ринку фінансових послуг, стає очевидним той факт, що більшість фінансових послуг, зокрема кредитні, демонструють сталу та безальтернативну тенденцію переходу в онлайн-простір щодо формату їх позиціонування та надання, створюючи, таким чином, нові альтернативні канали їх продажу, видозмінюючи та диверсифікуючи концепцію більшості з них.

Одним з таких напрямів розвитку кредитних відносин є функціонування платформи P2P кредитування, що представляє модернізовану бізнес-модель, яка передбачає ефективне цільове використання мережевих засобів та технологій з метою інформаційного, фінансового, організаційного забезпечення процесу кредитно-позикових відносин між контрагентами – учасниками ринку кредитних послуг. Мережевий цифровий формат функціонування платформи P2P передбачає впровадження та широке застосування інноваційних технологій, що дає можливість охарактеризувати її основні компетентнісні властивості, представлені у табл. 1.

Таблиця 1 – Компетентнісні властивості платформи P2P кредитування

Компетентнісна властивість	Трансформаційні передумови	Інноваційні технології
Інноваційна стратегія розвитку	Формування інноваційно-орієнтованої організаційної структури; створення «центру інноваційних рішень», створення інноваційні команди	Концепція MVP (minimum viable product)
Ефективний менеджмент	Створення адаптивних умов організації діяльності; впровадження системного підходу до підвищення ефективності бізнес-процесів; посилення внутрішньої комунікації та корпоративної мотивації	Lean management; системний підхід до застосування методології Agile і Lean
Інноваційне управління інтеграційними процесами	Впровадження гнучкої IT-архітектури та забезпечення ефективної взаємодії з учасниками платформи	API та мікросервісна архітектура
Здатність до інтерактивної взаємодії з учасниками платформи	Сприяння системному розвитку digital-каналів інтерактивної взаємодії з учасниками платформи шляхом використання психографічних методів комунікації в умовах поведінкової економіки	Big Data, Artificial intelligence (AI), Cloud Technology

*Джерело: Розроблено автором з урахуванням [1, 2]*

Враховуючи типові ознаки та компетентнісні властивості функціонування платформи P2P кредитування, очевидними є види ризиків, що виникають під час кредитної взаємодії учасників правовідносин внаслідок застосування інструментів дистанційної цифрової комунікації. Основними видами проблем та загроз, що є притаманними сучасній практиці формування та обслуговування процесів платформи P2P кредитування вважаємо:

1. Інформаційна асиметрія. Однією з основних проблем в галузі функціонування платформи P2P кредитування є інформаційна асиметрія. Вона виникає внаслідок нерівномірного перерозподілу інформаційного потоку між учасниками кредитної угоди (за обсягом, якістю, форматом представлення та періодом подання).

2. Оцінка кредитоспроможності позичальника. З метою оцінки реального рівня кредитного рейтингу позичальника застосовуються сучасні цифрові методи аналізу.

При цьому, інформаційним наповненням такого процесу оцінки є дані, отримані від зовнішніх посередників, що, в свою чергу, об'єктивно знижує рівень достовірності отриманих результатів.

3. Кібер-загрози. Поширення процесів цифровізації поряд з новими можливостями створюють нові загрози – кібер-ризик, які названо ключовими комерційними ризиками [3]. Кіберзлочинність стає глобальною і більш небезпечною, ніж традиційна організована злочинність. Кібератаки є одними з головних глобальних ризиків для платформи P2P кредитування, яка, з огляду на конструктивну концепцію організації функціонування, потенційно є надзвичайно вразливою для вторгнення.

4. Організаційно-правове регулювання. Кредитна діяльність учасників платформи P2P кредитування в Україні наразі залишається поза межами регулювання з боку Національного банку України, має ряд слабо контрольованих напрямів та видів взаємодії, що посилює, в свою чергу, рівень кредитного та організаційно-правового ризиків.

Література: 1. Financial intermediaries, 2018. – Access mode: <https://www.intelligenteconomist.com/financial-intermediaries/> 2. Time has come for the Financial Intermediaries to become Future-Ready! 2018. – Access mode: <https://www.linkedin.com/pulse/time-has-come-financial-intermediaries-become-nirmit-shah> 3. Cyber Security Risk Report / Aon, 2019. – Access mode: <https://www.aon.com/unitedkingdom/insights/2019-cyber-security-risk-report.jsp>

## **ФАКТОРИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ В УМОВАХ ІV ПРОМИСЛОВОЇ РЕВОЛЮЦІЇ І ТРАНСФОРМАЦІЇ ТЕХНОЛОГІЧНИХ УКЛАДІВ**

Д-р екон. наук, проф. Ілляшенко С. М.  
*Національний технічний університет «ХПІ», Україна;  
Вища економіко-гуманітарна школа (WSEH), м. Бельсько-Бяла, Польща*

В наш час відбуваються докорінні трансформації практично усіх аспектів людської діяльності, які ініційовані зміною технологічних укладів і початком чергової ІV промислової революції. Ці процеси спричиняють кризові явища у традиційних галузях виробництва, функціонуванні національних економік, методах державного управління тощо [1]. Зокрема: докорінні трансформації чи зникнення традиційних галузей і виникнення нових, що загрожує крахом багатьом виробництвам; повернення виробництв до розвинених країн, оскільки їх рівень автоматизації робить не вигідним залучення дешевої робочої сили в країнах 3-го світу; постійні зміни техніки і технологій, що потребують постійного перенавчання персоналу; зростання рівня безробіття, що потребує розробки державних програм відповідного реагування, наприклад, введення безумовного доходу як це вже відбувається в окремих країнах; диджиталізація усіх аспектів людської життєдіяльності, що потребує певного рівня навиків використання сучасних комп'ютерних інформаційних технологій; психологічні проблеми людей, які спричинені усвідомленням, що вони не встигають пристосуватися до нових умов, а їх знання і кваліфікація швидко старіють тощо.

Проте зміни, що ініційовані трансформаційними процесами надають шанс на інноваційний прорив тим бізнес-структурам і національним економікам, які спроможні швидко адаптуватися до нових умов, навчатися і перенавчатися, використовувати знання і креативні здібності персоналу (членів суспільства у цілому) для формування, посилення і реалізації конкурентних переваг. Звичайно, цей шанс є насамперед у підприємств тих країн, які мають потужній науково-освітній і інтелектуальний потенціал, потужну систему продукування і комерціалізації нових актуальних знань, високий рівень інноваційної культури і т.п.

Окрім того, зростання рівня автоматизації виробництва, впровадження комп'ютерних інформаційних технологій, інтелектуальних систем прийняття управлінських рішень, зростаюча оперативна (в реальному масштабі часу) цифрова взаємодія машин, механізмів (інтернет речей), а також людей дозволить різко знизити собівартість виробничого процесу, логістики, маркетингу тощо, підвищити рівень індивідуалізації виробництва і споживання. Застосування фактично стандартизованого та відносно недорогого комп'ютерного і програмного забезпечення дозволить практично на рівних конкурувати малому і середньому бізнесу з великим. Особливо в тих аспектах діяльності де потрібна швидкість реагування, оперативне пристосування до змін чи навіть їх програмування. В цих умовах різко зростає роль управління знаннями як на рівні окремих підприємств, так і на національному рівні. Ефективна система управління продукуванням (отриманням) нових актуальних релевантних знань, а також їх використанням (комерціалізацією) в умовах технологічних трансформацій визначає конкурентоспроможність окремих виробництв і економіки держави взагалі.

У табл. 1 зазначено основні способи отримання та використання знань на рівні окремого підприємства.

На рівні держави необхідним є формування і розвиток національної інноваційної системи, яка включає: інноваційну культуру держави; систему стимулювання і регулювання інноваційної діяльності; систему фінансування інноваційної діяльності; інноваційну інфраструктуру; потенціал інноваційного розвитку держави.

Таблиця 1 – Основні способи отримання і використання знань на підприємстві, [2] (модифіковано)

Джерело знань	Зміст знань	Спосіб отримання знань	Напрямок використання
Маркетинг знань	Перспективні напрями появи нових і розвитку існуючих знань	Прогнозування напрямків появи нових і розвитку існуючих знань. Виявлення потреб у знаннях. Пошук галузей застосування знань	Орієнтації системи продукування знань на ті їх види які з великою імовірністю знайдуть попит на ринку
			Формування і стимулювання попиту на конкретні види знань, що втілені у наукові розробки (наукові знання), навички, досвід, компетенції, уміння тощо (професійні знання), технічну документацію, алгоритми тощо (технічні знання), нові знаннємісткі продукти
Купівля знань	Технічні, технологічні рішення, ноу-хау тощо	Придбання у власність або придбання права використання знань (патенти, ліцензії, франшизи тощо)	Виробництво нової продукції, використання нових технологій, нових методів управління, торгової марки. Освоєння нових видів діяльності, вихід на нові ринки і т.п.
Навчання	Професійні та наукові знання	Навчання в університетах, та ін. закладах освіти, підвищення кваліфікації, практика, самонавчання, отримання консультацій і т.д.	Підвищення рівня кадрової, інтелектуальної і організаційно-управлінської складових ППР організації. Як наслідок – удосконалення усіх аспектів діяльності, а також системи управління підприємством
НДДКР	Технічні, технологічні, наукові, а також професійні знання	Проведення прикладних досліджень для удосконалення існуючих і розроблення нових продуктів і технологій (виробничих, маркетингових, управлінських тощо). Замовлення НДДКР на стороні. Спільні НДДКР	Коригування існуючих і розроблення нових стратегій розвитку підприємства. Створення нових бізнесів, нових стратегічних бізнес-одиниць (СБО). Розгортання виробництва і збуту нової продукції
			Продаж прав власності чи прав використання знань, що втілені у патенти, ліцензії, промислові зразки, ноу-хау і т.п.

Узагальнюючи викладене можна зазначити, що автором окреслено основні фактори, які впливають на вибір траєкторій економічного розвитку в умовах трансформації технологічних укладів і початку IV промислової революції.

Література: 1. Ілляшенко С.М. Перспективи і загрози четвертої промислової революції та їх урахування при виборі стратегій інноваційного зростання / С.М. Ілляшенко, Н.С. Ілляшенко // Маркетинг і менеджмент інновацій. - 2016. - № 1. - С. 11-21. 2. Ілляшенко С.М. Управління знаннями в системі інноваційного розвитку організації / С.М. Ілляшенко, Ю.С. Шипуліна, Н.С. Ілляшенко, А.О. Комарницька // Маркетинг і менеджмент інновацій. - 2017. - № 1. - С. 231-241.

## **ІННОВАЦІЙНА ТА КРЕАТИВНА ЕКОНОМІКА ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ЗАЛІЗНИЧНОГО ТРАНСПОРТУ**

Д-р екон. наук, доц. Каличева Н. Є.

*Український державний університет залізничного транспорту*

Сучасний розвиток світової економіки є досить динамічним, тому підприємства залізничного транспорту, які є досить консервативними у своїй діяльності, змушені активно реагувати на постійний стрімкий розвиток науки та техніки для того, щоб втриматися на транспортному ринку. За таких умов залізнична галузь змушена переглянути підходи до ведення господарської діяльності, адже нині значний вплив на розвиток суб'єктів господарювання мають процеси становлення та розвитку нових видів діяльності, технік та технологій, котрі пов'язані з пошуком нестандартних ідей і рішень та з формовані на базі інноваційності та креативності [1].

На даний час провідні залізничні транспортні компанії у своїй діяльності використовують наступні сучасні інноваційні технології та креативні рішення, пов'язані з [2; 3]:

- управлінням енергетичними ресурсами;
- використанням інтелектуально-адаптивних систем планування, нормування та обліку витрат паливно-мастильних матеріалів;
- застосуванням систем автоматизованого обліку та планування машинного часу та параметрів виробітку залізничної техніки;
- запровадженням технологій енергоефективного та безпечного руху надважких та великогабаритних рухомих складів;
- інтелектуалізацією технологій управління, в тому числі й систем диспетчерського керування;
- автоматизацію всіх виробничих процесів т усуненням ризику впливу людського чинника;
- інтелектуалізацією системи оптимізації графіка руху;
- застосуванням технологій збереження енергії та використанням альтернативних видів палива;
- автоматизацією систем планування технічного утримання залізничної інфраструктури та рухомого складу;
- використанням технологій цифрового моделювання інфраструктури та рухомого складу, застосовуючи супутникові технології;
- впровадженням єдиних інформаційно-комунікаційних систем управління перевізним процесом;
- застосуванням системи оптимізації швидкісного та високошвидкісного руху із врахуванням спеціалізації залізничної інфраструктури;

- використанням технологій забезпечення безперебійної роботи залізниць при виникненні надзвичайних ситуацій;
- запровадженням інтелектуальних систем для моніторингу стану інфраструктури та рухомого складу в умовах реального часу;
- диференціюванням конструкцій рухомого складу та інфраструктури при розв'язанні спеціалізованих задач при зміні умов транспортування;
- застосуванням технологій аерокосмічного моніторингу об'єктів інфраструктури та прилеглих територій;
- використанням інтелектуальних систем оптимізації вантажо- та пасажиропотоків, враховуючи спеціалізації вантажних та пасажирських ліній.

Враховуючи потужний розвиток технологій в сучасному світі, підприємствам залізничного транспорту, діяльність яких гальмується складною політичною та економічною ситуаціями в середині країни, досить складно використовувати у своїй роботі всі наявні інноваційні рішення для покращення свого положення на ринку транспортних послуг. Але необхідність утриматися на ринку призводить до потреби у знаходженні маршрутів власного ефективного розвитку. За таких умов належить активізувати наявний потенціал шляхом формування тандему креативності та виробництва для задоволення максимального попиту споживача у транспортному обслуговуванні [4].

Зокрема, провідні світові залізничні компанії активно запроваджують інновації спрямовані на забезпечення клієнтоорієнтованості рейкового транспорту за рахунок цифровізації та діджиталізації, зосереджуючи увагу на загальній організації перевізного процесу, що призводить до необхідності бути гнучкими та динамічними на ринку транспортних послуг.

Виходячи із зазначеного вище, вітчизняним підприємствам залізничного транспорту необхідно вибрати найоптимальні варіанти інноваційного розвитку, котрі реально можна запровадити на залізницях, враховуючи їх спрямованість на клієнтоорієнтовність, надійність та безпеку, для досягнення найкращих економічних результатів в наявних умовах господарювання.

Таким чином, забезпечення ефективного інноваційного розвитку підприємств залізничного транспорту має ґрунтуватися не лише на минулому досвіді та прикладі інших залізничних компаній, але й урахувати майбутні перспективи отримання позитивного економічного ефекту.

Тож, основним завданням, які мають вирішити підприємства залізничного транспорту в умовах інноваційного та креативного розвитку, є створення необхідної інфраструктури та атмосфери сприяння розвитку для креативного сектору, що призведе до створення системи менеджменту бізнесу в транспортному секторі для запровадження постійних покращень у діяльності з метою підвищити якість перевізного процесу та знизити кількість невідповідностей у ланцюгу постачання.

Література: 1. Пакуліна А.А., Євсєєв А.С. Інноваційна та креативна економіка як умова модернізації національного господарства України *Економіка та суспільство*. 2018. Вип. 16. С. 192-200. URL: [http://www.economyandsociety.in.ua/journal/16\\_ukr/30.pdf](http://www.economyandsociety.in.ua/journal/16_ukr/30.pdf) (дата звернення: 13.04.2020). 2. Дикань В.Л, Зубенко В.О. Забезпечення ефективності інноваційної діяльності підприємств залізничного транспорту: монографія. Харків: УкрДАЗТ, 2008. 194 с. 3. 5 самых фантастических в мире железнодорожных проектов URL: <https://novate.ru/blogs/031214/28947/> (дата звернення: 12.04.2020). 4. Каличева Н. Є. Стратегічні орієнтири розвитку підприємств залізничного транспорту на інноваційній основі. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2019 №1(18). С. 122-126. URL: <http://www.easterneurope-ebm.in.ua/18-2019-ukr>. (дата звернення: 13.04.2020).

## ІНТЕЛЕКТ ПІДПРИЄМЦЯ ЯК НЕВІД'ЄМНА СКЛАДОВА УСПІШНОГО БІЗНЕСУ

Д-р екон. наук, проф. Калініченко Л.Л.,  
здобувач вищої освіти Бондарець М.М.

*Харківський національний університет будівництва та архітектури*

Щоб підприємцю ефективно вести свій бізнес, необхідний постійний пошук і відкриття істотно нового, опосередкованого і узагальненого відображення дійсності в ході її аналізу і синтезу.

Головна роль в пошуку оптимальних рішень і генерації ідей належить мисленню. Суть мислення – у пошуку відповідей і прагненні до осмислення дійсності. Коли людина розмишляє, вона активізує безліч процесів розумової діяльності: увагу і спостереження, допитливість і спогади, оцінку та інтерпретацію, уяву і фантазію, пам'ять і пізнання.

Наявність великої кількості знань у людини зовсім не гарантує їй те, що вона зуміє швидко і результативно скористатися цим багажем. Зіткнувшись зі складним завданням, навіть ерудит може загубитися і не відреагувати швидкістю і якістю запропонованого рішення. У цьому випадку важливо вміти якісно мислити. Часто мислення замінюють іншим словом – «інтелект» (від лат. *intellectus* – ум, розум, розум, здатність мислення, раціонального пізнання).

Інтелект людини пов'язаний також з уявою, інтуїцією, емоціями і комунікативними здібностями. Людина, наділена інтелектом, здатна до здійснення процесів мислення. *Інтелект* – це здатність до мислення, а мислення – процес реалізації інтелекту.

Мислення і інтелект завжди були відмінними рисами підприємливої людини. Сьогодні в науці існують два найбільш поширених визначення інтелекту: інтелект – здатність адаптуватися до середовища; інтелект – здатність вирішувати розумові задачі.

Розглядаються три види інтелекту людини:

1. Загальний інтелект – сукупність психічних властивостей особистості, які зумовлюють успіх будь-якої діяльності, адаптацію до навколишнього середовища і високий темп переробки інформації.

2. Спеціальний інтелект – сукупність психічних властивостей, які необхідні для вирішення вузьких задач в тому чи іншому виді діяльності. Цей вид інтелекту забезпечується спеціальними здібностями людини (музика, живопис, наука, та ін.);

3. Професійний інтелект. Професіонала характеризують: висока швидкість виконання професійних дій з включенням інтуїтивних процесів; новизна та оригінальність діяльності на тлі відмови від стереотипів, зняття психологічних бар'єрів і захисних механізмів; безперервність і невичерпність процесів творчості; несвідоме регулювання (автоматизм) професійної діяльності.

4. Соціальний інтелект – орієнтований на проблеми міжособистісних відносин, взаємодію ділових партнерів, вміння знаходити раціональний вихід із ситуації.

Інтелект підприємця відбивається не тільки в знаннях, але і в діяльності. Діяльність – це реалізація знань на практиці відповідно до цілей і задач людини, організації, суспільства.

Підприємницька діяльність характеризується такими ознаками як:

- ініціативність, яка означає, що підприємець починає свою діяльність відповідно до потреб ринку на свій розсуд та без будь-яких застережень;
- систематичність, що підкреслює її постійний характер;



– ризиковість, тобто підприємець готовий відчувати на собі як позитивні, так і негативні наслідки підприємницької діяльності, зокрема випадкову загибель свого майна;

– відповідальність, тобто здійсненням підприємництва від свого імені та під свою майнову відповідальність .

Метою підприємницької діяльності, себто одержанням прибутку.

Між інтелектом і успіхом в підприємницькій діяльності існують порогові відносини. Підприємницький інтелект це здатність вловити сприятливі можливості і тенденції ринку, зібрати воедино необхідні ресурси, щоб виробити продукцію і послуги, які можна потім вигідно продати. Люди бізнесу передбачають потреби суспільства і тим самим вони віднаходять певну бізнес-ідею, намагаються її реалізувати, і в результаті створюється новий бізнес, створюється новий продукт. Підприємницький інтелект - це основа процвітаючого і швидко зростаючого бізнесу. Таким чином, інтелектуальне підприємництво - це вихід за межі наявних можливостей в інтелектуальній сфері.

Фахівці виділяють такі ознаки підприємницького інтелекту:

1. Інтелектуальна сміливість. Тобто готовність досліджувати будь-яку проблему та шукати відповідь на будь-яке питання.

2. Інформаційна грамотність. Це вміння працювати з інформацією, зі знаннями. Наприклад, знання по-різному структуруються в природничих науках і науках гуманітарних, науках про поведінку. Підприємець повинен це розуміти і не боятися цього.

3. Толерантність до інформаційної невизначеності і величезного обсягу інформації. Підприємець здатний приймати рішення в умовах невизначеності в силу неповної інформації. У разі нестачі інформації на допомогу повинна прийти інтуїція

4. Здатність генерувати незвичайні і новаторські ідеї;

5. Стійка мотивація до породження нового знання.

Як показує практика, успішний підприємець:

- вміє отримати потрібну інформацію і знайти її застосування в реальному бізнесу;

- вміє мислити нестандартно і масштабно, думати на перспективу, представляти, як бізнес буде розвиватися далі;

- бути рішучим і відповідальним за можливі ризики;

- мати високу стійкість до стресів;

- вміти визначати пріоритети і чітко дотримуватися встановленого курсу.

- мати високу працездатність і концентрацією на своїй справі;

- бути комунікабельним і переконливим;

- не зупиняється на досягнутому, вдосконалюватися і постійно працювати над собою.

Отже, не бути інтелектуальним успішний підприємець просто не може - мозок підприємця завжди в русі, завжди в роботі: оцінює ризики, стежить за тенденціями, контролює процеси, тримає в голові багато інформації, бере на себе відповідальність.

Література: 1. Л. Калініченко, В. Смачило, В. Халіна, О. Колмакова Компетентності майбутніх підприємців: вітчизняний досвід та європейські тренди формування // Новий Колегіум, №3, 2018, С. 57-61. 2. Янченко НВ, Белоглазова КВ, Скрипка ІА Конкурентоспроможності молодих фахівців на ринку праці// Молодий вчений, №5 – 2018, С.107-111.

## КРЕАТИВНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ОСОБИСТОСТІ ЯК ФАКТОР ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ СУСПІЛЬСТВА

Д-р екон. наук, проф. Калініченко Л.Л.,  
здобувач вищої освіти Федорець К.О.

*Харківський національний університет будівництва та архітектури*

Сучасний рівень розвитку науки і техніки висуває вимогу неодмінної адаптації до нового світу, а креативність є невід'ємною частиною самоактуалізації людини. Креативність не функціонує сама по собі, ізольовано, а пов'язана з усією системою особистості, включаючи біологічні компоненти – анатомію і фізіологію людини, психологічні компоненти – пам'ять, характер, темперамент, здібності, почуття, емоції, соціальні компоненти – здатність до спілкування, здатність до самостійної діяльності.

Головною характерною рисою особистості є її постійне прагнення до активної діяльності і перетворення дійсності, а отже, активність конкретної людини виражається в креативному, новаторському підході до всіх сфер життєдіяльності.

Креативна особистість – це особистість, яка в результаті впливу зовнішніх факторів набула необхідних для актуалізації креативного потенціалу людини додаткових мотивів, особистісних освіт, здатностей, що дозволяють досягати творчих результатів в одному або декількох видах творчої діяльності

Характерними критеріями прояву креативної особистості є:

- оригінальність – здатність генерувати незвичайні ідеї, що відрізняються від загальноприйнятих;
- величина відхилення від стереотипу;
- вміння генерувати велику кількість різноманітних ідей;
- сприйнятливості – вміння помічати незвичайні деталі, невизначеності і суперечності, швидке переключення з однієї ідеї на іншу;
- розробленість – здатність детально розробляти виникли ідеї;
- гнучкість – здатність застосовувати різноманітні стратегії при вирішенні проблем;
- метафоричність – готовність працювати в нестандартних умовах, схильність до асоціацій, вміння бачити в складному просте і навпаки;
- інтуїтивність – здатність відчувати правильний напрямок думки;
- задоволеність – підсумок роботи креативного мислення;
- компетентність як сума знань та досвіду, необхідних для ефективної діяльності;
- мотивація – внутрішня зацікавленість, яка заснована на глибинному бажанні, що змушує людину прагнути до досягнення своїх цілей. Це внутрішнє або зовнішнє спонукання до дії заради досягнення будь-якого результату;
- допитливість – прагнення до придбання нових знань, інтерес до всього того, що може збагатити життєвий досвід, дати нові враження;
- уява або фантазія – процес побудови нового на основі переробки, уявної реконструкції уявлень, які залишилися в свідомості людини від минулого досвіду, тобто процес перетворюючого відображення дійсності.
- схильність до ризику – особистісні якості індивіда, пов'язані з такими рисами характеру, як незалежність, схильність домінувати, імпульсивність, бажання досягти успіху, незалежність;
- амбіційність – напористість, цілеспрямованість, честолюбство, вміння досягати намічених задач;

- сміливість поглядів, незалежність суджень, відсутність страху «виділитися з натовпу».

Таким чином, креативна особистість це допитлива, самовпевнена, енергійна, незалежна в судженнях, автономна, інтуїтивна, домінантна, агресивна, схильна до пошуку нових вражень, з одночасним поєднанням унікальних особливостей, з крайнощами, які вступають в протиріччя одна з одною, з вираженим ослабленням гальмівних селективних механізмів, самотня, яка володіє солідним багажем знань.

Головним спонукальним мотивом креативності є прагнення людини реалізувати себе. Необхідність проявити креативність, тобто знайти нове невідоме раніше рішення, є наслідком якоїсь причини, а точніше, відповіддю або реакцією на незадоволену потребу або нереалізований мотив.

За походженням ці потреби або мотиви можна розділяти на внутрішні і зовнішні.

Внутрішні мотиви креативної діяльності людини:

- реалізація пошукової потреби.
- інстинкт самозбереження, виживання і продовження роду.
- задоволення матеріальних потреб –
- задоволення духовно-соціальних потреб
- користолюбство, владолюбство, кар'єризм.
- лінь, небажання витратити свою енергію, паразитизм.

Зовнішні мотиви креативної діяльності людини:

- задоволення потреби сім'ї, країни, людства;
- наслідування ідеології, культури і міфів суспільства;
- почуття моди (стадності), бажання бути не гірше за інших.

Всі перераховані мотиви діють одночасно, кожен в тій чи іншій мірі, але якийсь один з них буде домінуючим. Це визначається соціальними умовами, в яких перебуває людина, її вихованням, освітою і світоглядом.

Життя в сучасному світі переповнена дивними змінами, серед яких найчастіше втрачається з уваги особистість людини. Сьогодні постійно виникають і вирішуються соціальні проблеми, але при цьому чомусь забувається, що особистість людини - основа всіх проблем і рішень.

Інноваційні процеси в сучасному світі вимагають більш глибокі запити креативної особистості. Без розвитку унікальних уявних і творчих здібностей людина втрачає те, що називається силою особистості - змістовність, цілеспрямованість, значимість, яскравість, наповненість, що так важливо для успішної професійної діяльності.

Фахівець, що креативно мислить здатний швидше і вигідніше вирішувати поставлені перед ним завдання, намічати нові цілі, ефективніше долати труднощі, забезпечувати собі більшу свободу вибору і дій, тобто найбільш ефективно організовувати свою діяльність при вирішенні завдань, поставлених перед ним суспільством. Саме креативний підхід до діяльності є однією з умов інноваційного розвитку суспільства. Тому сьогодні проблема формування креативної особистості професіонала є пріоритетною для навчальних закладів, суспільства, держави.

Література: 1. Калініченко ЛЛ, Благой ВВ, Янченко НВ Креативна економіка як нова модель економічного розвитку // Вісник економіки транспорту і промисловості, 2018, С14-16.

## СТРУКТУРНІ ЗМІНИ У ЗАДОВОЛЕННІ ПОПИТУ НА ПРОДУКЦІЮ КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ УКРАЇНИ

Д-р екон. наук, проф. Кічурчак М.В.  
*Львівський національний університет імені Івана Франка*

Для характеристики розвитку креативних індустрій важливо визначити, які зміни відбулися в характері споживання їхньої продукції в українській економіці у 2000–2018 рр. Наше дослідження ґрунтується на таких методологічних застереженнях: про споживання населенням окремих видів продукції креативних індустрій свідчить відвідуваність ним різних видів закладів культури і мистецтва згідно з даними представленими офіційною статистикою.

Згідно з даними табл. 1 в Україні зросла відвідуваність за окремими видами креативних інституцій на 100 населення в середньому за рік. У 2017 р. відвідуваність театрів становила 136,4 % рівня 2000 р., музеїв, відповідно, 121,9 %, кіносеансів – 208,3 % (у 2015 р.), концертних організацій – 87,5 % (у даному разі зменшилась). У 2014 р. індикатори відвідуваності населенням відповідних видів креативних інституцій виявили тенденцію до скорочення, спричиненого невизначеністю умов життєдіяльності більшості споживачів та агресивними діями, пов'язаними з захопленням частини території нашої країни. У 2015–2017 рр. значення цих індикаторів почали поліпшуватися, що зумовлено адаптивністю попиту на продукцію творчих індустрій до життєдіяльності в умовах невизначеності, а також виходом економіки України на траєкторію зростання. Якщо проаналізувати такі показники, як відвідування населенням креативних інституцій, середньомісячну заробітну плату, темпи зростання номінальної і реальної заробітної плати, рівень безробіття, то в 2000–2018 рр. простежується деяка кореляція між досліджуваними параметрами. Попит на окремі види продукції креативних інституцій є чутливим до зміни чинників соціально-економічної і політичної ситуації в країні.

На цій підставі доречно виокремити такі основні етапи змін характеру споживання продукції креативних індустрій. Перший етап (2000–2008) простежували стабілізацію попиту на продукцію аналізованих креативних інституцій, починаючи від 2005 р. за окремими видами закладів – навіть збільшення кількості відвідувань на 100 населення в середньому за рік. У ці роки підвищення рівня життя населення мало особливий характер, спричинений частими змінами політичного курсу країни, проведенням популістської політики доходів, яка не враховувала реалій розвитку вітчизняної економіки, залежністю від кон'юнктури світових ринків, що позначилося на режимі роботи провідних українських підприємств, слабо прогнозованою інфляцією, очікуваннями суб'єктів господарювання [1, с. 307]. Тому попит на продукцію креативних індустрій не є стійким, модифікується не лише залежно від смаків і уподобань споживачів, їхніх доходів, а й наявних економічно-соціальних флуктуацій в Україні.

На другому етапі (від 2009 р. і дотепер) попит на продукцію творчих індустрій є під дією кризових явищ в економіці України. Це впливає на купівельну поведінку домогосподарств через невизначеність ситуації із зайнятістю, переходом до роботи в режимі неповного робочого дня або перебування в адміністративних відпустках, посилення інфляційних процесів і “заморожування” зростання заробітної плати порівняно з попереднім періодом. У 2009 р. статистично зафіксоване зменшення відвідувань населенням креативних інституцій на 100 населення в середньому за рік, а отже, і скорочення обсягів споживання продукції аналізованих закладів порівняно з попереднім періодом. У 2010–2013 рр. адаптація споживачів до соціально-економічних умов побутування, слабкі позитивні зрушення на макрорівні, підготовка і проведення “Євро – 2012” привели до певного поліпшення споживання продукції креативних

інституцій, індикатором чого стало незначне збільшення кількості відвідувань закладів на 100 населення в середньому за рік. Чутливість цього сектору до несприятливих збурень в економічній системі і розгортання соціально-політичної кризи в Україні в 2014–2015 рр. стали чинниками погіршення кількості відвідувань театрів, кінотеатрів, музеїв і концертних організацій на 100 населення в середньому за рік. Для формування попиту на продукцію креативних індустрій у зв'язку з явищем синергизму важлива впевненість у майбутньому, стабілізація макроекономічної, політичної та безпекової ситуації в Україні.

Таблиця 1 – Відвідування населенням закладів культури та мистецтва в Україні, основні макроекономічні показники у 2000–2018 рр.

Роки	Театри*	Музеї*	Кіносесанси*	Концертні організації*	Темпи зростання ВВП, % до 1990 р.	Індекс споживчих цін, % до п.р.	Середньомісячна заробітна плата, грн	Темпи зростання номінальної заробітної плати, % до п.р.	Темпи зростання реальної заробітної плати, % до п.р.	Рівень безробіття населення працездатного віку, % до економічно активного населення
2000	11	32	12	8	43,2	128,2	230	129,6	99,1	12,4
2001	12	35	20	9	47,2	112	311	135,2	119,3	11,7
2002	13	36	20	14	49,7	100,8	376	121,0	118,2	10,3
2003	13	37	20	8	54,4	105,2	462	122,8	115,2	9,7
2004	13	39	20	10	61,0	109	590	127,5	123,8	9,2
2005	13	40	20	9	62,7	113,5	806	136,7	120,3	7,8
2006	13	43	30	9	67,3	109,1	1041	129,2	118,3	7,4
2007	14	45	39	9	72,2	112,8	1351	129,7	112,5	6,9
2008	15	47	23	9	74,1	125,2	1806	133,7	106,3	6,9
2009	13	45	23	8	63,3	115,9	1906	105,5	90,8	9,6
2010	14	47	20	9	65,9	109,4	2239	120,0	110,2	8,8
2011	15	48	33	9	69,5	108,0	2633	117,6	108,7	8,6
2012	15	49	35	10	69,6	100,6	3026	114,9	114,4	8,1
2013	15	49	30	11	69,6	99,7	3265	107,9	108,2	7,7
2014**	11	33	25	6	64,8	112,1	3480	106,0	93,5	9,7
2015	13	35	25	6	58,4	148,7	4195	120,5	79,8	9,5
2016	14	37	...	6	59,9	113,9	5183	123,6	109,0	9,7
2017	15	39	...	7	61,4	114,4	7104	137,1	119,1	9,9
2018	...	...	...	...	63,3	110,9	8865	124,8	112,5	9,1

\* – на 100 населення в середньому за рік; \*\* – без урахування тимчасово окупованої території АР Крим, м. Севастополя та частини зони проведення антитерористичної операції. Джерело: [2].

Отже, структурні зміни у попиті на продукцію креативних індустрій залежать не лише від чинників, які пов'язані безпосередньо із поведінкою їхніх споживачів, але й від характеру розвитку економіки України та поточної політичної ситуації в країні. З огляду на це важливо брати до уваги наявні економічні, соціальні та політичні ризики під час задоволення попиту на продукцію креативних індустрій. Для досягнення позитивних зрушень у цьому секторі економіки важливою є поліпшення дієвості державної політики у цій сфері, спрямованої на активізацію розвитку креативних інституцій в економіці України.

Література: 1. Кічурчак М. Відтворення суспільних благ в економічній системі України: концептуальні засади теорії та практики / М.Кічурчак. – Львів: ЛНУ ім. Івана Франка, 2016. – 494 с. 2. Державна служба статистики України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukrstat.gov.ua/>.

## ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ АСИНХРОННИХ ЕЛЕКТРОДВИГУНІВ

Канд. екон. наук, доц. Кобелєв В.М.,  
канд. екон. наук, проф. Косенко А.В.,  
студентка Якушко А.Є.

*Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»*

Найважливішою базовою галуззю промисловості України є електроенергетика. Її рух вперед обумовлює вдосконалення всього народного господарства країни і рівень

розвитку науково - технічного прогресу. Електроенергетика проникла в усі сфери діяльності населення планети. Перш за все вона забезпечує потреби побуту кожної людини. Широко використовується в сільському господарстві, промисловості, науці. У багатьох областях працю людини замінений роботою електричними машинами, які змушують працювати електродвигуни. Електродвигуни мають масштабне поширення у всіх сферах нашого життя. Вони використовуються в побутовій техніці: холодильниках, соковижималках, вентиляторах та інше побутовому господарстві. В обладнанні вантажно-розвантажувальної роботи: всіляких вантажних лебідок. Крім того, застосування знаходять на промислових підприємствах: будівельному електричному інструменті, свердлильних установках, деревообробних верстатах, змішувачах бетону та інших пристроях, що використовуються у виробництві. Таким чином, електроенергетика породила електротехнічне виробництво. Електротехнічне виробництво розвивається в Україні з величезною швидкістю, і значиму роль грає в машинобудівному комплексі вітчизняної промисловості. На сучасному етапі найбільш поширені серед електричних двигунів змінного струму отримали асинхронні електродвигуни з багатофазної симетричною обмоткою на статорі, які живляться від мережі змінного струму.

Проведене дослідження показало, що з 2010 р. в Україні розпочався новий етап розвитку ринку асинхронних електродвигунів, який, на наш погляд, продовжується і в цей час. За останні декілька років в два рази виросло виробництво асинхронних електродвигунів. Паралельно йде розвиток зовнішніх ринків: з 2008 по 2018р. обсяг експорту зріс на 60%. По нашим даним ця тенденція збережеться і надалі на протязі 3-5 років при умові, що темпи росту промислового виробництва та модернізації виробничих потужностей електромашинобудівних підприємств будуть на тому ж рівні. Обсяг експорту українських асинхронних електродвигунів в 2018 році склав 256,1 тис. шт., що на 7% більше, ніж в 2017 році та має стійку тенденцію до зростання [5]. Український виробник асинхронних електродвигунів традиційно експортує свої вироби в Польщу, Росію, Казахстан, Білорусію та ін.

В цілому використання асинхронних електродвигунів потужністю від 1,0 до 100 кВт складає приблизно 90% та споживає 90% електроенергії, яка перетворюється в механічну. Проведені дослідження дозволили виявити, що найбільш масовий вид асинхронних електродвигунів знаходиться в діапазоні потужностей 1-20 кВт, а серед виконавчих механізмів самими розповсюдженими є станки, вентилятори, насоси та транспортери, які складають більше половини загальної кількості механізмів (табл.2).

Таблиця 2 – Розподіл асинхронних електродвигунів по механізмам

Механізми	В % від загальної кількості	Механізми	В % від загальної кількості
Вентилятори	37,7	Змішувачі	5,5
Транспортери	19,9	Механізми переміщення	4,0
Насоси	17,0	Замки, задвижки	3,7
Станки	7,0	Компресори	2,8

На наш погляд, сучасні вимоги ринку електровиробів в основному пов'язані з енергозбереженням. Треба зазначити, що ця проблема характерна не тільки для асинхронних електродвигунів, а і для інших видів електровиробів. Вона є міжгалузеву і охоплює всі сфери і галузі української економіки [5, 7].

Існуючі в нашій країні технології виробництва товарів в цей час є достатньо енерговитратними. Частка енерговитрат в собівартості продукції складає 35-50%, що на 10-15% вище, чим в промислово розвинутих країнах. Це призводить до необґрунтованого подорожчання товарів і падіння їх конкурентоспроможності. По оцінкам експертів Євросоюзу впровадження енергозберігаючих технологій і

обладнання зменшує потреби в енергоресурсах на 30-40% [7]. Провідні фірми-виробники виготовляють енергозберігаючі стандартні асинхронні електродвигуни потужністю 0,5-30 кВт і більше. В цих двигунах витрати електроенергії зменшені не менше, чим на 10 % в порівнянні з асинхронними електродвигунами з «нормальним» коефіцієнтом корисної дії.

Результати наших розрахунків показують, що в умовах українського ринку електротехнічної продукції додаткові витрати на створення енергозберігаючих асинхронних електродвигунів окупляться за рахунок економії енергії на протязі 2-3 років в залежності від потужності асинхронних електродвигунів.

**1. Література:** 1. Ахметшин Э.Р. Исследование состояния российского рынка электродвигателей и перспективы их развития до 2025 года // Молодой ученый. 2017.- № 48.- С. 55-60. 2. Кобелев В.М. Сучасний стан та перспективи розвитку українського ринку електротехнічних виробів // Науковий журнал "Економіка розвитку". - Харків: ХНЕУ, 2006. - с. 72-75. 3. Товажнянский В.Л., Перерва П.Г., Кобелева Т.А. Антикризисный менеджмент производственно-коммерческой деятельности предприятий машиностроения // Государство и рынок: механизмы и методы регулирования в условиях преодоления кризиса: монография.- СПб.: Астерион, 2010.- Т.2.- п.6.2.- С. 254-264. 4. Перерва П.Г., Коциски Д., Верес Шомоши М., Кобелева Т.А. Комплаенс программа промышленного предприятия.– Харьков-Мишкольц : ООО «Планета-принт», 2019. – 689 с. 5. Кобелева Т.О., Перерва П.Г. Визначення ризику оцінки стану кон'юнктури вітчизняного ринку асинхронних двигунів // Маркетинг і менеджмент інновацій.- 2012.- № 1.- С. 79-88. 6. Pererva P.G. Kocziszky György, Szakaly D., Somosi Veres M. Technology transfer.- Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI», 2012. — 668 p. 7. Перерва П.Г. Комплаенс-программа промышленного предприятия: сущность и задачи // Вісник Нац. техн. ун-ту «ХПІ» : зб. наук. пр.- Сер. : Економічні науки. – Харків : НТУ "ХПІ", 2017.– № 24 (1246).– С. 153-158. 8. Товажнянский В.Л., Перерва П.Г., Кобелева Т.О. Банкротство, санація та реструктуризація підприємства як економічні категорії антикризового управління // Вісник НТУ «ХПІ». – Харків: НТУ "ХПІ", 2015. – № 59 (1168). – С. 148-152. 9. Ткачова Н.П., Перерва П.Г. Развитие методов анализа фактического стану конкурентных переваг підприємства // Економіка розвитку. – 2011. – № 4. – С. 116-120. 1.10. Перерва П.Г. Трудоустройство без проблем (искусство самомаркетинга). – Харьков : Фактор, 2009. – 480 с. 11. Гончарова Н.П., Перерва П.Г., Яковлев А.И. Маркетинг инновационного процесса // Учебное пособие - К.: ВИРА-Р, 1998.- 267с. 12. Перерва П.Г. Управление маркетингом на машиностроительном предприятии / Учеб.пособие. - Харьков : «Основа», 1993. - 288с. 13. Гончарова Н.П., Перерва П.Г., Яковлев А.И. Новые технологические системы: качество, потребность, эффективность. К.: Наукова думка, 1989.- 176с. 14. Перерва П.Г., Коциски Д., Верес Шомоши М., Кобелева Т.А. Комплаенс программа промышленного предприятия.– Харьков-Мишкольц : ООО «Планета-принт», 2019.- 689 с. 15. Перерва П.Г. Самомаркетинг менеджера и бизнесмена.- Ростов: Феникс, 2003. - 592 с. 16. Кобелева Т.О. Показники і критерії оцінки кон'юнктури товарного ринку / П.Г.Перерва, Т.О.Кобелева // Зб. тез доп. 5-ї Міжнар. наук.-практ. конф. "Маркетинг інновацій і інновації в маркетингу" 29 вересня-1 жовтня 2011 р. – Суми : ТОВ "ДД "Папірус", 2011. – С. 161-163.

## **ДЬО ДІЛДЖЕНС ЯК ІНСТРУМЕНТ КОМПЛАЄНС-БЕЗПЕКИ**

Канд. екон. наук, доц. Кобелева Т.О.

*Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»*

Промислові підприємства здійснюють свою діяльність в складних умовах ризику розвитку підприємств. Вони відіграють важливу роль в економіці кожної країни, виконуючі такі надзвичайно важливі функції, як:

- виробництво різного роду товарів та формування купівельної спроможності у споживачів для їх придбання та споживання;
- розширення соціальної інфраструктури;
- створення робочих місць;
- забезпечення власного зростання і т.п.

Виходячи з цих завдань функціонування промислового підприємства на відміну від інших типів підприємств полягає в перетворенні одного типу матеріальних благ

(сировини, напівфабрикатів, матеріалів та ін.) в інший (готовий продукт). У зв'язку з цим, при дослідженні процесу сталого та безпечного розвитку саме промислових підприємств важливо враховувати специфічні особливості їх функціонування.

В українській економіці дью ділідженс (due diligence) як поняття з'явилося порівняно недавно, що багато в чому пояснюється активізацією процесів боротьби з корупцією на глобальному рівні, посиленням інтеграції української економіки в світовий економічний простір [1, 2, 3].

Найчастіше термін використовується у фінансах і праві. Метод складається з збору та аналізу інформації, прийняття рішення і форми його подачі щодо доцільності вступу в ті чи інші взаємини з контрагентами. За допомогою дью ділідженс оцінюються можливі ризики (наприклад фінансові, юридичні та т.д.) При зборі інформації враховується будь-яка інформація, незалежно від джерел її походження. Вивчення отриманої інформації робиться різними фахівцями окремо, потім робиться зведений аналіз. Рішення приймається експертами дью ділідженс окремо від замовника. Форма подачі буває розгорнутої (з додатком окремих проміжних висновків фахівців, джерел інформації), або у вигляді короткої рекомендації про подальші дії [4, 5].

У більш широкому сенсі поняття due diligence застосовується як протилежність недбалості або зловживання, може використовуватися для юридичної або морально-етичної оцінки діяльності суб'єкта. Всі ці напрямки входять в сферу діяльності комплаєнс-функції.

Професійний дью ділідженс дозволяє аналізувати внутрішню документацію та інші звіти компанії для визначення фінансових тенденцій [6, 7]. В рамках дью ділідженс глибоко досліджуються якість і стійкість доходів шляхом вивчення основних ризиків і попередніх фінансових показників, щоб визначити, чи розумно очікувати продовження діяльності, і зрозуміти, як змінюються обставини і тенденції можуть вплинути на майбутнє підприємства.

Слід зазначити, що процедура дью-ділідженс широко використовуються в різних сферах господарської діяльності промислових підприємств в різних сферах [8], але, на наш погляд, одна з сфер надзвичайно важливої для промислових підприємств в сучасних умовах залишається для дью-ділідженс ще не освоєною. Ми маємо на увазі сферу комплаєнс-діяльності.

Комплаєнс (англ. compliance – відповідність) – це здатність промислового підприємства відповідати нормам та правилам, як зовнішнім, так і внутрішнім, бути відповідальним за ведення бізнесу [9, 10]. Якщо підприємство не контролює зони ризику, то у підсумку воно понесе збитки, не тільки фінансові, а й репутаційні. При цьому потрібно усвідомлювати, що навіть якщо підприємство вирішило повністю відповідати нормам закону та прийняло для цього всі заходи, це не означає, що це воно захищене від виникнення комплаєнс-ризиків.

З ростом шахрайських схем у сфері бізнесу, власникам необхідно здійснювати перевірку контрагентів практично при будь-якій угоді, сума здійснення якої є значущою для компанії. Дью ділідженс може проводитися як по окремому блоку (наприклад, тільки комерційний дью ділідженс), так і в сукупності. Процедура комплаєнс полягає в проведенні незалежної перевірки діяльності компанії на предмет відповідності чинному законодавству [11, 12].

Література: 1. Перерва П.Г., Коциски Д., Верес Шомоши М., Кобелева Т.А. Комплаєнс программа промышленного предприятия.– Харьков-Мишкольц : ООО «Планета-принт», 2019. – 689 с. 2. Pererva P.G. Kocziszky György, Szakaly D., Somosi Veres M. Technology transfer.- Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI», 2012. – 668 p. 3. Перерва П.Г. Комплаєнс-программа промышленного предприятия: сущность и задачи / П.Г.Перерва // Вісник Нац. техн. ун-ту «ХПІ» : зб. наук. пр.– Сер. : Економічні науки. – Харків : НТУ "ХПІ", 2017.– № 24 (1246).– С. 153-158. 4. ТОВАЖНЯНСЬКИЙ В.Л., ПЕРЕРВА П.Г., КОБЕЛЄВА Т.О. Банкротство, санація та реструктуризація підприємства як економічні категорії



антикризового управління // Вісник НТУ «ХПІ». – Харків : НТУ "ХПІ", 2015. – № 59 (1168). – С. 148-152. 5. Ткачова Н.П., Перерва П.Г. Розвиток методів аналізу фактичного стану конкурентних переваг підприємства // Економіка розвитку. – 2011. – № 4. – С. 116-120. 6. Перерва П.Г. Трудоустройство без проблем (искусство самомаркетинга). – Харьков : Фактор, 2009. – 480 с. 7. Гончарова Н.П., Перерва П.Г., Яковлев А.И. Маркетинг инновационного процесса // Учебное пособие - К.: ВИРА-Р, 1998.- 267с. 8. Перерва П.Г. Управление маркетингом на машиностроительном предприятии / Учеб.пособие. - Харьков : «Основа», 1993. - 288с. 9. Гончарова Н.П., Перерва П.Г., Яковлев А.И. Новые технологические системы: качество, потребность, эффективность. К.: Наукова думка, 1989.- 176с. 10. Перерва П.Г., Коциски Д., Верес Шомоши М., Кобелева Т.А. Комплаенс программа промышленного предприятия.– Харьков-Мишкольц : ООО «Планета-принт», 2019. – 689 с. 11. Перерва П.Г. Самомаркетинг менеджера и бизнесмена.- Ростов н/Д: Феникс, 2003. - 592 с. 12. Товажнянский В.Л. Антикризисный менеджмент производственно-комерческой деятельности предприятий машиностроения / В.Л.Товажнянский, П.Г.Перерва, Т.А.Кобелева // Государство и рынок: механизмы и методы регулирования в условиях преодоления кризиса: монография.- СПб.: Астерион, 2010.- Т.2.- п.6.2.- С. 254-264. 13. Кобелева Т.О. Показники і критерії оцінки кон'юнктури товарного ринку / П.Г.Перерва, Т.О.Кобелева // Зб. тез доп. 5-ї Міжнар. наук.-практ. конф. "Маркетинг інновацій і інновації в маркетингу" 29 вересня-1 жовтня 2011 р. – Суми : ТОВ "ДД "Папірус", 2011. – С. 161-163. 14. Кобелева Т.О. Підвищення конкурентоспроможності машинобудівних підприємств на засадах синергетичного бенчмаркінгу / П.Г.Перерва, Т.О.Кобелева, Н.П.Ткачова // Вісник Нац. ун-ту "Львівська політехніка" : зб. наук. праць. Сер. : Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. – Львів : Львівська політехніка, 2015. – № 819. – С. 167-174. 15. Товажнянський В.Л. Мониторинг производственно-комерческой деятельности промышленного предприятия / П.Г.Перерва, В.Л.Товажнянский, Т.О.Кобелева, И.В.Гладенко // Вестник НТУ "ХПИ" : сб. науч. тр. Темат. вып. : Технический прогресс и эффективность производства. – Харьков : НТУ "ХПИ", 2009. – № 36-1. – С. 12-22. 16. Кобелева Т.О. Визначення ризику оцінки стану кон'юнктури вітчизняного ринку асинхронних двигунів / П.Г.Перерва, Т.О.Кобелева // Маркетинг і менеджмент інновацій = Marketing and Management of Innovations. – 2012. – № 1. – С. 79-88.

## **ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ КРЕАТИВНОГО СЕКТОРА В УКРАЇНСЬКІЙ НАЦІОНАЛЬНІЙ ЕКОНОМІЦІ**

Здобувач вищої освіти Кобцева Д. А.  
*Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля*

Креативна економіка – це той сектор світової економіки, що у наш час показує стрімкі темпи зростання. І, хоча, вона виникла недавно, лише на початку ХХІ століття, вона вже є досить вагомою складовою розвинених та успішних країн. Адже завдяки новим винахідницьким ідеям може спостерігатися створення нових робочих місць, і, як наслідок, збільшення надходжень в економіку країни та покращення матеріального стану населення, що також сприятиме покращенню соціальної політики держави. Наша країна багата на творчих та інтелектуально розвинених людей з новітніми та цікавими ідеями, але для їх втілення є необхідним відкритий робочий простір з відповідною інституціональною базою, але, на жаль, вітчизняні інноваційні системи слабкі – їх треба розвивати, і в цьому інтереси підприємств і держави збігаються.

Від підприємців освіти в бразильських фавелах до засновників фестивалів на малайзійських пляжах, креативні підприємці отримують безпрецедентну цінність в економіках. Вони будують нові ринки, винаходять нові технології та вирішують

виклики Четвертої промислової революції [0]. Креативне або творче підприємництво є практикою створення бізнесу, або влаштування самозайнятості в одній із креативних галузей. Зосередженість творчого підприємця відрізняється від фокусу типового підприємця бізнесу або, власне, соціального підприємця, який передусє створенню та використанню творчого чи інтелектуального капіталу в першу чергу, тобто креативні підприємці – це інвестори в таланти – власні чи чужі. Поняття про креативну економіку існує ще з початку 1990-х, коли Джон Хоукінс використав цю назву як заголовок книги: «Креативна економіка: як людині заробити гроші від ідей» [0], у якій визначає креативну економіку не просто з точки зору ряду концептів: творчість, культура, спадщина, знання, інформація, інновації, – або з точки зору економічної діяльності мистецтва, архітектури, ремесла, дизайну, моди, музики, виконавського мистецтва, видавничої справи тощо, але скоріше в цілому як «Економіка, де ідеї людини, а не земля чи капітал, є найважливішим вкладом та результатом».

Це дослідження спрямоване на обґрунтування значення креативних галузей для економіки України. Його також можна розглядати як спробу виміряти внесок творчого сектору в економічний та соціальний розвиток України, бо вона на відміну від багатьох інших країн світу, може розраховувати не тільки на запаси природних ресурсів (землі, корисних копалин тощо) для підтримки зростання, а й має також величезний творчий потенціал, який підкріплюється талантами та національною, культурною та історичною спадщиною.

За даними [0] упродовж 2018 р. наукові дослідження і розробки (далі – НДР) в Україні виконували 950 організацій, 48,1% з яких належали до державного сектору економіки, 37,0% – підприємницького, 14,9% – вищої освіти. Інформація щодо кількості працівників, задіяних у виконанні НДР, за категоріями персоналу наведена в табл. 1. Аналізуючи дані можна встановити, що серед працівників, які задіяні у виконанні наукових досліджень і розробок більша частка припадає на самих дослідників, що пояснюється наявністю глибокого інтелектуального мислення у цих людей, вони можуть помітити проблему та проводити низку досліджень з проблеми та висунути варіанти її вирішення або перспективи розвитку аналізованого явища. Друге місце в загальній чисельності посідають допоміжні працівники, що спричинено необхідністю їх наявності на конкретних етапах дослідження та, можливо, для пришвидшення пошуку та збору інформації. Також спостерігається досить висока частка наявності наукового ступеня у досліджуваних категорій працівників, що свідчить про досить високий рівень знань та навичок у відповідній сфері.

Таблиця 1 – Працівники, задіяні у виконанні наукових досліджень і розробок

	Кількість працівників, осіб		З них – жінки	
	2017	2018	2017	2018
Усього	94274	88128	44173	41323
дослідники	59392	57630	26533	25780
техніки	9144	8553	5368	4994
допоміжний персонал	25738	21945	12272	10549
З них мають науковий ступінь				
доктора наук	6942	7043	1883	1884
кандидата наук / д-р філософії	19219	18806	9030	8837

(Складено за даними джерела [0])

Докладніше наведену думку щодо необхідності розвинення креативної економіки в Україні, ілюструє цитата І. В. Скавронської: «Зайнятість українців у креативних галузях є незначною, незважаючи на те, що людські ресурси є одним із п'яти рушійних факторів (...) для розвитку креативних галузей. Будучи нетиповим за своєю суттю та представляючи «передумову» завтрашнього ринку праці, це не лише

важливе джерело нових робочих місць, ... для місцевого та регіонального розвитку, але й нова модель попиту на ринку праці» [0].

Оскільки спостерігається тенденція стрімкого зростання попиту на креативні ідеї у світі, в зв'язку з цим ідеї українських винахідників також можуть знаходити визнання не тільки у вітчизняних, а й у світових компаніях. Так, наприклад Snapchat придбав український стартовий розпізнавальний фактор Looksey як додаток до соціальної мережі [0], тобто українські творчі ідеї затребувані та їх розробники – інвестиційно привабливі. Отже, для позиціонування України, як країни, яка здатна конкурувати з провідними європейськими лідерами, постає необхідність, поряд з розвитком провідних сфер діяльності, також сприяти запровадженню та підвищенню розвитку креативної економіки в державі, задля підвищення її конкурентоспроможності та відповідності сучасним світовим тенденціям, інноваційному розвитку. Але сектор креативної економіки не може розвиватися осередками – він вимагає відповідної виробничої структури підприємств, що відносяться до цього сектору, а тому і необхідна взаємодія різних підприємств один з одним, навчальних закладів, державних органів, – про це говориться у [0].

Література: 1. Державна служба статистики України. [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>. 2. Галгаш Р.А. Регіональні кластери підприємств: розвиток та стратегічна координація: монографія. Сєверодонецьк: СНУ ім. В. Даля, 2017. 344 с. 3. М. Adrian Peters. /Academic Entrepreneurship and the Creative Economy/Philosophy of Education Society of Australasia. – 2007. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://www.researchgate.net/publication/249716165\\_Academic\\_Entrepreneurship\\_and\\_the\\_Creative\\_Economy](https://www.researchgate.net/publication/249716165_Academic_Entrepreneurship_and_the_Creative_Economy); 4. Iryna V. Skavronska. / Creative Industries in Ukraine: Analysis and Prospects of the Development. – 2017. – [Електронний ресурс]. – URL: [https://www.researchgate.net/publication/319091793\\_Creative\\_Industries\\_in\\_Ukraine\\_Analysis\\_and\\_Prospects\\_of\\_the\\_Development](https://www.researchgate.net/publication/319091793_Creative_Industries_in_Ukraine_Analysis_and_Prospects_of_the_Development). 5. Хокінс Дж. Креативная экономика / Дж. Хокінс. – М.: «Классика-XXI», 2011. – 256 с.

## **МОЛОДІЖНИЙ ТУРИЗМ ЯК ЧИННИК РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ**

Здобувач вищої освіти Коваленко Д. І.,  
д-р екон. наук, проф. Яценко В. М.

*Черкаський національний університет ім. Богдана Хмельницького*

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими та практичними завданнями. На сьогодні індустрія подорожей є одним з найбільш прибуткових та важливих секторів в розвитку світової економіки. Туризм може бути дієвим інструментом для розвитку держави та регіонів. Молодіжний туризм сприяє формуванню світогляду та допомагає визначитися з життєвими цінностями, які надалі стануть основою соціокультурної реальності суспільства, адже молодь – це майбутнє країни. Крім того, молодіжний туризм не тільки дозволяє розвивати належним чином сферу туризму та покращувати економічне становище, а й виступає інструментом налагодження зв'язків з іншими країнами, адже під час подорожей молодь активно взаємодіє з іншими народами та виховує в собі повагу до інших культур. В Україні сьогодні сегмент «молодіжний туризм» чітко не виокремлений: пропозиції туристичних фірм переважно направлені на сімейний відпочинок, немає чіткого розмежування для різних вікових категорій, тому молодь зазвичай організовує подорожі самостійно. Тому потрібно звернути увагу на дослідження молодіжного туризму для подальшого його розвитку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичною основою роботи слугували наукові положення у публікаціях таких вчених, як М.П. Кляп, Н.В. Чорненко, Л.Д. Божко, С. Рудакова, О. Беднарська, П.В. Тищенко.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Мета дослідження – дослідити потенціал молодіжного туризму в Україні, перспективу його поєднання з різними видами туризму та застосування для розвитку індустрії туризму в Україні в цілому.

Виклад основного матеріалу дослідження. Молодіжний туризм – це вид туризму, що направлений на задоволення рекреаційних потреб молоді до 35 років. Проте, згідно Закону України «Про сприяння соціальному становленню та розвитку молоді в Україні» – молодь, молоді громадяни – громадяни України віком від 14 до 28 років[1]. А. Копаев і А. Дурович зазначає, що найбільш схильна до активного туризму аудиторія в віковому проміжку від 18 до 30 років[2]. Розважальний молодіжний туризм. Метою є відвідування цікавих молоді подій чи місць: нічних клубів, парків атракціонів, концертів, фестивалів тощо. Розважальна сфера в Україні поки що тільки набирає обертів. Деякі українські фестивалі користуються великою популярністю в іноземців. Atlas Weekend, організація і масштаби якого досягли європейського рівня, який збирає кращих українських та зарубіжних артистів. Вже зараз анонсовано кілька кумирів молоді мільйонів людей по всьому світу, серед яких Twenty One Pilots, A\$ap Rocky, Tom Walker, Placebo. В 2019 році фестиваль відвідало близько 600 тис. осіб. [3]. офіційно перенесли дати на 2021 рік. Освітній молодіжний туризм в Україні здебільшого представлений в таких формах:

- поїздки задля вивчення іноземних мов, поглиблення знань з дисциплін (навчання на курсах, у літніх школах, у молодіжних таборах);
- стажування на зарубіжних підприємствах, в установах та організаціях;
- участь в конференціях, семінарах, майстер-класах тощо.

Існують міжнародні програми по студентському обміну. Їх метою є як отримання всебічної освіти, навчання мовам, так і зближення культур і народів. Основними напрямками мовних освітніх турів є Україна, Великобританія, США, Мальта, Іспанія, Туреччина, Болгарія, Мальта, Кіпр, Швейцарія, Австрія, Німеччина[4]. Екстремальний туризм на сьогоднішній момент набуває величезної популярності серед української молоді. Один з найбільш популярних та доступних видів екстремального відпочинку в Україні – це рафтинг.

Основою туристської інфраструктури є готельне господарство. Молодь зазвичай обирає хостели. В Україні створювати хостели почали не так давно, тому зараз майже неможливо назвати їх точну кількість. Згідно вимог Міжнародної асоціації молодіжних хостелів, в хостелі на одну людину має припадати не менше 5 кв. м, відстань від спинки двоярусного ліжка до стелі має становити не менш як 75 сантиметрів, розміром не менш ніж 80 на 190, а відстань між ними щонайменше 75 сантиметрів. На 12 людей у хостелі повинен бути один туалет, один умивальник на шістьох людей. У нас ці вимоги дотримані не повністю. Наприклад, є двоповерхові ліжка, кімнати на 12 і більше місць. Щодо площі кімнати хостелу з розрахунку на одну людину бачимо непогодження в законодавстві, адже відповідно до ДСТУ 4268 «Засоби розміщення», площа житлової кімнати на одну особу, що проживає у будинках цілорічного функціонування, має бути не меншою ніж 6,0 кв. м. Засоби розміщування повинні мати санітарні об'єкти загального користування (з розрахунку 1 унітаз, 1 умивальник і 1 душ не більше ніж на 10 осіб, окремо для жінок та чоловіків) .

Висновки та перспективи подальших досліджень. Молодіжний туризм, дає можливість розвиватися молоді в будь-якому напрямку завдяки прямому зв'язку з багатьма видами туризму та виконує важливі функції: зміцнення економіки дестинації, ознайомлення з історичною та культурною спадщиною країни, виховання почуття національної самосвідомості і водночас поваги та толерантності до інших

національностей і народів, забезпечення багатостороннього розвитку особистості, розвиток комунікабельності, самодисципліни, адаптації до умов сучасного життя, формування звички подорожувати та проводити дозвілля активно. Молодіжний туризм поділяється на 3 основні категорії: розважальний, освітній, екстремальний молодіжний туризм. Найбільшою популярністю у молоді користується саме екстремальний туризм, який дає можливість відпочити активно. Проте, інфраструктура молодіжного туризму потребує удосконалення та внесення інновацій, а саме дотримання стандартів розміщення, збільшення кількості хостелів, створення молодіжних асоціацій, транспортних пілг.

Основна аудиторія молодіжного туризму – це студенти. Важливою тенденцією в Україні в розвитку молодіжного туризму є творчий туризм, а саме зокрема мовний. Найбільш популярні культурно-мовні обміни з такими країнами: США, Франція, Данія, Швеція, Німеччина, Польща, Швейцарія, Іспанія, Норвегія, Китай.

Отже, молодіжний туризм в Україні розвивається, з кожним роком залучається все більше видів туризму, все більше атракцій. Молодь – це рушійна сила розвитку туризму загалом і формування соціальної картини в майбутньому, тому Україна покращує інфраструктуру та створює умови для розвитку молодіжного туризму.

Література: 1. Закон України «Про сприяння соціальному становленню та розвитку молоді в Україні». URL: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/2998-12>  
2. М. П. Кляп, Ф. Ф. Шандор. Сучасні різновиди туризму : навч. посіб. К.: Знання, 2011. 334 с.  
3. Определение и виды молодежного туризма: веб-сайт. URL: [https://studbooks.net/634854/turizm/opredelenie\\_vidy\\_molodezhnogo\\_turizma](https://studbooks.net/634854/turizm/opredelenie_vidy_molodezhnogo_turizma)  
4. Офіційний сайт Atlas Weekend: веб-сайт. URL: <https://atlasweekend.com>.

## **СФЕРА ТУРИЗМУ ЯК СКЛАДОВА КРЕАТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ**

Здобувачка вищої освіти першого рівня Коваленко Ж. С.  
*Київський національний університет технологій та дизайну, м. Київ*

Креативна економіка в даний час вже не образ мрії і навіть не теоретичне поняття, а цілком реальний і прибутковий бізнес. Саме капіталізація творчих ідей формує креативну економіку, в якій в розвинених країнах зараз зайнято більше людей, ніж в сільському господарстві. Творча економіка включає в себе всі напрямки культури, починаючи від виробництва і продюсування художніх творів і закінчуючи дизайнерським і креативним забезпеченням традиційної економіки - промисловості, будівництва, енергетики та навіть сільського господарства. Саме в креативних індустріях зараз створюється найбільший відсоток прибутку. І саме культура як основа креативної економіки в поєднанні з бізнесом може створити одну з найбільш конкурентоспроможних галузей сучасного глобального господарства. Відповідно креативна економіка - це синергія двох енергій: творчої і підприємницької, а, по суті, реалізація діяльності двох людей: художника або інноватора з одного боку і промисловця або підприємця з іншого [1].

Туристична сфера виступає як частина креативної економіки. При цьому ми виділяємо її в окремий напрям в силу особливого впливу культури на розвиток туризму. Креативну економіку часто називають економікою вражень. Саме за враженнями турист часто вирушає за сотні і тисячі кілометрів. А враження створюються саме культурним аспектом - як культурно-історичною спадщиною, так і привабливими культурними подіями. Капіталізація туристської сфери в світі вже перевищила за трильйон доларів. Очевидно, що Україна за загальним обсягом витрат своїх громадян на туризм через найближчими роками може вийти на високе місце, що говорить про надзвичайну привабливість нашого ринку і про величезний потенціал внутрішнього туризму. При цьому в Україні зазначений потенціал залишається поки

нереалізованим. Проблема полягає в тому, що в Україні прийнято вважати, що «об'єкти» або «інфраструктура» зможуть привабити туристів. Практика показує, що туриста цікавить «софт», тобто речі, що створюють враження, а інфраструктура, виступає лише в якості забезпечення процесу створення враження. Адже, туристам не потрібні готелі, вони їх вже бачили. Починати роботу з туристом треба з привабливості територій, і перший помічник в цьому процесі - безумовно, культура. Звичайно, туризм не обмежується культурно-подієвим напрямком. Надзвичайно важливе значення для туриста відіграють історичний і пізнавальний туризм, агротуризм, круїзний туризм, діловий туризм, гастрономічний та кулінарний туризм, екотуризм, екстремальний туризм, пляжний і курортний туризм та ін. Але навіть за наявності всіх цих різноманітних напрямків ця сфера залишається елементом креативної економіки, оскільки під час бронювання туру людина купує не квитки, готель чи страховку, а саме враження і спогади, які дозволять їй надалі або повернутися за ними, або знайти нову територію для отримання ще більш яскравих вражень.

Туризм розвивається разом з ростом середнього класу, а цей процес спостерігається зараз в густонаселених країнах, тому можна стверджувати, що економіка туризму буде зростати і за своїм внеском у ВВП, і за рівнем зайнятості в цій сфері.

Література: 1. Культурні та креативні індустрії як основа розумної стратегії розвитку малої території [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://mincult.kmu.gov.ua/control/publish/article?art\\_id=245375469](http://mincult.kmu.gov.ua/control/publish/article?art_id=245375469)

## **СУТНІСТЬ ПОНЯТТЯ «ВРЯДУВАННЯ» ТА ХАРАКТЕРИСТИКА ЕКОНОМІЧНОГО ВРЯДУВАННЯ**

Доктор держ. упр., проф.,  
професор кафедри економічної теорії та фінансів Коваленко М. М.  
*Харківський регіональний інститут державного управління Національної академії  
державного управління при Президентові України*

Значні зміни які відбулися у функціях держави внаслідок неоліберальних реформ та глобалізації, призвели до переходу від “правління” до “врядування”. Це означає заміну традиційних ієрархічних форм організації владно-суспільних відносин на горизонтальні, мережеві моделі управління суспільством. На зміну державі, як головної інституції суверенної влади, приходять мережева політична організація (“networked polity”), у якій управлінські повноваження передаються специфічним установам, що створюються суспільними суб'єктами для виконання конкретних завдань і мають перехресне членство. Ці установи можуть діяти на національному, субнаціональному і наднаціональному рівнях, залишаючи державі роль координуючої та спрямовуючої сили, яка від того ризикує стати “порожнистою” інституцією.

Як наслідок, відбувається зміна взаємовідносин держави з громадянським суспільством у напрямі більшої участі громадян у прийнятті рішень, хоча застосування мережевої моделі само по собі ще не призводить до поглиблення демократії чи застосування її більш радикальних форм, наприклад учасницької моделі. Доцільно визнати, що чіткої впорядкованості у вживанні слів “правління”, “управління” та “врядування” в українській політичній та управлінській науці до останнього часу не спостерігалось. “Управління” та “врядування” вживалися в різноманітних контекстах як синоніми (“форми державного правління”, “моделі демократичного врядування”, “місцеве самоврядування”). Проте характерним є те, що чим більше в управлінні-урядуванні задіяне суспільство і чим цей процес є горизонтальнішим, тим частіше до нього застосовується термін “врядування”.

“Врядування” на Заході – це суспільне або системне врядування (англійською – governance), під яким розуміють управлінську діяльність як суспільну координацію, що

уможливило та полегшило колективні дії через колективно прийняті рішення, але вже не у вертикальному, а в горизонтальному вимірі. У цьому сенсі врядування, на думку західних дослідників, можливе й без уряду. Уряд у ньому, це лише одна з організацій, що бере участь у процесі. Тобто, суспільне врядування (governance) за означенням є ширшим від політичного урядування (government), до того ж друге є складовою частиною першого.

Так наголошується, що основними складовими врядування (в широкому значенні) є ієрархії, ринки та мережі:

- ієрархії, що характеризуються за певною відмінною ознакою щодо реального доступу до влади (грошової, засобів масової інформації, законодавчої, виконавчої, судової) в країні, а відтак утворюють специфічні форми організації державної влади, що починають діяти через організаційні системи “згори-донизу” (корпоратократія, бюрократія, народовладдя тощо);

- ринки координують суспільне життя через ціновий механізм, який структурується на основі попиту та пропозиції;

- мережі є “динамічними” структурами, яким притаманні неформальні взаємовідносини між агентами або суспільними агенціями.

“Врядування” пов’язане із звуженням змісту та обсягу заходів “державного управління”, спрямованих на вирішення складних соціально-економічних проблем розвитку національної економіки й суспільства в цілому. Це проявляється у зменшенні ролі органів публічної влади із одночасним розширенням значення усіх інших зацікавлених сторін (стейкхолдерів) під час прийняття публічних рішень. Роль держави зводиться до горизонтальної, координуючої діяльності, поряд із ринковою та громадсько-мережевою.

Саме поширення цієї моделі управління зумовило підвищений інтерес на Заході до раніше мало вживаного, хоч і віддавна відомого слова “governance” та до опрацювання концепції *врядування* в її застосуванні як до внутрішньо-національного, так і до наднаціонального рівнів управління, що набувають нової якості. Відповідно, процес становлення такого суспільного явища як «публічне врядування» не є закінченим і має своє логічне продовження до утворення так званого «нового (публічного) врядування». Отже, еволюція врядування включає наступні етапи:

1) політичне врядування – урядування як правління, здійснення влади (government);

2) системне (суспільне) врядування в сукупності його трьох основних складових: владних ієрархій, ринків і мереж (governance);

3) нове (публічне) врядування – модель, що утверджується в управлінні суспільними процесами в епоху глобалізації і зміни функцій національної держави (public governance; new governance).

*Економічне врядування* передбачає взаємодію між трьома категоріями суб’єктів: державою, громадянським суспільством і приватним сектором (бізнесом) в економічній сфері на основі фундаментальних та суспільних принципів, до яких належить: участь, підзвітність, відкритість, верховенство закону, поділ влади, доступність, субсидіарність, рівність тощо.

Економічне врядування за своєю сутністю стосується шляхів і засобів, за допомогою яких різні преференції громадян трансформуються в дієвий вибір конкретних варіантів політики, а також того, як різноманітні суспільні інтереси трансформуються в єдиний курс дій влади і досягається злагода в суспільстві. Отже, поняття “врядування” безпосередньо пов’язане з різними аспектами державної політики як курсу дій органів влади.

Під таким кутом зору економічне врядування характеризується визначальними інструментами, які використовують гравці суспільного сектору для досягнення певних цілей державної політики. До таких інструментів можна віднести:

- команду і контроль;
- стимули і пропозиції;
- інформування, обговорення і переконання;
- усі форми громадянського впливу і контролю.

Характеризуючи безпосередньо сучасну практику функціонування *економічного врядування*, слід відмітити, що воно стає набором певних усталених практик, стандартів та принципів, що забезпечують здійснення публічного управління й адміністрування господарськими процесами, націленими на досягнення завдань, що поставлені перед суспільством правлячим класом через нормативно врегульовану процедуру взаємодії держави і приватного сектора, припускаючи при цьому наявність певних перекосяв відносно рівності і взаємовідповідальності за прийняті рішення та наслідки їх впровадження. Економічне врядування стосується передусім цінностей і принципів, на яких базується політика держави. Цінності є похідним певної ідеології, виховання та освіти, традицій, ментальності народу, що фіксуються як орієнтири для державної політики за результатами суспільних дій. Принципи, на яких ґрунтується державна політика, визначається на сьогодні нормами міжнародного права, міждержавними угодами, нормами конституції країни тощо. Цінності і принципи відіграють роль своєрідних обмежень, яких дотримується влада під час вибору конкретних інструментів формування і реалізації політики.

## **ІННОВАЦІЙНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО ЯК КРЕАТИВНИЙ ПРОЦЕС У СІЛЬСЬКОМУ ГОСПОДАРСТВІ**

Канд. с.-г. наук, доц. Ковтун В. А.  
*ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»*

В умовах світової глобалізації, синтезу діяльності та росту творчого потенціалу суспільства економічна ситуація в світі дуже змінюється. З колосальною стрімкістю зростає і поява нових продукції, товарів чи послуг на ринку збуту.. Креативне підприємництво та виробництво націлені на задоволення потреб та максимального попиту споживачів й сприяють зростанню прибутків у бізнесі, що суттєво впливає на розвиток економічної сфери життя на рівні окремої країни та у світовому масштабі в цілому. У світі з'явилася нова течія – креативне підприємництво (*creative entrepreneurship*), яке допомагає знайти інноваційні підходи до бізнесу. Важливу роль у креативній економіці відіграють нові технології в різних сферах життєдіяльності та аналіз існуючих та відкриття нових знань. На сьогоднішній день сектор креативної економіки створює найбільш високооплачувані робочі місця та застосовується в будь-яких сферах бізнесу. Креативні процеси динамічні в частині генерування доходів, створення робочих місць і розвитку експорту, вони найкраще відображають локальні особливості та зберігають ідентичність в епоху глобалізації [1].

Поряд із такими ресурсами як земля, робоча сила і капітал інформаційний та інтелектуальний ресурси виступають як найцінніший економічний ресурс. Пошук факторів, які є ключовими у швидкому інноваційному розвитку країн, регіонів, галузей і підприємств є дуже актуальними. Креативність є основним джерелом економічної цінності. Це призводить до необхідності застосування і розвитку креативного мислення та менеджменту для підвищення ефективності підприємницької діяльності. Підприємництво як різновид діяльності є різновидом господарської або економічної творчості, в якому розкривається його сутність. Процес творчості в сфері підприємництва пов'язаний із постійною динамікою та корегуванням цілей, пошуком оптимальних варіантів їх досягнення, оцінкою співвідношення цілей, засобів і результатів творчої діяльності. У виробничій сфері поява нової ідеї часто приводить до знецінення праці не тільки окремих осіб, а цілих груп. Причиною конфлікту між новатором і його колегами, адміністрацією може бути прихильність до наявних



цінностей, консерватизм. Креативність є основною передумовою для створення інновацій. Креативна діяльність приводить до створення нових знань і перетворення їх на продукцію, товар та послуги до виникнення купівельного попиту. Особлива необхідність творчого підходу в усіх сферах діяльності аграрного підприємства. [2].

Аграрникам є потреба в покращенні механізму бізнес-планування із застосуванням сучасних інформаційних технологій через застосування програм Comfar (UNIDO), Project Expert, пакети компаній „ІНЕК” та „Альт-Інвест”, Project Manager, Success та інші. Інноваційні аналітичні системи дають можливість автоматичного розрахунку потреби в насінні, кормах, добривах та засобах захисту рослин та тварин, а також забезпечують функцію ефективного управління земельними, виробничими, трудовими та фінансовими ресурсами аграрних підприємств. До даних програм відносяться: ГЕО-Агро, ГІС Панорама Землеробство, Farm Works Site (Pro), SST Summit, SMS Desktop Software (Advanced і Basic), JD Reports MAP, АграрОфіс, Agro-Net NG, FarmView Record Keeper та інші. Впровадження сучасних систем землекористування та інформаційних агротехнологій вимагають розробки та впровадження інноваційних інформаційних технологій це: Global Positioning System (GPS), "Rapid Eye", CORINE Land Cover (Coordination of Information on the Environment). Відстеження та контроль транспортних засобів, контроль роботи водіїв, нагадування та попередження, супровід і підтримку забезпечують такі програми як: ГЕО-Обліковець, ГЕО-План, Кишеньковий вимірювач, Агронавт, Farm Works Mobile, SST Stratus, SMS Mobile, AGRO-GPS Mobilbox та інші. Фірма "Массей-Фергюсон" (Massey Ferguson) випустила комбайни із пристроєм для створення й використання карт урожаю. Вони обладнані глобальними позиційними та географічною інформаційною системами, а також устаткуванням для ведення моніторингу врожайності. Подібне устаткування випускають компанії "Джон Дір", "Клаас", "Нью Холланд", на Україні "Агрикон" та інші [3].

Креативна діяльність як практичний процес спрямована на підвищення конкурентоспроможності аграрного підприємства та якості аграрної продукції, обслуговування споживачів за рахунок освоєння нових технологій, виробництва нових видів продукції галузей рослинництва та тваринництва, освоєння нових видів робіт та послуг і бізнес-процесів, максимізації можливостей і швидкості реакції на аграрному ринку.

Інноваційне підприємництво в креативному секторі – це громадський техніко-економічний процес, який сприяє створенню кращих продукції, товарів, послуг або технологій шляхом комерційного використання інновацій. Цей тип сучасного бізнесу багато в чому визначає темпи економічного зростання, конкурентоспроможності аграрної продукції на національному та міжнародному ринках. Тому інтерес до організації інноваційного креативного підприємництва, його різновидів, моделей та особливостей цілком зрозумілий. Організація інноваційного підприємництва багато в чому залежить від того, який тип інновацій має бізнес аграрного підприємця, та в якій технології та галузі вона призначена для використання. Креативна економіка має велике значення як ресурсу модернізації та підвищення конкурентоспроможності національної економіки. Підприємництво в креативній економіці передбачає перетворення інтелектуального ресурсу в "творчий продукт", покращує показники розвитку економіки, створює нові робочі місця. Глобалізація сучасного життя, доступ до цифрових технологій та технологічні зміни, викликані Четвертою промисловою революцією поступово змінюють основні галузі економіки, систему освіти, соціальні стандарти життя [4].

Креативне підприємництво - це вільна ніша з великими перспективами для українського ринку, особливо для сільськогосподарського виробництва. Її потенціал і можливості можна використовувати для побудови успішного бізнесу як для

великотоварних підприємств так і для малого та середнього бізнесу з метою вирощування нішових культур та розвитку тепличного господарства.

Література: 1. Букацелі А. В. Креативне підприємництво як ресурс економіки [http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/6\\_2018/153.pdf](http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/6_2018/153.pdf) 2. Інноваційне підприємництво як креативний процес URL: <https://pidruchniki.com/84859/ekonomika/innovatsiyne-pidpriyemnitstvo-kreativniy-protses> 4. Ковтун В. А. Роль інтелектуальних технологічних рішень для ефективного використання ресурсів сільського господарства. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2019. №1(18) URL: <http://www.easterneurope-bm.in.ua/18-2019-ukr> 5. Острікова Т. Креативна економіка: що це таке та чому саме вона може врятувати Україну. URL: [https://24tv.ua/kreativna\\_ekonomika\\_shho\\_tse\\_take\\_ta\\_chomu\\_same\\_vona\\_mozhe\\_vryatuvati\\_ukrayinu\\_n1024780](https://24tv.ua/kreativna_ekonomika_shho_tse_take_ta_chomu_same_vona_mozhe_vryatuvati_ukrayinu_n1024780).

## КРЕАТИВНА ЕКОНОМІКА ТА КРЕАТИВНЕ СУСПІЛЬСТВО

Студ. Козій Х. В.,  
науковий керівник: канд. екон. наук, доц. Капленко Г. В.  
*Львівський національний університет імені Івана Франка*

Сучасна світова економічна система вийшла на новий етап свого розвитку, головними на цьому етапі є знання, розумова праця, інновації, науково-технічні досягнення, використання інформаційних технологій. В залежності від вектора досліджень в економічній літературі та в лексиці фахівців все частіше з'являються поняття «нова економіка», «креативна економіка», «інноваційна економіка», «інформаційна економіка», «економіка вражень», «економіка знань» [1]. Деякі науковці ототожнюють ці поняття, але у багатьох дослідженнях вони розглядаються як різні напрямки розвитку сучасної економіки.

Із величезної кількості теорій постіндустріального суспільства передовою на сьогоднішній день є концепція креативної економіки. В глобалізаційних умовах креативність є важливою конкурентною перевагою та рушієм прогресу.

Інтерес до сфери креативної економіки в Україні зростає. При цьому не тільки з боку очевидних стейкхолдерів – культурних і креативних менеджерів, творців творчих ідей і продуктів, донорів та інвесторів. Але також з боку юристів та українського бізнесу. Креативність – це здатність породжувати незвичні ідеї, відхилятися від традиційних схем мислення, швидко та ефективно здійснювати інтелектуальний прорив у вирішенні проблемних ситуацій. [2].

Експерт світового банку Чарльз Лендрі у своїй книзі переконує, що люди і їх мотивація є головним у розвитку, а ресурси та інфраструктура – вторинні. Все більше і більше економістів приходять до висновку про те, що креативний клас є ядром суспільства, оскільки саме всередині креативної економіки зароджуються нові культурні парадигми, економічні моделі та соціальні схеми. Представники креативного класу змінюють уявлення про те, як повинні функціонувати звичні нам інституції.

Людина креативна є еkleктичною, допитливою, з постійним намаганням об'єднати дані з різних галузей науки. Феномен креативності визначається як здатність особистості до варіативності, гнучкості, інтелектуальної мобільності, системної інноваційної мисленнєвої діяльності, що передуює процесу творчої дії. При цьому креативність не є вродженою характеристикою індивіда, вона вважається такою якістю особистості, що може бути сформована завдяки особливим умовам виховання та навчання. Основними з таких умов є розвиток особистості, мотивація до творчої діяльності та свобода індивідуальності. Ці умови мають дотримуватися креативним управлінням, яке є завершальним ланцюгом у системі індивідуальних і суспільних факторів, що зумовлюють розвиток творчої діяльності [2, с. 35].

У кожній креативній індустрії здійснюють діяльність конкретні компанії, котрі реалізують ті чи інші моделі корпоративного менеджменту. У наш час більшість економістів-дослідників та бізнес-консультантів стверджують, що саме інноваційно-креативний напрям розвитку менеджменту компанії є запорукою її конкурентоспроможності за сучасних ринкових умов. Алан Іні (Alan Iny), старший спеціаліст з питань творчості та сценарного планування провідної міжнародної консалтингової компанії Boston Consulting Group, співавтор книги «Мислення у нових рамках: нова парадигма креативності у бізнесі» (2013 рік), наголошує, що «креативність означає зміну способу бачення світу, що може дати вам змогу побачити нові продукти, переосмислити бізнес-процеси або трансформувати цілу галузь» [3]. Джон Као, провідний фахівець з інновацій, бізнес-творчості, організаційних перетворень і нових технологій (професор Гарвардської школи бізнесу впродовж 14 років, керівник програми «Управління інноваціями» Стенфордського університету), зазначає, що «перед сучасним бізнесом постають нові виклики – бізнес спрямований на пошук нових конкурентних інноваційно-креативних переваг» [4, с. 1]. Джордан Аян (Jordan Ayan), виконавчий директор міжнародної консалтингової компанії «Create-It!», експерт з питань креативності, автор книги «10 способів звільнити свій дух креативності та відшукати великі ідеї» («10 Ways to Free Your Creative Spirit and Find Your Great Ideas», 1996), стверджує, що «сама креативність стала однією з найважливіших персональних і бізнес-стратегій процвітання та успіху. Тобто креативність він вважає формою мистецтва, а не бізнес-інструментом» [5]. На нашу думку, саме креативність дає змогу забезпечити прибуткове зростання більшості компаній, тому її можна розцінювати як потужний бізнес-інструмент успішної діяльності як працівників/менеджерів компанії, так і господарської діяльності компанії загалом.

Річард Флорида – відомий американський економіст, урбаніст і соціолог, автор теорії креативного класу. Перше видання найвідомішої його книги – «Креативний клас» (2002 р.), яка стала класикою. Р. Флорида розглядає творчість як найважливіший економічний чинник, завдяки якому виникає новий соціальний креативний клас. Його монографія містить багато цікавих відомостей про закономірності психології талановитих людей і розкриття творчого потенціалу. На думку автора, креативний клас включає в себе технічних фахівців, представників науки, культури, мистецтва, ЗМІ, різних працівників інтелектуальної праці. За даними, процитованими Р. Флоридою, третина трудових ресурсів в США відноситься до цього класу і від третини до половини – у розвинених країнах. У Сполучених Штатах обслуговуючий клас найчисленніший (46 %), однак саме креативний клас домінує за рівнем добробуту і доходу, так як його представники в середньому заробляють в 2 рази більше, ніж представники інших класів. [6]

Отже, можна зробити висновок, що сьогодні креативна економіка відіграє важливу роль у розвитку суспільства, основою якої є постійний інноваційний розвиток, що ґрунтується на людському капіталі, який забезпечується інтелектуальним капіталом, креативним потенціалом і талантом. Україна має високий потенціал для розвитку креативної економіки, але, на жаль, відсоток креативного сектору в економіці ще досить низький, хоч і має тенденцію до щорічного зростання. Інвестиції в креативну економіку можуть стати важливим фактором соціального розвитку.

Література: 1. Ушкаренко Ю. В. Креативна економіка: сутність поняття та значення для України в умовах європейської інтеграції [Електронний ресурс] / Ю. В. Ушкаренко, А. В. Чмут, К. М. Синякова // Економіка і суспільство. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: [http://www.economyandsociety.in.ua/journal/18\\_ukr/10.pdf](http://www.economyandsociety.in.ua/journal/18_ukr/10.pdf)  
2. Ткаченко Л. І. Креативність і творчість: сучасний контент / Л. І. Ткаченко // Освіта та розвиток обдарованої особистості. – 2014. – № 9. – С. 32-35.  
3. Iny A. 2014. «How Does Creativity Really Work?». – [Електронний ресурс] – Режим доступу: [https://www.bcgperspectives.com/content/interviews/innovation\\_alan\\_iny\\_how\\_creativity\\_re](https://www.bcgperspectives.com/content/interviews/innovation_alan_iny_how_creativity_re)

ally\_work 4. Kao J. Jamming: Art and Discipline of Corporate Creativity. – New York: Harper Business, 1998 – 228 p. 5. Ayan J. Creativity on Demand. – 2012.– [Електронний ресурс].– Режим доступу: <http://www.managementconsultingnews.com/interview-jordan-ayan/> 6. Флорида Р. Креативный класс: Люди, которые создают будущее. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2016. С. 238–242

## ОСНОВНІ БАР'ЄРИ РЕАЛІЗАЦІЇ SMART-ПРОМИСЛОВОСТІ В УКРАЇНІ

Канд. екон. наук Коледіна К. О.

*Харківський національний університет будівництва та архітектури*

Світ змінюється прискореними темпами та сьогодення можна охарактеризувати як четверту промислову революцію, в рамках якої основні напрями трансформації виробництва визначаються трьома глобальними технологічними тенденціями: мережевою інтеграцією, інтелектуальними технологіями та гнучкістю автоматизації. Перехід до концепції Індустрії 4.0 свідчить про появу технологій, що швидко розвиваються, таких, як: «інтернет речей», штучний інтелект, робототехніка й адитивне виробництво, які фундаментально перетворюють глобальне виробництво.

Питанням дослідження концепції Індустрія 4.0, SMART-промисловості та її ролі у модернізації промислового потенціалу України присвячено праці таких вітчизняних вчених, як: В.П. Вишневського, О.В. Вієцької, О.М. Гаркушенко, С.І. Князева, О.В. Ляха, В.Д. Чекіної, Д.Ю. Череватського та інших. Проте, оскільки Індустрія 4.0 є найбільш значущою концепцією розвитку економіки та суспільства на сьогодні, то дослідження основних бар'єрів реалізації «розумної» промисловості в Україні є вкрай актуальними.

На шляху до розвитку вітчизняної SMART-промисловості лежить багато перешкод різного характеру, які умовно можна поділити на три основні групи, а саме: соціально-економічні, інституційні та технологічні [1]. Всі вони позначається на готовності промисловості країни до розумного майбутнього. Для оцінки такої готовності можна використовувати ряд індикаторів. У контексті розбудови SMART-індустрії серед найбільш важливих можна виокремити такі.

### **Економічні індикатори:**

–ВВП на душу населення (за паритетом купівельної спроможності) – 9,21 тис. дол. (в 2018 році Україна зайняла 111 місце серед 180 країн за даними *Global Innovation Index*). Для порівняння: цей показник для країн, що розвиваються, складає 12,51 тис.дол., а для розвинених країн – 51,42 тис. дол. Згідно з прогнозом МВФ, у 2023 році ВВП на душу населення (ПКС) становитиме: 12,26 тис. дол. – для України (+ 33%); 16,5 тис. дол. – для країн, що розвиваються (+ 32%); 60,29 тис. дол. – для розвинених країн (+17%);

–інтенсивність досліджень і розробок (витрати на НДДКР по відношенню до ВВП) – 54 місце серед 60 країн в 2019 році за *Bloomberg Innovation Index*. Такий низький показник є наслідком того, що держбюджетом України у 2019 році на сферу науки закладено лише 9,8 млрд. грн. (0,23% ВВП), що суперечить законодавству, згідно якого фінансування наукової та науково-технічної діяльності повинно бути у розмірі не менше 1,7% ВВП;

–проникнення високих технологій – 37 місце серед 60 країн за *Bloomberg Innovation Index*. Так, Україна втратила 5 позицій порівняно з 2018 роком, що свідчить про скорочення частки інноваційних компаній в загальній кількості підприємств країни та в цілому про погіршення стану в інноваційній сфері;

–державні видатки на освіту – бюджетне фінансування освіти знизилося з 7,2% ВВП у 2013 році до 6,0% у 2018 році (з 21% до 15% сукупних державних видатків). Після стрімкого знецінення національної валюти державні видатки на освіту в реальному вираженні за два роки впали на 35%.

### **Індикатори інституційного середовища:**

–якість інститутів – це політична стабільність, ефективність влади, якість законів, суди і простота ведення бізнесу. Саме за якістю інституційного середовища Україна в 2019 році за даними *Global Competitiveness Index* не увійшла навіть в топ-50 держав, зайнявши 96 місце зі 139 країн світу. Якщо легкість у відкритті бізнесу дозволила Україні стати на 48 місце серед усіх країн, то робота судів і показник, наскільки суспільство підпорядковується законам, відкинули Україну на 107 місце. Така ситуація є вкрай негативною, оскільки саме суди багато в чому впливають на те, чи захочуть інвестори приходити в країну;

–легкість доступу до кредитів – 29 місце серед 129 країн за даними *Global Innovation Index* в 2019 році, що свідчить про доступність в Україні фінансування суб'єктів господарювання за рахунок залучених коштів;

–легкість сплати податків – 65 місце із 190 країн за рейтингом *Світового банку та компанії PricewaterhouseCoopers* в 2019 році. Порівняно з минулорічним рейтингом Україна втратила 11 позицій, що пов'язано, перш за все, з активними діями інших держав, спрямованими на автоматизацію процесів та скорочення часу адміністрування податків, а також збільшенням фіскального навантаження на бізнес в Україні.

### **Технологічні індикатори:**

–*Global Innovation Index* – Україна посіла в 2019 році 47 місце серед 129 країн, погіршивши свій минулорічний показник на 4 позиції;

–інформаційні та комунікаційні технології – 81 місце із 129 країн у 2019 році за даними *Global Innovation Index*. Такий стан інформаційних та комунікаційних технологій в Україні значною мірою гальмує подальший економічний та суспільний розвиток країни;

–рівень технологічної складності виробництва – характеризує наскільки добре країна може формувати та отримувати вигоду з мінливого характеру виробництва за допомогою прийняття нових технологій. Так, за даними *Всесвітнього економічного форуму* Україна в 2018 році за цим показником обійняла 41 місце серед 100 країн.

Таким чином, можна зробити висновок, що основними бар'єрами реалізації «розумної» промисловості на теренах України є:

1. Загальний низький рівень розвитку вітчизняної економіки, про що свідчать рівень ВВП на душу населення та стан фінансування наукової й науково-технічної діяльності країни.

2. Не найкраще інституційне середовище, що обумовлене невисокою якістю базових інститутів і середньою якістю тих, що впливають на фінансові можливості розвитку виробництва (доступ до кредитів і легкість сплати податків) [2, с. 41].

3. Низький технічний рівень виробництва як наслідок недостатнього рівня впровадження результатів НДДКР в промисловість. Так, незважаючи на хороші позиції України в сфері освіти, мізерний розмір фінансування сфери науки призводить до дефіциту вітчизняних науково-технічних досягнень та, як наслідок, промисловість ґрунтується на використанні розробок минулих років і трансферті зарубіжних технологій, найкращі з яких, як правило, не передають.

Література: 1. Коледіна К.О. Роль SMART-промисловості в розвитку економіки України. *Сучасні інформаційні технології та системи в управлінні: матеріали II Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. молодих вчених, аспірантів і студентів* (м. Київ, 16-17 квітня 2020 р.). К.: КНЕУ. 2020. URL: <https://conference-kneu.herokuapp.com/landing>. 2. Смарт-промисловість в епоху цифрової економіки: перспективи, напрями і механізми розвитку: монографія / [В.П. Вишневський, О.В. Вієцька, О.М. Гаркушенко, С.І. Князєв, О.В. Лях, В.Д. Чекіна, Д.Ю. Череватський]; за ред. акад. НАН України В.П. Вишневського; НАН України, Ін-т економіки пром-сті. Київ, 2018. 192 с.

## ЕФЕКТИВНІСТЬ КРЕАТИВНОЇ ІНДУСТРІЇ В ЄВРОПІ

Канд. екон. наук, доц. Колмакова О. М.,  
студент групи ПТ-31 Бондарець М. М.

*Харківський національний університет будівництва та архітектури*

Креативна індустрія в Україні тільки набирає обороти. Але в Європейських країнах вона вже приносить мільйони доларів в державний бюджет.

В Італії був створений кластер креативної індустрії. Італійська культурна та творча індустрія досягла загальної економічної вартості 47,9 млрд євро. 86% від цієї вартості, приносять такі види діяльності, як проектування, виробництво та

розповсюдження культурних і творчих робіт та послуг. Решта є результатом непрямих надходжень, пов'язаних із дочірньою діяльністю. І працює більше одного мільйона людей [1]. В творчому секторі працює понад мільйон людей, 86% з яких займалися прямою діяльністю. Маючи близько 880 000 робочих місць, прямі працівники італійської культурної та творчої індустрії складають 4% усієї італійської робочої сили.

Оскільки економічна цінність становила близько 48 мільярдів євро, потенційна цінність може досягти 72 мільярдів євро, що означає, що все ще існує невикористана вартість, яка становить близько 24 мільярдів євро. Крім того, культурна та творча індустрія могла б створити понад 500 тис. додаткових робочих місць, переходячи від 1,03 млн. до 1,6 млн.: темпи зростання перевищують 50%. Доходи в культурній та творчій галузі Італії зростають більше, ніж національний ВВП.

Темпи зростання доходів у галузі культури з кожним роком зростають. Фактично було збільшення прямих доходів на 2,4% (або на 951 мільйон євро) порівняно з зростанням ВВП Італії на 1,5%. Кількість прямих працівників культурної та творчої індустрії зросла на 1,7% (або 15 000 одиниць) порівняно з попереднім роком, темп зростання вищий, ніж загальний рівень зайнятості в Італії (0,8%) [1].

В Іспанії в Каталонії був створений креативний кластер. Зайнятість у культурному та творчому секторах Каталонії складає 87 998 осіб, що становить 3% від загальної кількості працюючих Каталонії. Крім того, 31 611 компаній працюють у сфері CCS, тобто є 42 компанії сектор на кожні 10 тис. жителів. Культурний та творчий сектор генерує спільний обсяг бізнесу до 7 мільярдів євро щорічно, що становить 3,7% каталонського ВВП та 9,4% від обсягу бізнесу сфери послуг. Валова додана вартість CCS становить 2 952 млн. євро, що становить 1,5% ВВП автономної громади. [2].

Французька економіка диверсифікована у всіх секторах. Уряд частково або повністю приватизував багато великих компаній, включаючи Air France, France Telecom, Renault і Thales. Однак уряд підтримує сильну присутність у деяких галузях, зокрема, енергетиці, громадському транспорті та оборонній промисловості. Франція є найбільш відвідуваною країною в світі з понад 90 мільйонами іноземних туристів у 2019 році.

Державні фінанси Франції історично були напружені великими витратами та низьким зростанням. У 2017 році дефіцит бюджету покращився до 2,7% ВВП, що відповідає його цільовому дефіциту в розмірі 3%. Тим часом державний борг Франції збільшився з 89,5% ВВП у 2012 році до 97% у 2018 році [3].

Франція недавно представила свою кампанію «Креативна економіка» - ініціативу, спрямовану на просування промислового ноу-хау і винахідливості країни. Він є частиною лейблу «Créative France», який підкреслює динамізм інноваційної та економічної активності країни у багатьох секторах [4].

Créative Industry є частиною кампанії «Créative France», яка підкреслює дуже динамічну економіку країни та інновації в широкому спектрі галузей, таких як промисловість, технології, культура, гастрономія, наука і охорону здоров'я. Прогрес

Франції у всіх цих областях демонструє не тільки загальні амбіції, а й здатність задіяти творчий потенціал і підприємницький дух населення.

Креативна економіка підходить до цієї загальної тенденції з точки зору конкретної теми, у вирішальний момент технологічної революції. Промисловість, обсяг якої в 2015 році склав 263 млрд. євро (13,8% ВВП), є одним з провідних секторів економіки Франції. Промислові товари складають більше двох третин світового експорту Франції, то є 420 мільярдів євро, при цьому сектор сільського господарства знаходиться в пріоритеті.

Довгострокова стратегія Франції привела до створення центрів передового досвіду, здатних конкурувати на міжнародному рівні. Як показує аналіз, доцільно використовувати досвід європейських країн для стабілізації та розвитку української економіки.

Література: 1. Italia Creativa - Режим доступи: <http://www.italiacreativa.eu/summary/> 2. The cultural and creative industries in the Spanish regions: The case of Catalonia // RLCS, Revista Latina de Comunicación Social, 73 – Pages 146 to 167 [Funded] [Research] | DOI:10.4185/RLCS-2018-1250en| ISSN 1138-5820 | Year 2018 3. Creative Industries France. - Режим доступу до ресурсу: <https://europaregina.eu/creative-industries/europe/france/> 4. Créative Industry promotes France's industrial excellence 26.04.2016. Режим доступу до ресурсу: <https://www.gouvernement.fr/en/creative-industry-promotes-france-s-industrial-excellence>

## **ИННОВАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ НА ПРОМЫШЛЕННОМ ПРЕДПРИЯТИИ ПО МОДЕЛИ «ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО ТОЛЧКА»**

Д-р экон. наук, проф. Косенко А. П.,  
д-р экон. наук, проф. Перерва П. Г.,  
студентка Якушко А. Е.

*Национальный технический университет «Харьковский политехнический институт»*

Технологические проекты, которые выступают основной формой организации бизнеса в наукоемких и технологически ориентированных фирмах, наряду с общими характеристиками, которые характерны для всех инвестиционных проектам, имеют целый ряд специфических свойств, характерных именно для процессов формирования и использования интеллектуально-инновационных технологий на промышленных и, в частности на машиностроительных предприятиях [1, 6]. В таких условиях возникает настоятельная необходимость в научном обосновании организационных механизмов, которые бы создавали благоприятные условия для эффективного управления и проведения процессов разработки, трансфера (коммерциализации) и потребления интеллектуально-инновационных технологий [2-5]. Проведенный нами ретроспективный анализ существующих подходов к решению этой задачи свидетельствует о том, что теория и практика инновационной деятельности в мире накопила определенный опыт организационного обеспечения интеллектуально-инновационной деятельности на предприятиях и в организациях. Ее задача - получение инновационного продукта на протяжении всего периода ее создания - от зарождения идеи до ее коммерческой реализации. Наглядное соотношение этапов и результатов проведения интеллектуально-инновационной деятельности представлены нами на рис.1.

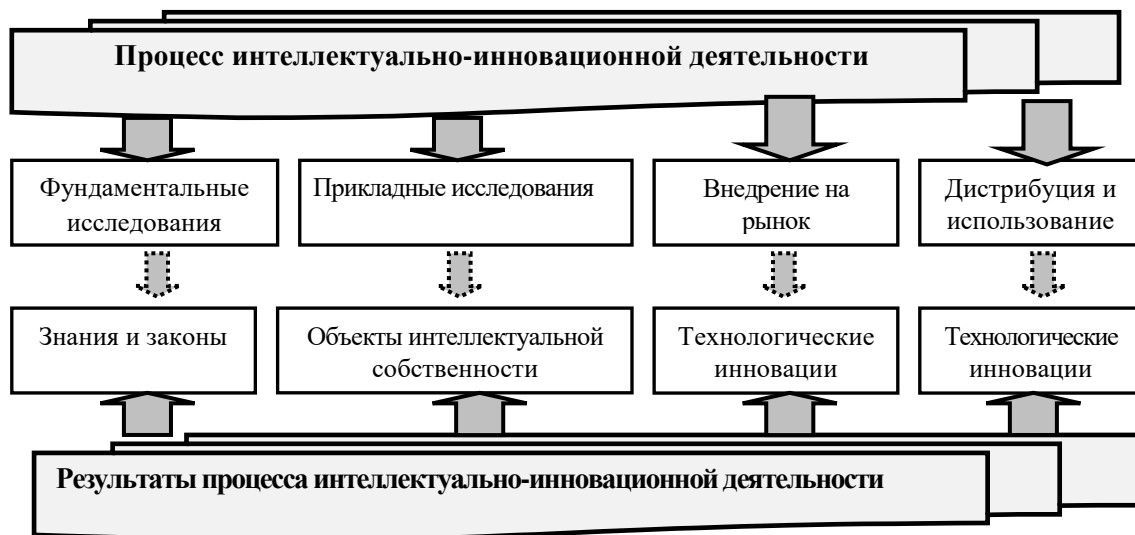


Рисунок 1 – Соотношение этапов и результатов проведения интеллектуально-инновационной деятельности на машиностроительном предприятии

В имеющихся исследованиях встречаются различные подходы к эволюции моделей инновационного процесса [7-9]. Наиболее распространенным является подход к выделению моделей инновационного процесса Р. Росвелла (Row Rothwell) [6], согласно которому обосновывается пять поколений.

Первое поколение моделей (середина 1950-х и конец 1960-х гг.) Представляет модель «технологического толчка» (англ. Technology push) или научного толчка (англ. Science push) так называемая проактивная модель (англ. Pro-active model) (рис.2), которая построена на основе рационалистической концепции управления и классической теории инноваций.

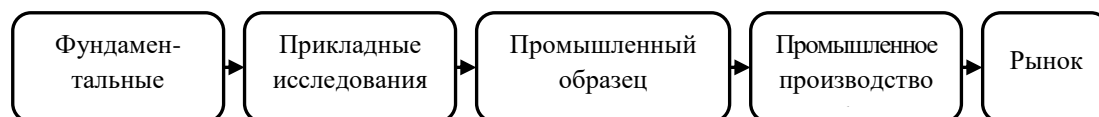


Рисунок 2 – Организация инновационной деятельности по модели «технологического толчка»

Использование этой модели объяснялось тем, что коммерческий успех предприятия зависит только от внутренних факторов и поэтому предпочтение отдавалось модели, подталкивается технологиям (technology push) или простой линейной модели организации инновационного процесса с акцентом на НИОКР, где каждый этап процесса производит результат, который является входным ресурсом следующему этапу. Главный тезис модели заключается в том, что чем больше инвестировать в исследования и разработки, тем больше будет получено новых продуктов.

Литература: 1. Гончарова Н.П., Перерва П.Г., Яковлев А.И. Новые технологические системы: качество, потребность, эффективность. К.: Наукова думка, 1989.- 176с. 2. ТОВАЖНЯНСКИЙ В.Л. Антикризисный менеджмент производственно-комерческой деятельности предприятий машиностроения / В.Л.Товажнянский, П.Г.Перерва, Т.А.Кобелева // Государство и рынок: механизмы и методы регулирования в условиях преодоления кризиса: монография.- СПб.: Астерион, 2010.- Т.2.- п.6.2.- С. 254-264. 3. Перерва П.Г., Коциски Д., Верес Шомоши М., Кобелева Т.А. Комплаенс программа промышленного предприятия.– Харьков-Мишкольц : ООО «Планета-принт», 2019. – 689 с. 4. Кобелева Т.О. Визначення ризику оцінки стану кон'юнктури вітчизняного ринку асинхронних двигунів / П.Г.Перерва, Т.О.Кобелева // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2012. – № 1. – С. 79-88. 5. Pererva P.G. Kocziszky György, Szakaly D., Somosi Veres M. Technology transfer.- Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI», 2012.- 668 p.



6. Гончарова Н.П., Перерва П.Г., Яковлев А.И. Маркетинг инновационного процесса // Учебное пособие - К.: ВИРА-Р, 1998.- 267с. 7. Перерва П.Г. Комплаенс-программа промышленного предприятия: сущность и задачи / П.Г.Перерва // Вісник Нац. техн. ун-ту «ХПІ»: зб. наук. пр.-Сер. : Економічні науки. – Харків : НТУ "ХПІ", 2017.– № 24 (1246).– С. 153-158. 8. Кобелева Т.О. Підвищення конкурентоспроможності машинобудівних підприємств на засадах синергетичного бенчмаркінгу / П.Г.Перерва, Т.О.Кобелева, Н.П.Ткачова // Вісник Нац. ун-ту "Львівська політехніка" : зб. наук. праць. Сер. : Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. – Львів : Львівська політехніка, 2015. – № 819. – С. 167-174. 9. Ткачова Н.П., Перерва П.Г. Розвиток методів аналізу фактичного стану конкурентних переваг підприємства // Економіка розвитку. – 2011. – № 4. – С. 116-120. 10. Перерва П.Г. Трудоустройство без проблем (искусство самомаркетинга). – Харьков : Фактор, 2009. – 480 с. 11. Перерва П.Г. Управление маркетингом на машиностроительном предприятии. Харьков : «Основа», 1993. 288с. 12. Перерва П.Г., Коциски Д., Верес Шомоши М., Кобелева Т.А. Комплаенс программа промышленного предприятия.– Харьков-Мишкольц : ООО «Планета-принт», 2019. – 689 с. 13. Товажнянский В.Л. Мониторинг производственно-коммерческой деятельности промышленного предприятия / П.Г.Перерва, В.Л.Товажнянский, Т.О.Кобелева, И.В.Гладенко // Вестник НТУ "ХПИ" : сб. науч. тр. Темат. вып.: Технический прогресс и эффективность производства. – Харьков : НТУ "ХПИ", 2009. – № 36-1. – С. 12-22. 14. Перерва П.Г. Самомаркетинг менеджера и бизнесмена.- Ростов н/Д: Феникс, 2003. - 592с. 15. Кобелева Т.О. Показники і критерії оцінки кон'юнктури товарного ринку / П.Г.Перерва, Т.О.Кобелева // Зб. тез доп. 5-ї Міжнар. наук.-практ. конф. "Маркетинг інновацій і інновації в маркетингу" 29 вересня-1 жовтня 2011 р. – Суми : ТОВ "ДД "Папірус", 2011. – С. 161-163.

## **МУЛЬТИКУЛЬТУРНИЙ МАРКЕТИНГ У СФЕРІ КОМУНІКАЦІЙ**

Д-р екон.наук, проф. Косенко О. П.

*Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»*

Мультикультурний маркетинг, також відомий як інклюзивний або етнічний маркетинг - це практика адаптації вашого маркетингу до місцевих спільнот, культурних традицій і унікальних особистостей.

Оскільки маркетингова тактика стає все більш витонченою, а конкуренція за увагу аудиторії стає все більш і більш жорсткою, стає важливіше, ніж будь-коли, продемонструвати розуміння того, що шукає ваша аудиторія. Це виходить за рамки демонстрації цінності вашого продукту - вам також необхідно продемонструвати глибоке розуміння мультикультурного маркетингу, ідентичності вашої аудиторії і того, що вони цінують.

Очікування персоналізованого маркетингу виходить за рамки повідомлень електронною поштою - глядачі очікують справжнього розуміння своїх потреб і ідентичності.

За словами Джона Колклоу, директора по партнерству і стратегії бренду в Mass Arreal, «мультикультурний маркетинг виходить за рамки стратегічної тактики і насправді зобов'язаний маркетологам включати інклюзивність і мультикультурні перспективи в опису своїх брендів. Він також заявляє: «Як ми можемо очікувати, що галузь досягне різноманітної і інклюзивної робочої сили, якщо ми будемо продовжувати розглядати людей і спільноти, з якими ми працюємо, як монолітні об'єкти? Як "загальний" і як "інший"? Як оповідачі про людський досвід, ми в боргу перед нашими клієнтами і громадськістю. »

Для успішного міжнародного маркетингу та реклами важливо розуміти, як клієнти приймають рішення. Не менш важливо розуміти, що люди в різних областях можуть не мати рівного доступу до інтернет-ресурсів. Вони стикаються з різними життєвими проблемами і по-різному розставляють пріоритети для товарів і послуг.

Наприклад, той факт, що переваги соціальних мереж варіюються в залежності від раси та етнічної приналежності, ілюструється в звітах Інституту П'ю. За їх словами,

афроамериканці і латиноамериканці представляють найбільш активних користувачів ТВ, радіо та мобільних пристроїв:

Вікова сегментація показує, що мультикультурні мілленіали є найбільш споживачами контенту:

62% блогів

78% радіо

89% ТВ

93% смартфонів

Саме з цієї причини маркетологи розробили персоналізацію мультикультурного контенту. Це дозволяє брендам більш ефективно спілкуватися з людьми різних національностей і культур, зводячи до мінімуму вторгнення і нерозуміння. Використовуючи той же комплексний підхід і досвід роботи з брендом, сучасні рекламодавці можуть навчитися передавати свою інформацію різним сегментам аудиторії.

Тепер давайте звернемося до розширення певних культур і пов'язаних з ними рекламних послуг в Україні. Якщо розглядати Захід і Схід в контексті соціокультурної концепції, то в нашій країні існують дві філософії життя - Західна і Східна. Захід ввійшов на ринок бізнесу і реклами в образі:

- європейська якість життя, представлена діловим офісним життям, а також всі атрибути, пов'язані з ним;

- стилістичні та іміджеві тенденції в їх різних проявах;

- стандарти успішної людини і т. ін.

Вплив Сходу виражається широким спектром духовних практик в поєднанні з різними видами бойових мистецтв. Це медитації, дихальні вправи, активація точок на тілі людини. З іншого боку - дзюдо, джиу-джитсу, айкідо та інші. Фен-шуй - це пропозиція жити в гармонії з єдиною життєвою енергією в облаштуванні будь-якого людського екзистенціального простору. Йога в широкому сенсі означає набір різних духовних, розумових і фізичних практик, розроблених в різних областях індуїзму і буддизму і спрямованих на управління психічними і фізіологічними функціями тіла для досягнення піднесеного духовного і психічного стану.

Обсяг пропозицій дуже великий, тому давайте обмежимося переліченими прикладами, в яких простежується та сама складова етнічної реклами, яка спрямована на українського споживача.

Форма подання рекламних матеріалів відображає весь спектр реклами ATL і BTL: реклама, поліграфічна продукція, організація презентацій, впровадження культових і національних традицій через традиційні церемонії, організація шкіл, курсів, секцій, тренінгів, спеціалізованих магазинів, східні танці на святах, реклама в метро, реклама в соціальних мережах, етнічні фестивалі - це не повний перелік продуктів етнічної реклами.

Таким чином, проблема, що виникає в процесі аналізу мультикультурного маркетингу та етнічної реклами в приймаючій країні, полягає в області моральної культури. Чи має право на існування реклама, яка використовує національну тему? Практика відповідає на це питання ствердно. Але для цього нам доведеться глибше вникати в народну культуру, оскільки ознакою етнічної реклами є не мова, на якому вона поширюється, а її мета - зосередитися на конкретній етнічній групі.

Мультикультуралізм в маркетингу може здатися складним, але по суті це просто більш глибокий погляд на з'ясування персон вашої аудиторії, щоб переконатися, що ми дійсно пропонуємо реальну цінність для окремих користувачів. Слід мати на увазі, що споживачі визначаються не тільки однією характеристикою, такий як раса, культурне походження, сексуальна орієнтація, вік, освіту або місце розташування, а скоріше під впливом всіх цих унікальних чинників, які формують їх індивідуальну ідентичність і формують їх больові точки і купівельні звички.

Література: 1. Косенко О.П. Формування конкурентного, інтелектуального і маркетингового потенціалу інноваційного підприємництва / О.П. Косенко, П.Г. Перерва // Вісник Національного технічного університету "ХПІ" – Харків: НТУ "ХПІ", 2018. – № 20 (1296). – С. 36-40. 2. Косенко О.П. Визначення терміну інтернет-маркетингу в умовах сучасного розвитку технологій та міжнародного ринку / О.П. Косенко, В.В. Пономаренко // Вісник Національного технічного університету "ХПІ" – Харків: НТУ "ХПІ", 2019. – № 24. – С. 35-44. 3. А.А. Чистякова Реклама в системе мультикультурных маркетинговых коммуникаций / А.А. Чистякова // Инновационные технологии управления ИнВестРегион № 4.2/ 2013 режим доступа: [https://studylib.ru/doc/2446024/reklama-v-sisteme-mul.\\_tikul.\\_turnyh](https://studylib.ru/doc/2446024/reklama-v-sisteme-mul._tikul._turnyh) 4. Інтернет-джерело: <https://ru.sharpspring.com/blog/what-is-multicultural-marketing-importance-in-2020-and-beyond/> 5. Інтернет-джерело: <https://www.thinkwithgoogle.com/intl/en-ca/marketing-resources/inclusive-marketing/>

## НАПРЯМКИ КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ РЕЗУЛЬТАТІВ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Канд. екон. наук, проф. Косенко А.В.,  
канд. екон. наук, доц. Кобелєв В.М.,  
студентка Шинкаренко М.О.

*Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»*

Технологічний рівень розробок, створюваних в різних країнах, характеризує патентна статистика, яка дозволяє зробити висновок і про наявність прав на об'єкти інтелектуальної власності, що є одним з найважливіших факторів для їх успішної комерціалізації.

На основі проведеного аналізу наявних публікацій [1-16], в залежності від цілей підприємця інноваційної сфери діяльності, слід виділити наступні види процесів комерціалізації, які, на наш погляд, доцільно сформулювати у такі три групи:

- комерціалізація проекту процесу (бізнесу, технології) створення результатів інноваційної діяльності;
- комерціалізація процесу створення результатів інноваційної діяльності;
- комерціалізація результатів інноваційної діяльності.

*Комерціалізація проекту процесу по створенню результатів інноваційної діяльності* передбачає виведення на ринок з метою повного або часткового продажу проекту по створенню процесу, що реалізує комерційну ідею. Частковий продаж не що інше як залучення до проекту інвесторів та кредиторів (опосередковані споживачі) на взаємовигідних умовах.

*Комерціалізація процесу створення результатів інноваційної діяльності* – виведення на ринок з метою повного або часткового продажу процесу, що реалізує комерційну ідею.

*Комерціалізація результатів інноваційної діяльності* – процес виведення на ринок комерційної ідеї у формі нового ресурсу, товару (послуги) чи процесу (технології) з метою їх продажу прямим (кінцевим) споживачам.

Перед описом системи управління комерціалізації, слід визначитись з місцем процесів комерціалізації та трансферту в здійсненні інноваційної діяльності та їх співвідношенням один до одного. Процес трансферту є складовою процесу комерціалізації так як здійснює передачу об'єкта до споживача. І тим самим завершає процес комерціалізації результатом - фактом купівлі-продажу. Тому, трансферт є складовою процесу комерціалізації (доведення наводиться нижче і ґрунтується на ролі функцій грошей в торгівлі), а процес комерціалізації є складовою інноваційного процесу. Система управління комерціалізацією результатів інноваційної діяльності

складається з об'єкта управління та управляючої системи і є складовою системи управління новаційно-інноваційної діяльності [2, 3].

В структурі управління комерціалізації результатів новаційно-інноваційною діяльністю нас цікавить організаційна структура системи інноваційної діяльності.

На наш погляд, система інноваційної діяльності, складається із системи виробництва нововведень, системи експертно-правового оформлення результатів новаційно-інноваційної діяльності та системи комерціалізації новинок (проектної документації, ліцензій тощо) і нововведень (готової продукції, послуг, робіт).

*Сфера виробництва нововведень* відноситься до інноваційної діяльності й по суті є тиражуванням, серійним (масовим) створенням нововведень на базі новинок. Відображає процес масового випуску нововведень в результаті успішної апробації новинок на ринку. Особливість цього процесу полягає у тому, що тут не створюються новинки, а виробляються тільки ті, які вже знайшли свого споживача і мають високий рівень попиту, тобто перейшли в ранг нововведень.

Системи експертно-правового оформлення результатів новаційної діяльності та комерціалізації готової продукції інноваційної діяльності ми відносимо до обслуговуючих, а не до організаційних, так як вони завершують формування інноваційного продукту, нововведення.

*Система експертно-правового оформлення результатів* поділяється на такі три групи:

- система патентування та ліцензування;
- система сертифікації, стандартизації та акредитації;
- експертно-консалтингова система.

*В системі комерціалізації продуктів новаційно-інноваційної діяльності (об'єктів інтелектуальної власності - ОІВ)* ми умовно здійснили поділ на підсистеми в яких проводиться оцінка маркетингового середовища об'єкта та умов комерціалізації, формуються стратегії його продажу та здійснюється трансферт результатів інноваційної діяльності.

Література: 1. Косенко А.В. Організаційно-економічний механізм комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності. *Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут». Технічний прогрес і ефективність виробництва.* – Харків : НТУ «ХПІ». 2009. № 54(1). С. 162-173. 2. Косенко А.В. Розвиток організаційного механізму комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності на основі функціонального підходу // *Економіка розвитку.* – Харків : ХНЕУ. 2009. – № 1(49). С. 11-16. 3. Pererva P.G. Kocziszky György, Szakaly D., Somosi Veres M. Technology transfer.- Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI», 2012. 668 p. 4. Перерва П.Г., Коциски Д., Верес Шомоши М., Кобелева Т.А. Комплаєнс програма промислового підприємства.– Харьков-Мишкольц : ООО «Планета-принт», 2019. 689 с. 5. Кобелева Т.О., Перерва П.Г. Визначення ризику оцінки стану кон'юнктури вітчизняного ринку асинхронних двигунів // *Маркетинг і менеджмент інновацій.*- 2012. № 1. С. 79-88. 6. Товажнянский В.Л., Перерва П.Г., Кобелева Т.А. Антикризисный менеджмент производственно-коммерческой деятельности предприятий машиностроения // *Государство и рынок: механизмы и методы регулирования в условиях преодоления кризиса: монография.*- СПб.: Астерион, 2010. Т.2. п.6.2. С. 254-264. 7. Перерва П.Г. Комплаєнс-програма промислового підприємства: сутність і задачі // *Вісник Нац. техн. ун-ту «ХПІ»* : зб. наук. пр.- Сер. : *Економічні науки.* – Харків : НТУ "ХПІ", 2017. № 24 (1246). С. 153-158. 8. Товажнянский В.Л., Перерва П.Г., Кобелева Т.О. Банкротство, санація та реструктуризація підприємства як економічні категорії антикризового управління // *Вісник НТУ «ХПІ».* – Харків : НТУ "ХПІ", 2015. – № 59 (1168). С. 148-152. 9. Ткачова Н.П., Перерва П.Г. Розвиток методів аналізу фактичного стану конкурентних переваг підприємства // *Економіка розвитку.* 2011. № 4. С. 116-120. 10. Гончарова Н.П., Перерва П.Г., Яковлев А.И. Новые технологические системы: качество, потребность, эффективность. К.: Наукова думка, 1989. 176с. 11. Перерва П.Г., Коциски Д., Верес Шомоши М., Кобелева Т.А. Комплаєнс програма промислового підприємства. Харьков-Мишкольц : ООО «Планета-принт», 2019. 689 с. 12. Перерва П.Г. Самомаркетинг менеджера и бизнесмена.- Ростов: Феникс, 2003. 592 с. 13. Кобелева Т.О. Показники і критерії оцінки кон'юнктури товарного ринку / П.Г.Перерва, Т.О.Кобелева // *36. тез доп. 5-ї Міжнар. наук.-практ. конф. "Маркетинг інновацій і інновації в маркетингу"* 29 вересня-1 жовтня 2011 р. –

Суми : ТОВ "ДД "Папірус", 2011. – С. 161-163. 14. Перерва П.Г. Трудоустройство без проблем (искусство самомаркетинга). – Харьков : Фактор, 2009. – 480 с. 15. Гончарова Н.П., Перерва П.Г., Яковлев А.И. Маркетинг инновационного процесса // Учебное пособие К.: ВИРА-Р, 1998.- 267с. 16. Перерва П.Г. Управление маркетингом на машиностроительном предприятии / Учеб.пособие. Харьков : «Основа», 1993. 288с.

## **РОССИЙСКИЙ РЫНОК ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛИ: ОСОБЕННОСТИ, ПРОБЛЕМЫ, ПЕРСПЕКТИВЫ**

Канд. экон. наук, доц. Кравченко Л. Н., ст. преп. Шевченко М. В.  
*Белгородский государственный технологический университет  
им. В. Г. Шухова*

«Создание и развитие компьютерных сетей в XX веке привело к существенным изменениям в жизни современного общества, в частности к формированию информационного (постиндустриального) общества, информационной экономики и, конечно же, появлению сети Интернет» [3].

Интернет является глобальной компьютерной сетью, которая охватывает все мировое пространство и содержит огромный объем разнообразной информации, доступной для всех представителей нашего социума. При этом «интернет, быстро проникая в новые сферы жизнедеятельности человека, постепенно становится ключевым каналом социальных и коммерческих коммуникаций в национальном и глобальном масштабах» [3]. С появлением сети Интернет кроме получения различных информационных услуг, стало возможным осуществлять и коммерческую деятельность. Данная операция получила название Интернет-торговля, или электронная коммерция.

В настоящее время нет четкого определения вышеназванному понятию. Многие ученые трактуют его по-своему, однако если обобщить существующие определения данного термина, можно заключить, что речь идет об осуществлении коммерческой сделки без физического взаимодействия между интернет-продавцом и интернет-покупателем. В свою очередь, интернет-предприниматель, организуя коммерческую деятельность через Интернет, выбирает наиболее удобный для него тип систем Интернет-торговли, учитывая при этом все преимущества и недостатки, оценивая возможные риски и выгоды в будущем, а также предпочтения покупателей [1].

На сегодняшний день Интернет-торговля представляет собой уникальную альтернативу розничной торговле, благодаря активному использованию современных информационных технологий, электронных коммуникаций. Интернет-магазины открыли новые направления в оптимизации бизнес процессов и представляют собой целую индустрию, которая привлекает миллионы пользователей, поскольку осуществлять покупки через Сеть удобно, быстро и выгодно для современного человека.

Современная Интернет-торговля – это динамично развивающаяся и перспективная отрасль во всем мире, в том числе и в России. Рынок eCommerce в России в целом сформировался и перешел в стадию стабильного развития. Основные участники закрепили свои позиции, и конфигурация рынка в ближайшем будущем во многом будет определяться стратегиями их действий. В тоже время в последние годы рынок электронной коммерции в России отличается достаточно высокими темпами роста. Такого мнения придерживается известное в России исследовательское агентство Data Insight, специализирующееся на интернет-рынке.

В 2018 году главными событиями рынка Интернет-торговли стали создание eCommerce конгломератов – совместных предприятий: «Яндекс.Маркета» и Сбербанк, Mail.Ru Group и Alibaba.

В первой половине 2019 года по данным аналитиков исследовательского агентства Data Insight российский рынок eCommerce вырос на 26%, достигнув 725 млрд рублей. За это время россияне сделали 191 млн заказов. Для сравнения: столько заказов было произведено за весь 2016 год. Число интернет-покупок в России за январь - июнь увеличилось на 44%, что составляет рекорд за все время наблюдений. В целом же за прошедший 2019 год объём рынка электронной коммерции России составил 30,6 млрд долларов [2].

«На сегодняшний момент доля eCommerce в ВВП страны составляет 1,3%. Для сравнения: в Великобритании этот показатель равен 2,8%, а в США - 2,6%. При этом рост рынка в 2019 году составил 23%. Всего за год в России сделано 425 млн заказов в интернет-магазинах. Это на 41% больше, чем год назад. Общая выручка онлайн-магазинов составила 1,6 трлн рублей, что на четверть больше, чем в 2018 году» [2].

Согласно прогнозам, российский рынок Интернет-торговли продолжит свой рост и в ближайшем будущем. В тоже время следует отметить тот факт, что развитие данного сегмента рыночной экономики во многом зависит от курса государственной политики, а также от принятия необходимых законодательных мер, направленных на поддержку российских интернет-предпринимателей.

При этом важно подчеркнуть, что на данном этапе развития рынка интернет-коммерции законодательные акты, регулирующие вопросы электронной торговли, требуют основательной доработки. Так, на сегодняшний день основную налоговую нагрузку несут только отечественные Интернет-магазины (платить НДС при ввозе товаров должны все импортеры независимо от системы налогообложения). Кроме того, в настоящее время от курса государственной политики зависят перспективы не только непосредственных участников российского рынка Интернет-торговли, но и предпринимателей из смежных отраслей, непосредственно участвующих в организации данного процесса (логистических компаний, почтовых операторов, посреднических сервисов и др.).

В свою очередь, «стимулирующая рациональная политика в области регулирования Интернет-торговли будет способствовать выводу онлайн рынка из тени и росту поступлений в государственный бюджет от налоговых сборов» [3]. Вместе с тем, в целях поддержки отечественных Интернет-предпринимателей государство должно совершенствовать действующее законодательство, регулирующее экспорт российских товаров за рубеж, с целью создания электронной экспортной торговой площадки. Данные изменения будут способствовать эффективному развитию малого и среднего бизнеса, поскольку большинство из них не имеют реальных возможностей самостоятельно выйти на зарубежные рынки.

В целом, масштабная государственная поддержка, реализация специализированных программ, направленных на продвижение российских товаров за рубежом, совершенствование законодательства, нормативных актов, связанных с дистанционной торговлей, даст возможность устранить правовые противоречия, повысить конкурентные преимущества отечественных предпринимателей, что, в свою очередь, позволит российскому рынку осуществить новый рывок в сложных макроэкономических условиях.

Литература: 1. Кравченко Л.Н., Шевченко М.В. Перспективы развития экономики посредством расширения интернет-коммуникаций // Матеріали ІХ Міжнародної науково-практичної конференції «Регіональна, галузева та суб'єктна економіка України на шляху до євроінтеграції». Харків: ХНУБА, 2017. С. 78-81. 2. Интернет-торговля в России 2019: аналитика Data Insight. [Электронный ресурс]. URL: <https://e-pepper.ru/news/internet-torgovlya-v-rossii-2019-analitika-data-insight.html>. (дата обращения 16.04.2020). 3. Седых И. А. Рынок Интернет-торговли в РФ. [Электронный ресурс]. URL: <https://dcenter.hse.ru/data/2017/03/10/1169536647/Рынок%20Интернет-торговли%20в%20РФ%202016.pdf>. (дата обращения 19.04.2020).

## ОСОБЕННОСТИ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА ЗАТРАТ НА СОЗДАНИЕ САЙТА В СЕТИ ИНТЕРНЕТ

Канд. экон. наук, доц. Кравченко Л. Н., ст. преп. Шевченко М. В.  
*Белгородский государственный технологический университет  
им. В.Г. Шухова*

С развитием интернет-торговли создание качественного сайта в сети интернет становится важнейшим инструментом для продвижения своих товаров производителями, расширения ими рынка сбыта (что особенно актуально в связи с ограничением возможности осуществления торговли в привычном режиме в условиях пандемии). Создание виртуального представительства в сети становится не данью моде, а способом выживания для многих организаций среднего и малого бизнеса. Отдельные предприятия пытаются расширить список потенциальных клиентов за счет использования таргетированной рекламы, создания страниц в распространенных социальных сетях, однако именно функционирование полноценных сайтов вызывает доверие у контрагентов и свидетельствует и серьезном подходе к ведению бизнеса.

Разработку сайта организация может осуществить своими силами или привлечь для этого сторонних специалистов.

Открытие сайта предполагает создание специальной компьютерной программы (включающей в себя две компоненты – программу для обеспечения работы сайта и его графическое решение, которые функционируют в совокупности), регистрацию доменного имени и оплату услуг хостинга – аренды места на сервере провайдера [4].

Согласно ст. 1259 ГК РФ компьютерные программы являются объектом авторских прав. Поэтому порядок отражения в бухучете расходов на создание сайта зависит от того, какие права на него принадлежат организации – исключительные или неисключительные [1].

Основой создаваемого сайта является специализированная программа. «Если организация получила исключительные права на использование данного программного продукта, то при наличии еще и исключительного права на дизайнерское решение веб-сайта она может учитывать совокупность данных объектов как нематериальный актив» [4]. Однако часто встречаются ситуации, когда на программную составляющую разработчик передает неисключительную лицензию, а на дизайн сайта и его наполнение может быть передана исключительная лицензия. В подобной ситуации сайт нематериальным активом не признается, поскольку исключительные права принадлежат заказчику не в полном объеме.

Если все исключительные права на сайт принадлежат организации (а не разработчикам), то его можно учесть в составе нематериальных активов. При этом должны соблюдаться и другие условия, перечисленные в пункте 3 ПБУ 14/2007.

Все расходы по созданию веб-сайта будут являться первоначальной стоимостью нематериального актива. При этом сумма НДС в первоначальную стоимость не включается. В первоначальную стоимость включаются также расходы на разработку (приобретение) графического дизайна сайта. Несмотря на то, что дизайн сайта является объектом авторских прав, учесть его как самостоятельный объект нематериальных активов нельзя (т.к. сам по себе дизайн сайта не может принести организации экономических выгод, т.е. не соблюдаются условия признания объекта в составе НМА) [2,3].

Если организации принадлежат все исключительные права на сайт, то срок их действия не ограничен во времени. Поэтому для целей бухучета срок использования созданного сайта определяют исходя из срока, в течение которого планируется его использовать, но не более срока деятельности организации. Если по таким параметрам

срок использования сайта определить невозможно, то он считается неопределенным (амортизировать такую программу нельзя).

В бухгалтерском учете расходы на создание сайта, который будет включен в состав нематериальных активов, предварительно учитывают на счете 08 «Вложения во внеоборотные активы» (в корреспонденции со счетами 10, 70 69, 76 и т.д.). Для организации контроля за данными расходами целесообразно открыть специальный субсчет.

При принятии к учету веб-сайта в составе нематериальных активов затраты списывают с кредита 08 счета в дебет счета 04.

Стоимость сайта, учтенного в составе нематериальных активов, списывают посредством амортизации. Если же условия для включения сайта в состав НМА не выполняются (например, срок полезного использования сайта составляет менее 12 месяцев), затраты на его разработку отражают на счете 97 «Расходы будущих периодов»: Дебет 97 Кредит 60 (10, 68, 69, 70, 76...).

Учтенные таким образом расходы можно списывать равномерно в течение периода, утвержденного приказом руководителя организации, формируя корреспонденцию: Дебет 26 (44) Кредит 97. Выбранный вариант списания расходов будущих периодов необходимо закрепить в учетной политике.

Расходы на регистрацию доменного имени должны быть включены в первоначальную стоимость сайта в том случае, если он учитывается как объект НМА. Если же сайт не является нематериальным активом, то затраты на регистрацию доменного имени учитывают в составе расходов будущих периодов (при условии, что доменное имя регистрируется на срок более месяца), либо в составе текущих расходов на счете 26 (44).

Затраты на оплату услуг хостинга в бухучете относятся к расходам по обычным видам деятельности. Такие затраты как правило, осуществляются ежемесячно. На основании акта провайдера об оказании услуг в учете формируют запись: Дебет 26 (44) Кредит 60 (76).

Веб-сайт необходимо регулярно обновлять. Расходы на перерегистрацию доменного имени признаются текущими затратами. Данный вид расходов не приводит к изменению качественных характеристик веб-сайта и, как следствие, не влияет на первоначальную стоимость нематериального актива [2].

Затраты на оптимизацию сайта (оптимизацию поиска сайта через основные поисковые системы) для обеспечения притока посетителей и роста продаж могут быть отражены по дебету счета 44.

Таким образом, организация правильного учета затрат на создание интернет-ресурсов по продвижению товаров в глобальной сети позволит значительному количеству предприятий малого бизнеса возобновить работу, которая была ограничена по объективным причинам.

Литература: 1. Гражданский Кодекс Российской Федерации // Справочно-правовая система КонсультантПлюс. 2. Положение по бухгалтерскому учету «Расходы организации» ПБУ 10/99 // Справочно-правовая система Консультант Плюс. 3. Положение по бухгалтерскому учету «Учет нематериальных активов» ПБУ 14/2007 // Справочно-правовая система Консультант Плюс. 4. Слабинская И.А., Кравченко Л.Н., Брянцева Т.А., Шевченко М.В. Развитие учета и анализа интеллектуального капитала в современной экономике: монография. Белгород: Изд-во БГТУ, 2017. 124 с.



## ВИКОРИСТАННЯ ТА ВІДОБРАЖЕННЯ В ОБЛІКУ КРИПТОВАЛЮТ

Канд. екон. наук, доц. Криниця С. О.,  
старший викладач Бартош О. М.

*Черкаський інститут ДВНЗ «Університет банківської справи»*

Сучасний етап розвитку економіки пов'язаний з її глобалізацією, що вимагає використання якісно нових технологій і характеризується інтенсивним зростанням конкуренції на ринку. Сьогодні ставить нові вимоги та нові завдання на які повинна реагувати як реальна економіка так і фінансовий сектор. Сучасні фінансові ринки це мобільність, глобальність та інтелект що потребує нових підходів та знань. Як реальна економіка так і фінансовий сектор основні зусилля направляють на орієнтацію на ринок і наближення до клієнта, що призводить до пошуку, розробки, освоєння та удосконалення з подальшою реалізацією нових продуктів, послуг та технологій.

В Україні набрав чинності Закон «Про електронні довірчі послуги» [1]. Довірча послуга – це послуга посередника, основна мета якого «автоматизувати» взаємовідносини між контрагентами. Даний закон наближає Україну до цифрового ринку ЄС, а також підсилює інтеграцію нашої держави у світовий електронний інформаційний простір.

Ми відмічаємо, що при обслуговуванні розрахунків підприємств із фізичними особами збільшується обсяг безготівкових розрахунків за допомогою платіжних карт, зокрема: операції в мережі Інтернет, в торговельній мережі, в сфері обслуговування тощо. Все це активно витісняє готівкові операції і впроваджуються в обіг електронні засоби розрахунку. Новації у сфері ІТ – технологій впроваджують нові платіжні засоби в грошову систему. На ринку появилася і активно використовується в обігу цифрова валюта (криптовалюта). Більшість фахівців, що досліджують це явище, вважають криптовалюту різновидом цифрових грошей, захищених криптографічним кодом від підробки, котра не має єдиного місця зберігання, але при цьому може використовуватись як засіб платежу.

Криптовалюта міститься в інформаційній системі оператора електронних трансакцій і закріплена за персональним гаманцем власника грошових коштів. Проведення грошової операції передбачає обмін обліковою інформацією. Купуючи криптовалюту клієнт бажає реалізувати її на основі об'єктивного призначення а також отримати і додаткову суб'єктивну вигоду. Вигоди будуть як для клієнта так і для облікових процедур (Таблиця 1).

Таблиця 1 – Вигоди від використання криптовалюти

<b>Основне призначення</b>	<b>вигоди для клієнта</b>	<b>вигоди для облікових процедур</b>
Застосування криптовалюти для електронних розрахунків	безпека	захист облікової інформації
	конфіденційність	мінімізація помилок
	престижність	створення єдиних баз облікових даних
	простота у використанні	повна автоматизація збору та обробки даних

В останні роки в Україні розпочалася робота над проектами законів щодо регулювання обігу криптовалют, але і досі на законодавчому рівні операції з крипто валютами не визначені. Такий стан речей ускладнює ведення обліку суб'єктами господарювання, які проводять операції з криптовалютами в Україні.

До операцій з криптовалютою в Україні застосовуються загальні правила оподаткування. Так, дохід фізичної особи, отриманий у вигляді цифрової валюти, оподатковується за стандартною ставкою 18%. Питання з оподаткуванням її податком

на додану вартість є досить спірним, оскільки криптовалюта не визначена в якості товару на законодавчому рівні [2].

Криптовалюта як електронні гроші є не персоніфікованим платіжним інструментом (тобто не потребують ідентифікації власника) та обертаються поза межами банківської системи в електронному вигляді. Перед обліком постійно стоїть завдання щодо розробки як організаційних так і методичних підходів щодо класифікації статей, правил визнання, оцінки та відображення у звітності фінансових активів. Криптовалюта як об'єкт облікового відображення відноситься до фінансових інструментів і в обліку застосовуватиметься МСФЗ 9 «Фінансові інструменти» [3] щодо оцінки та визначення фінансового результату (Таблиця 2). Нові правила МСФЗ 9 найбільше стосуються фінансових інститутів, що мають на балансі найбільші обсяги фінансових інструментів. Ризики за такими інструментами є найбільшою складовою загроз фінансовим посередникам, оскільки більшість банкрутств кредитних установ обумовлено неповерненням позичальниками кредитів. Даним стандартом регламентовано застосування бізнес-моделювання для складання сценарних прогнозів щодо вартості фінансових інструментів з урахуванням ризику.

Таблиця 2 – Оцінка криптовалют за МСФЗ 9

Мета вкладання коштів у криптовалюту	Методи оцінки
Отримання спекулятивного доходу через зростання курсової вартості у довгостроковій перспективі	За справедливою вартістю з відображенням результатів переоцінки у сукупному доході
Придбана для перепродажу чи використовуватися для обміну в період до одного року	За справедливою вартістю з відображенням результатів переоцінки у прибутках або збитках

Отже, використання електронних грошей в Україні стрімко зростають із року в рік, проте питання їх у обліку залишається недостатньо дослідженим. Слід зазначити, що на сьогодні є ряд суттєвих невідповідностей в нормативно-правових актах, що регулюють порядок використання електронних грошей як між собою, так і щодо порядку їх обліку. Досвід європейських країн дозволить успішніше здійснювати економічні реформи в українській економіці, пришвидшить їх проведення, дозволить уникнути помилок і підвищити ефективність переходу до новітніх технологій.

МСФЗ 9 зробить фінансову звітність більш прозорою для інвесторів, що сприятиме залученню додаткових інвестицій як в банківський сектор так і в реальну економіку в майбутньому.

Література: 1. Закон України про електронні довірчі послуги 5 жовтня 2017 року № 2155-viii [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/go/2155-19>  
 2. Т.В. Яцик. Методика фінансового обліку криптовалют як особливого виду електронних грошей [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2017/2/81.pdf>  
 3. Міжнародний стандарт фінансової звітності 9 «Фінансові інструменти» [Електронний ресурс]. - Режим доступу: [http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/929\\_016](http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/929_016)

## КРЕАТИВНА ЕКОНОМІКА: ПОНЯТТЯ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

Здобувач вищої освіти Курчак Х. М.,  
 науковий керівник: канд. екон. наук, доц. Капленко Г. В.  
*Львівський національний університет імені Івана Франка*

Сучасне функціонування світової економіки характеризується новим етапом економічного розвитку, основою якого є пріоритет знань, інтелектуальної праці,

інновацій, досягнень науки і техніки, інформаційних систем. З поміж значної кількості теорій постіндустріального суспільства концепція креативної економіки є однією із домінуючих. В умовах глобалізації креативність стала джерелом конкурентних переваг та рушійною силою прогресу. Останнім часом питання креативності стали об'єктом інтересу економістів, оскільки пов'язані з пошуком джерела формування конкурентних переваг. Флоріда Р. та Тінаглі І. [1] визначають, що креативність стала рушійною силою економічного зростання. Можливість конкурувати в умовах глобальної економіки виходить за межі торгівлі товарами і послугами, потоків капіталів та інвестицій. Термін «креативна економіка» вперше був введений в оборот Хокінсом Дж. в 2000 р.

На основі узагальнень наукових досліджень, креативну економіку можна трактувати як концепцію постіндустріальної економіки, механізмом функціонування якої є система специфічних соціально-економічних відносин з приводу виробництва розподілу та споживання благ, що базуються на використанні в якості факторів виробництва інтелектуального капіталу, креативного потенціалу та таланту породжувати нові оригінальні ідеї, в результаті чого створюється інноваційний продукт (товар або послуга наділені економічною цінністю), або приймаються якісно нові рішення з метою забезпечення потреб суспільства. Результатом діяльності в креативній економіці є інноваційний процес, а серед факторів виробництва виділяють інтелектуальний капітал. Поняття «креативна економіка» в науковій літературі часто ототожнюється з іншими концепціями постіндустріального суспільства – «інноваційна економіка», «інформаційна економіка», «економіка знань» тощо. При визначенні поняття «інноваційна економіка» найбільш часто зустрічається наступне тлумачення: «Це економіка суспільства, заснована на знаннях, інноваціях, позитивному сприйнятті нових ідей, машин, систем і технологій, готовності їх практичної реалізації в різних сферах людської діяльності». Таким чином креативна економіка, економіка знань та інноваційна економіка є компонентами один одної, а кожна з них є частиною концепції нової економіки, яку можна інтерпретувати, як високотехнологічну економіку, яка вимагає від суб'єктів господарювання постійних інновацій в контексті глобалізації. [3]. В Україні є значний потенціал для розвитку креативної економіки. Деякі експерти прогнозують, що інновації і креатив будуть мати темпи приросту, які перевищуватимуть темпи розвитку інших галузей економіки [4]. Хоча й частка креативного сектора в економіці має тенденцію до щорічного зростання, в основному за рахунок ІТ галузей, вона ще досить низька. Також цей сектор економіки потребує значного інвестування.

«Креативність стає рушійною силою економічного зростання та інновацій» [1, с. 5]. Як зазначають автори [1; 5] та підтверджують результати інших досліджень, значення креативних галузей в економіці розвинених країн неухильно зростає, а разом із ними зростає їх внесок у загальний приріст валового внутрішнього продукту (ВВП). Обсяг світового ринку креативної продукції з 2002 по 2015 р. виріс більше ніж у 2 рази – з \$208 млрд до \$509 млрд, йдеться в опублікованому на початку 2019 р. звіті Конференції ООН з торгівлі і розвитку. «Креативна економіка має як комерційну, так і культурну цінність», – зазначають експерти ООН.

До креативної економіки експерти ООН віднесли індустрію моди, кінематограф, дизайн, рекламні послуги, ремесла, музику та інші галузі, що базуються на інтелектуальній діяльності. Середній світовий внесок креативних індустрій у ВВП – 6,6%, у розвинених країнах – 8-12%.

«Залишається все менше сумнівів у тому, що перспективи світової економіки залежать від креативних та інноваційних проєктів, а також здатності міст і регіонів створити сприятливе середовище для впровадження подібних ініціатив у життя», – зазначають творці Індексу «Креативний капітал глобальних міст» з PwC та фонду Calvert 22. У жовтні 2019 р. експерти Всесвітнього економічного форуму у звіті «Гнучке управління для креативної економіки» відзначали важливість прогресивного

регулювання – більш адаптивного, орієнтованого на людину. Це пояснюється двома факторами: розвиток технологій знижує поріг входження у креативний бізнес, а транскордонні можливості інтернету дозволяють залучати величезну кількість клієнтів.

Для України креативна економіка є досить перспективною стратегією розвитку суспільства в основі якої покладено безперервний розвиток. Креативні індустрії можуть і повинні заробляти в Україні. Розраховувати необхідно не тільки на державу. Держава має створити умови для розвитку креативного класу в Україні – і тільки, окремі питання можна вирішити з наявними державними структурами. Насамперед компаніям креативного сектора потрібні чіткі фінансові інструменти, доступне кредитування і зрозумілі правила гри. В умовах євроінтеграції розвиток людського потенціалу в контексті розвитку креативних індустрій може забезпечити підвищення конкурентоспроможності економіки України та забезпечити довготермінове економічне зростання.

Література: 1. Florida R., Tinagli I. (2004). Europe in the creative age. Pittsburgh. : Carnegie Mellon Software industry center funding provided by the Alfred P. Sloan foundation, co-published in Europe with Demos, 48 p.; 2. Creative economy: the essence of the concept and the significance for Ukraine under the European integration // [https://www.researchgate.net/publication/329489288\\_CREATIVE\\_ECONOMY\\_THE\\_ESSENCE\\_OF\\_THE\\_CONCEPT\\_AND\\_THE\\_SIGNIFICANCE\\_FOR\\_UKRAINE\\_UNDER\\_THE\\_EUROPEAN\\_INTEGRATION](https://www.researchgate.net/publication/329489288_CREATIVE_ECONOMY_THE_ESSENCE_OF_THE_CONCEPT_AND_THE_SIGNIFICANCE_FOR_UKRAINE_UNDER_THE_EUROPEAN_INTEGRATION) 3. Lokalov A.A. (2013). [Innovatcionnaia ekonomika i novaia ekonomika: sootnoshenie protsessov i poniatii. Innovative economy and new economy: the ratio of processes and concepts]. Vestnik Saratovskogo gosudarstvennogo sotcialno-ekonomicheskogo universiteta. № 1. 4. Negroponte N. (1995). Being Digital. NY: Knopf. 256 p. 5. Howkins J. (2001): The Creative Economy: How People Make Money from Ideas. L.: Penguin

## **БІЗНЕС-РОЗВІДКА В СИСТЕМІ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА**

Канд. екон. наук, доц. Литовченко О.Ю.

*Харківський національний університет міського господарства  
імені О.М. Бекетова*

Будь-яка компанія на ринку повинна бути конкурентоспроможною і мати прагнення до економічного зростання, щоб зайняти лідируючі позиції на ринку. Тому кожний учасник конкурентного середовища намагається вивчити поведінку провідних компаній, дізнатися інформацію, що сприяє розвитку компанії.

Першорядну роль для виживання будь-якого підприємства в умовах конкурентної боротьби відіграє розвідка намірів конкурентів, вивчення основних тенденцій бізнесу, аналіз можливих ризиків. В цьому їм допомагає бізнес-розвідка, яка виступає невід'ємною частиною сучасної системи управління економічною безпекою підприємства та є похідною від конкурентної розвідки. Конкурентна розвідка, на відміну від розвідки в інтересах держави, проводиться тільки в інтересах бізнесу. Бізнес-розвідка подібно до інших інновацій давно успішно використовується як в міжнародній, так і у вітчизняній практиці. Під бізнес-розвідкою в світі (з англійської – «business intelligence») розуміється збір і аналіз відомостей про партнерів і конкурентів [1].

Рівень впливу розвідки зростає з року в рік і поліпшується, завдяки зростанню інформаційних технологій і способів їх застосування. Сьогодні бізнес-розвідка – це адаптовані до бізнесу, ринку та підприємництва способи спецслужб і їх підходи щодо інформаційно-аналітичного супроводу управлінських завдань і проектів бізнесу в межах функціонування системи економічної безпеки господарюючих суб'єктів. Однак, бізнес-розвідка не має безпосереднього відношення тільки до забезпечення економічної безпеки. Термін «бізнес - розвідка» був введений в обіг Говардом Дреснером

в 1989 році для позначення набору концепцій і методик підвищення ефективності прийняття бізнес-рішень за допомогою фактографічних інформаційних систем, тобто мав дещо інше значення та використовувався в сфері інформаційних технологій [2].

Бізнес-розвідка носить суспільно-корисний характер. Вона є складовою частиною корпоративної культури ведення сучасного бізнесу. У різних джерелах бізнес-розвідку називають маркетинговою розвідкою або конкурентної розвідкою. Також застосовують термін бенчмаркінг (від англ. «Bench» – рівень, висота, «mark» – відмітка). Бенчмаркінг є механізмом порівняльного аналізу ефективності роботи однієї організації з показниками інших, більш успішних підприємств з метою поліпшення власної роботи [3].

Головним об'єктом бізнес-розвідки є інформація. Вона поділяється на комерційну і конфіденційну. Комерційна таємниця є юридично захищеним правом підприємця класифікувати інформацію, яка не є державною таємницею, про діяльність підприємства, пов'язану з виробництвом, технологією, управлінням, фінансами. Розкриття цієї інформації може завдати шкоди його інтересам. Конфіденційна інформація – це документована інформація, тобто фіксована на матеріальному носії і з деталями, які дозволяють її ідентифікувати, доступ до якої обмежується відповідно до законодавства.

Мета бізнес-розвідки полягає в тому, щоб виявити реальний стан справ в конкурентному середовищі, а також визначення сильних і слабких сторін бізнесу конкурентів. Суб'єктами бізнес-розвідки є банки, інвестиційні, аудиторські, дослідницькі, консалтингові компанії, рейтингові агентства. Мотиви такої діяльності у них різняться. Деякі з них роблять це в інтересах власного бізнесу, інші – за завданням клієнтів. Елементи бізнес-розвідки фактично містить маркетингове дослідження. До даних процесів часто застосовують терміни «маркетингова розвідка» або «конкурентна розвідка». Маркетингова розвідка поняття саме по собі дуже широке, оскільки сам термін «маркетинг» має на меті не тільки вивчення конкурентів, але й просування продукту, рекламу, ціноутворення, починаючи з початкової стадії розробки продукту аж до його продажу. Під конкурентної розвідкою («competitive intelligence») розуміють вузьке спрямування ділової розвідки, яке відповідає основній меті – побудові системи взаємин з конкурентами. Іншими словами, це створення комплексу заходів щодо отримання та обробки даних про конкурента (майнових, фінансових та управлінських ресурсах, можливостях і уразливості, а також про оперативні та стратегічні плани) [4].

У дослідженні конкурентів широко застосовується спостереження, на якому засновано більшість методів. Існує дуже багато методів ділової розвідки, котрі засновані на логіці і зборі легальних даних. Однак методи збору інформації відрізняються кардинально. Ними можуть бути: діалог з співробітниками фірми конкурента; бесіда по телефону з менеджерами; резюме співробітників; мережа інтернет тощо. Завданням бізнес-розвідки є перевірка інформації і виключення фальсифікації даних. Потрібна наявність оновлюваних інформаційних ресурсів для вирішення завдання збору і обробки актуальної та достовірної інформації. Відповідно, для вирішення даного завдання потрібна наявність сучасних технічних засобів і програмного забезпечення, що дозволяє не тільки збирати і зберігати дані з різних джерел, але і вести пошук по інформаційних масивам, використовуючи різні критерії. Також для правильної і точної обробки отриманих даних і формування обґрунтованих висновків і прогнозів необхідні висококваліфіковані фахівці-аналітики.

Найважливішим моментом в діяльності служб економічної безпеки є прогнозування. У зв'язку з цим основну роль починає грати саме аналітична робота. Головними складовими діяльності служб економічної безпеки та бізнес-розвідки є: виявлення ризиків; моделювання загроз і сценаріїв розвитку криз; ідентифіковані факторів, що діють на процес наближення і розвиток кризових явищ. Таким чином, основним завданням стає передбачення моменту, місця і ймовірності настання кризи, щоб надалі була можливість вжити превентивних заходів і концентрувати необхідні

сили і засоби. Вивчення конкурентів допомагає аналізувати і прогнозувати їх дії, спрямовані на дестабілізацію діяльності компанії. В результаті такого дослідження здійснюються дії щодо прийняття відповідних заходів, щодо забезпечення цілісності компанії, її ділових зв'язків, репутації на ринку.

Отже, використання методів і технологій бізнес-розвідки дозволяє успішно здійснювати прогноз кризових явищ в бізнесі. Це означає, що з'являється можливість реалізувати функцію раннього попередження про кризи. Дана обставина робить можливим зробити превентивні заходи, а також знизити ймовірність настання кризи, провести її локалізацію або знизити можливі збитки. До того ж, знання про майбутню кризу можуть бути використані в інтересах зміцнення власного економічного становища або ослаблення конкурента.

Література: 1. Криворотов, В. В. Экономическая безопасность государства и регионов [Электронный ресурс] : учеб. пособие / А. В. Калина, Н. Д. Эриашвили, В. В. Криворотов.– М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012 .– 351 с. 2. Мохов А.А. Бизнес-разведка: понятие и источники правового регулирования / А.А. Мохов // Безопасность бизнеса. – 2015. – № 3. – С. 12-16. 3. Кеткина Е.А. Промышленный шпионаж и деловая разведка как возможности реализации и развития инноваций в промышленности / Е.А. Кеткина, В.В. Бурлаков // Известия Московского государственного технического университета МАМИ. – 2015. – Т. 5.– №3(25). – 215 с. 4. Зибарев М.В. Экономическая безопасность: учебное пособие / М.В. Зибарев. Орск : Издательство ОГТИ, 2010. – 175 с.

## **ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ФУНКЦИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ КАК УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ ИНСТРУМЕНТАРИЙ НА ПРИМЕРЕ ООО «АДИС-Авто»**

Д-р экон. наук, доц. Литвинов А. С., студентка Ергиева И. Д.  
*Одесский национальный экономический университет*

Одним из важнейших инструментов принятия управленческих решений, связанных с выбором направления инвестиций, определения их требуемого уровня и эффективности, является производственная функция. Как обосновано современными исследователями, к факторам производственной функции относятся материальный и интеллектуальный капиталы [1]. Практическое моделирование производственной функции отдельного предприятия подразумевает совершение процесса линеаризации исходных данных производственной функции, а именно показателей объема материального капитала, интеллектуального капитала и чистого дохода. При условии построения соответствующей требованиям надежности, значимости и точности производственной функции, появляется возможность использования инструментов принятия управленческих решений: средней и предельной отдачи материального и интеллектуального капиталов, эластичности объема продукции в связи с изменениями объемов материального и интеллектуального капиталов [2].

Расчеты производственной функции в данной работе проведен на базе ООО «АДИС-Авто» - официального дилера нескольких автоконцернов в городе Одесса. Все данные для проведения расчетов производственной функции приведены в Таблице 1.

Таблица 1 – Исходные данные для моделирования производственной функции ООО «АДИС-Авто» за 2015-2018 гг.

Название показателя	2015	2016	2017	2018
Стоимость материального капитала ( $MK_t$ ), млн.грн.	135	176	187	214
Стоимость интеллектуального капитала ( $IC_t$ ), млн. грн	35	54	57	63
Объем реализованной продукции (чистого дохода) ( $Y_t$ ), млн. грн	156	234	293	346
$\ln \ln MK_t$	4,91	5,17	5,23	5,37
$\ln \ln IC_t$	3,56	3,99	4,04	4,14
$\ln \ln Y_t$	5,05	5,46	5,68	5,85

Исходя из Таблицы 1, используя пакет программ STATISTICA, были получены результаты, которые подтверждают существование тесной связи между объемом продукции и объемами материального и интеллектуального капиталов, что можно увидеть на рисунке 1.

Regression Summary for Dependent Variable: Var3 (Spreadsheet13)						
R= ,98829211 R <sup>2</sup> = ,97672129 Adjusted R <sup>2</sup> = ,93016386						
F(2, 1)=20,979 p<,15257 Std.Error of estimate: 21,548						
N=4	b*	Std.Err. of b*	b	Std.Err. of b	t(1)	p-value
<b>Intercept</b>			-295,277	293,1657	-1,00720	0,497716
Var1	0,749990	0,599421	1,864	1,4896	1,25119	0,429258
Var2	0,244392	0,599421	2,973	7,2930	0,40771	0,753540

Рисунок 1 – Результаты анализа множественной регрессии между объемом продукции и объемами материального и интеллектуального капиталов ООО «АДИС-Авто» за 2015-2018 гг.

Проверка по критерию Фишера подтверждает высокую степень надежности полученных результатов. Коэффициент регрессии составляет 98,8%, коэффициент детерминации - 97,7%, что указывает, что больше 97,7% чистого дохода ООО “АДИС-Авто” в 2015-2018 годах определяются изменениями в его материальном и интеллектуальном капиталах. Результаты анализа позволяют сформировать степенную модель производственной функции ООО “АДИС-Авто” (формула 1).

$$Y_t = (1,19807 E - 08) * MK_t^{1.864} * IC_t^{1.0906} \quad (1)$$

Исходя из полученных результатов мы можем рассчитать управленческий инструментарий принятия решений, а именно: среднюю и предельную отдачи материального и интеллектуального капиталов, эластичность продукции по видам капитала, целевую потребность в отдельных видах капитала, норму замещения капитала каждого вида (см. Таблицу 2).

Таблица 2 – Управленческий инструментарий полученный в результате моделирования производственной функции ООО «АДИС-Авто»

Показатель	Материальный капитал	Интеллектуальный капитал
Средняя отдача	1,51	3,80
Предельная отдача	2,82	11,28
Эластичность объема продукции, %	1,86	2,97
Целевая потребность в ресурсах	162	14
Предельная норма замещения ресурсов	5,44	0,18

Как свидетельствуют результаты расчётов, приведенных в таблице 2, средняя отдача материального капитала составляют 1,51, а интеллектуального 3,80, тогда как предельная отдача составляет 2,82 и 11,28 соответственно. Это означает, что, к примеру, одна дополнительная гривна инвестиций в интеллектуальный капитал предприятия приведет к увеличению реализованной продукции на 11,28, а одна гривна инвестиций в материальный капитал - 2,82 грн, при этом эластичность материального капитала больше эластичности интеллектуального капитала: 1,86 и 2,97 соответственно. Это означает, что при увеличении объема материального капитала на 1 грн произойдет увеличение продукции на 1,86 грн, тогда как при увеличении объема интеллектуального капитала – на 2,97 грн. Расчет целевой потребности в

ресурсах позволяет определить необходимый объем инвестиций для достижения целевого объема реализованной продукции.

Литература: 1. Літвінов О. С. Інтелектуальний капітал підприємства: сутність, оцінка, розвиток: монографія. Одеса: Астропринт, 2019. 392 с. 2. Янковой А. Г. Математико-статистические методы и модели в управлении предприятием. Одесса: ОНЭУ, 2014. 250 с.

## **СУТЬ ОРГАНІЗАЦІЙНИХ СТРУКТУР УПРАВЛІННЯ СУЧАСНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ УКРАЇНИ**

Канд. екон. наук, доц. Мазур Г. О.  
*Вінницький кооперативний інститут,*  
канд. екон. наук, доц. Мазур О. В.,  
канд. екон. наук Мазур Д. В.,  
*Київський університет ринкових відносин*

На сучасному етапі в умовах ринкової економіки підприємствам і організаціям необхідно швидко реагувати на зміни зовнішнього середовища і адаптувати ці організаційні структури до цих змін. Оскільки саме структура організації повинна забезпечити реалізацію її стратегії, взаємодію організації із зовнішнім середовищем та ефективно вирішення основних задач організації. І в широкому розумінні задача менеджерів при цьому полягає в тому, щоб обрати ту структуру, яка найкраще відповідає цілям і задачам організації, а також внутрішнім і зовнішнім факторам, що впливають на неї.

За умов адміністративно - командної економіки проблема відповідності організаційної структури управління цілям і задачам організації, а також внутрішнім та зовнішнім факторам, які впливають на неї не вивчалася. Існували організаційні структури бюрократичного типу з жорсткими ієрархічними зв'язками, високим ступенем формалізації, Централізованим прийняттям рішень. Дана структура вважалася ідеальною і ефективною. В той же час, зовсім не бралися до уваги, що організаційна структура і її управління не можуть бути стабільними, вони постійно змінюватися і вдосконалюватися у відповідності з умовами які постійно змінюються.

Мета статті полягає у дослідженні розкриття сутності організаційних структур управління сучасними підприємствами в Україні

Написання статті базується на наступній інформаційній базі: підручники, посібники, іноземних (Зигерд В., Ланг Л., Вейл Питер, Мескон М.Х., Майталь Ш., Альберт, Хоскінг А., та інш.) і вітчизняних авторів ( Чубаков Г., Румянцева К.Р., Андрушків Б.М., Коротков О., Ховард К. та інш.).

Під структурою управління організацією розуміється упорядкована сукупність взаємопов'язаних елементів, які знаходяться між собою в сталих відношеннях, що забезпечують їх функціонування і розвиток як єдиного цілого. Елементами структури є окремі робітники, служби та інші ланки апарату управління, а відношення між ними підтримуються завдяки зв'язкам, що прийнято поділяти на горизонтальні і вертикальні.

В рамках структури управління протікає управлінський процес (рух інформації і прийняття управлінських рішень), між учасниками якого розподілені задачі і функції управління, а отже - права і відповідальність за їх виконання. З цих позицій структуру управління можна розглядати як форму розподілу і кооперації управлінської діяльності, в рамках якої відбувається процес управління, направлений на досягнення наміченої цілі менеджменту.

Таким чином, структура управління включає в себе всі цілі, розподілені між різноманітними ланками, зв'язки між якими забезпечують координацію окремих дій по їх виконанню. Тому її можна розглядати як зворотну сторону характеристики



механізму функціонування (як процесу реалізації структурних зв'язків системи управління). Зв'язок структури управління з ключовими поняттями менеджменту - його метою, функціями, процесом, механізмом функціонування, людьми і їх повноваженнями, - свідчить про її величезний вплив на всі сторони управління. Тому менеджери всіх рівнів приділяють величезну увагу принципам і засобам формування структур, вибору типу або комбінації виглядів структур, вивченню тенденцій в їх побудові і оцінці їхньої відповідності меті ,що вирішуються і задачами [1, с 107]

Багатогранність утримання структур управління передбачає множинність принципів їхнього формування. Передусім структура повинна відображати мету і задачі організації, отже, змінюватися разом зі змінами ,що відбуваються. Вона повинна відображати функціональний розподіл праці і обсяг повноважень робітників управління; останні визначаються політикою, процедурами, правилами і посадовими інструкціями і поширюються, як правило, у напрямку більш високих рівнів управління. При цьому повноваження керівника будь-якого рівня обмежуються не тільки внутрішніми факторами, але й факторами зовнішнього середовища, рівнем культури та ціннісними орієнтаціями суспільства, прийнятими в ньому традиціями і нормами. Іншими словами, структура управління повинна відповідати соціально-культурному середовищу, і при її побудові треба враховувати умови, в яких вона буде функціонувати. Практично це означає, що спроби сліпо копіювати структури управління, які діють успішно в інших організаціях, спрямовані на провал, якщо умови роботи відмінні. Важливе значення має також реалізація принципу відповідності між функціями і повноваженнями, з одного боку, і кваліфікацією і рівнем культури - з іншої.

Створення структури є важливим елементом в організаційній діяльності фірми. Вибір ефективної методики департаменталізації і формування усього комплексу організаційних структур - також життєво важливий елемент в діяльності менеджерського корпусу. Як правило, в таких корпораціях при ознаках недоліків в функціонуванні вищої ланки менеджмент вирішує питання про необхідність реорганізації в управлінській структурі [2, с.183].

В теорії західного менеджменту, основаної на концепціях організаційної поведінки, структура фірми розглядається як найважливіший фактор, що визначає і форми поведінки (діяльності) усього колективу і окремих його членів. В цьому плані в організаційну структуру включаються такі управлінські поняття, як співвідношення відповідальності і повноважень, делегування повноважень, централізація і децентралізація, відповідальність і контроль, норми керованості, організаційна політика фірми, моделі управлінських рішень, проектування загальних і індивідуальних завдань і деякі інші. По суті йдеться тут про змістовну сторону структури менеджменту: якій меті вона служить і які управлінські процеси вона забезпечує [3, с. 224].

От же, даючи загальну характеристику організаційної структури, можна виділити декілька положень, що визначають її значимість:

- організаційна структура фірми забезпечує координацію всіх функцій менеджменту;
- структура організації визначає права і обов'язки (повноваження і відповідальність) на управлінських рівнях;
- від організаційної структури залежить ефективна діяльність фірми, її виживання і процвітання;
- структура, прийнята в даній конкретній фірмі, визначає організаційну поведінку її співробітників, тобто. стиль менеджменту і якість праці колективу.

Література: 1. Майталь Ш. // Экономика для менеджеров .Учебник.-пер.с англ. – М.: Инфа-М, 1993. – 306. 2. Румянцева К.Р. //Менеджмент в організації. – М.: УЦ Перспектива, 2003, – 321с. 3. Ховард К., Коротков О. Принципы менеджмента: Учебное пособие – М.:Инфа –М, 1996. – 224с.

## АКТУАЛЬНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ В УКРАЇНІ

Здобувач вищої освіти Міщанин Є. Ю.

*Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»*

Актуальність теми полягає в тому, що за останнє десятиліття спостерігається зростання наукового інтересу до досліджень становлення та розвитку креативних індустрій, що в свою чергу потребує більш детального розгляду нової креативної економіки з позицій її впливу на нарощування креативного потенціалу національного та міжнародного економічного простору.

Даною проблематикою займаються багато вітчизняних науковців та практиків, серед яких Л. Антонюк, О. Мельничук, М. Скиба, І. Турський, А. Харламова та багато інших.

Сьогодні важливість креативних індустрій визнається майже всіма урядами світу.

Креативні індустрії – це сукупність поглядів, ідей, тенденцій і напрямів сучасного розвитку економіки, що характеризується органічним поєднанням та використанням знань, інформації та творчості (креативності).

Ключовими характеристиками креативних індустрій є те, що вони:

- сприяють зниженню рівня безробіття завдяки самозайнятості населення, коли головною цінністю будуть креативні ідеї, які здатні приносити дохід;
- орієнтовані на малий, а не на великий бізнес;
- стирають кордони між країнами завдяки міжнародному співробітництву через ефективне використання Інтернет-технологій.

У 2017 році із 16,4 мільйонів зайнятих громадян близько 2,9% осіб задіяні в сферах креативної економіки. Вони приносять країні приблизно 4,4% ВВП. До трійки лідерів потрапили:

1. IT-технології, де задіяні близько 100 тис. осіб, які приносять приблизно 81 млрд. грн. доходу.
2. Архітектура, дизайн та мода, де працює 6,5 тис. осіб, що приносять 17 млрд. грн. доходу.
3. Медіа, де зайняті 14 тис. осіб, річний дохід від діяльності яких складає біля 200 млн. грн.

Серед креативних послуг, гідно представлених Україною в Європі є: інформаційні технології, веб-дизайн, архітектурні та дизайнерські рішення.

Науковці з'ясували, що для забезпечення розвитку креативного сектора, необхідно органічно поєднати п'ять ключових напрямів діяльності:

- 1) функціонування професійних мереж та асоціацій;
- 2) зміцнення організаційного потенціалу, що можливо забезпечити шляхом налагодження системи безперервної освіти;
- 3) удосконалення та розвиток бізнес інкубаторів;
- 4) створення креативних кластерів і хабів;
- 5) інтернаціоналізацію інноваційних індустрій.

Україна вже робить перші кроки в розвитку креативної економіки, зокрема в рамках Доктрини збалансованого розвитку «Україна-2030» зазначено, що розвиток креативної економіки є одним із драйверів економічного розвитку країни. Доктрина передбачає створення умов для досягнення економічного зростання України не менше 10-15% у рік, щоб до 2030 року вона увійшла до тридцятки найбільших розвинених країн світу. Визначальним фактором і каталізатором економічного зростання національної економіки може бути тільки людський капітал, а тому пріоритетною є нова соціально-орієнтована модель розвитку, вищою цінністю в якій є людина, а головною рушійною силою – її креативний потенціал.

Вплив креативності на економіку характеризується створенням нових робочих місць, інвестиційною привабливістю міст і проектів та здатністю ефективно використовувати інвестиції, створенням доданої вартості шляхом органічного поєднання представників традиційних і креативних індустрій.

## **ОСОБЛИВОСТІ ОЦІНКИ ПРИНЦИПУ БЕЗПЕРЕРВНОСТІ В ПРАКТИЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ**

Д-р екон. наук, проф. Назаренко І. М.  
*Сумський національний аграрний університет*

Економічні, політичні виклики, форс-мажорні обставини не створюють сприятливої платформи для діяльності та розвитку підприємств. Відтак, реалії сьогодення актуалізують питання проведення своєчасної та якісної діагностики, яка дозволить ідентифікувати ряд труднощів, які реально загрожують бізнес-суб'єктам функціонувати та розвиватися на безперервній основі. Безперервність - один з домінуючих принципів бухгалтерського обліку, аудиту та економічної безпеки. В науковому соціумі, нормативних документах існує значна кількість підходів щодо інтерпретації принципу безперервності.

Розглядаючи безперервність в якості основного принципу функціонування системи забезпечення економічної безпеки, ідеологія полягає в тому, що система забезпечення економічної безпеки підприємства повинна мати безперервний характер. Це обумовлено тим, що в умовах ринкової економіки небезпеки, загрози та ризики мають перманентний характер [1, С. 42].

Згідно вимог Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» [4] принцип безперервності передбачає, що оцінка активів та зобов'язань підприємства здійснюється виходячи з припущення, що його діяльність буде тривати й надалі. Водночас, у відповідності до вимог Концептуальної основи фінансової звітності [2], основоположним припущенням щодо безперервності є те, що фінансові звіти складаються на основі припущення, що суб'єкт господарювання є безперервно діючим і залишатиметься діючим в осяжному майбутньому. В МСА 570 (переглянутий) «Безперервність діяльності» зазначено, що згідно з припущенням про безперервність діяльності, як основи для бухгалтерського обліку, фінансова звітність складається на основі припущення, що суб'єкт господарювання є діючим на безперервній основі та продовжуватиме свою діяльність в осяжному майбутньому [3].

В даному контексті доцільно стверджувати, що принципу безперервності притаманна міждисциплінарність, а головний акцент в інтерпретації здійснюється на припущенні про безперервну діяльність в стратегічній перспективі. Означуване посилює актуальність систематизації підходів до діагностики дотримання принципу безперервності в діяльності підприємств з позиції практичного аспекту. Зважаючи на основоположність принципу безперервності в практиці, слід зазначити, що в сучасних динамічних умовах актуалізується необхідність розширення оціночних позицій, які базуватимуться на застосуванні відповідних процедур, спрямованих на оцінку можливості функціонування підприємств на безперервній основі в стратегічній перспективі, яка враховуватиме ефективність використання наявного потенціалу бізнес-суб'єкта, його незалежність та реальну можливість до розвитку. Відповідна оцінка в даному контексті буде обґрунтована з міждисциплінарної позиції з акцентуванням уваги на забезпеченні безпеки бізнесу. Враховуючи факт, що в сучасних прозорих умовах ведення підприємницької діяльності істотно розширився перелік підприємств, які повинні оприлюднювати річну фінансову звітність (консолідовану звітність) разом з звітом аудитора, відповідно, позитивним аспектом в даному контексті є те, що обов'язковим розділом звіту аудитора є «Суттєва

невизначеність щодо безперервності діяльності», інформація якого базується на аудиторських доказах, отриманих шляхом практичної імплементації значної кількості аналітичних процедур.

Так, оцінка можливості функціонування підприємства на безперервній основі, яка базується на методологічних засадах незалежного контролю, дозволяє реалізувати комплексний діагностичний процес за результатами якого можна чітко ідентифікувати деструктивні фактори, які здійснюють негативний вплив на рівень економічної безпеки та, у випадку наявності, об'єктивно оцінити тенденції розвитку суб'єкта господарювання. Найсуттєвішим та позитивним результатом застосування такого підходу в управлінській діяльності бізнес-суб'єкта є наступне: *по-перше*, суттєво розширюються та параметрично формалізуються діагностичні індикатори, які базуються на оцінці подій та умов з чітким дотриманням критеріїв їх розмежування (фінансові, операційні та інші), які дозволяють комплексно здійснити прогнозування здатності суб'єкта господарювання продовжувати свою діяльність на безперервній основі; *по-друге*, виявляються чинники, які деструктивно впливають на діяльність підприємств в стратегічній перспективі; *по-третьє*, забезпечується достовірна інформаційна підтримка управлінського процесу; *по-четверте*, зовнішні аудитори можуть скоординувати роботу відділу внутрішнього контролю бізнес-суб'єкта з позиції досліджуваної проблематики, а також забезпечити генерування та подальшу внутрішню імплементацію комплексу контрольних процедур, які забезпечать ідентифікацію подій, що ставлять під сумнів можливість суб'єкта господарювання продовжувати свою діяльність на безперервній основі.

Крім того, означувана проблематика актуалізує необхідність пошуку та імплементацію нових інструментів та методів діагностики можливості дотримання підприємством принципу безперервності, що передбачає доцільність застосування у практичній площині аналітичного інструменту – математичного апарату, який базуватиметься на когнітивних методах, які створять можливість на основі реалістичної оцінки провести адаптивне прогнозування економічного розвитку підприємства.

З метою усунення фрагментарності в діагностичному процесі доцільно застосовувати методи якісного аналізу, які базуватимуться на аналізі інформації та методах збору додаткової інформації, а також методи кількісного аналізу. Ще одним важливим аспектом в діагностичному процесі є оцінювання одночасності дотримання принципу безперервності та інших домінуючих принципів функціонування систем забезпечення безпеки бізнес-суб'єкта.

Беззаперечним є факт, що в сучасних ускладнених умовах перелік означуваних заходів в досліджуваному контексті не є кінцевим, а тому кожний суб'єкт господарювання повинен розробляти власний підхід організації діагностичного процесу, результати якого дозволять моделювати оптимальний сценарій розвитку, ідентифікувати інструменти та механізми, які забезпечать комплексну імплементацію взаємоузгоджених стратегічних управлінських ініціатив для досягнення цілей щодо діяльності підприємства на безперервній основі.

Література: 1. Гнилицька Л. Теоретико-методологічний інструментарій формування системи забезпечення економічної безпеки підприємства. *Бухгалтерський облік і аудит*. 2013. № 9. С. 37 – 45. 2. Концептуальна основа фінансової звітності IASB: стандарт: Концепція від 01.09.2010 р. URL: [http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/929\\_009/page2](http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/929_009/page2). 3. Міжнародні стандарти контролю якості, аудиту, огляду іншого надання впевненості та супутніх послуг. Видання 2016-2017 р. Міжнародна федерація бухгалтерів. Аудиторська палата України. Київ. 2018. Ч.1. 1142 с. 4. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні : Закон України від 16.07.1999 № 996-XIV. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/996-14>.

## ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ АУТСОРСИНГУ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Аспірант Назаренко С. М.

*Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»*

Важливим моментом при прийнятті рішень про впровадження інформаційних технологій є розуміння переваг таких кроків та доцільність аутсорсингу з точки зору різних методичних підходів до оцінки його ефективності.

Так, деякі вчені вважають, що використання аутсорсингу зводиться до того, що підприємство зосереджує всі ресурси на основному виді діяльності і передає інші функції надійному партнеру.

Водночас існують тези про те, що оцінювати доцільність аутсорсингу необхідно шляхом визначення зміни витрат підприємства при переході на аутсорсинг та проводити аналіз фінансово-економічної ефективності різних сценаріїв аутсорсингу шляхом імітаційного моделювання з використанням методу Монте-Карло.

Для розуміння проблеми оцінки ефективності визначимо поняття ефекту аутсорсингу. Під показником ефекту аутсорсингу вважають різницю між витратами у випадку здійснення процесу власними силами й витратами у випадку передачі його сторонній організації або порівняння собівартості реалізації визначеного процесу (функції аутсорсингу) власними ресурсами із сукупними поточними витратами з собівартістю за умови купівлі цієї послуги в аутсорсера.

Також ефективність аутсорсингу для замовника визначається як різниця між інвестиціями, які потрібно було здійснити для виконання замовлення власними силами та виплати виконавцю за виконання замовлення.

Дана методика є цікавою, однак має суттєві вади: до складу витрат в обох випадках можуть відносити різні види та статті витрат, що впливає на формування комплексного показника.

Більше показників враховує методичний підхід, пов'язаний із розрахунком коефіцієнта ефективності аутсорсингу — з урахуванням витрат на здійснення процесу власними силами, кількості робочих годин за місяць, вартості аутсорсингових послуг та коефіцієнта ризику.

Розрахунок коефіцієнта економічної доцільності аутсорсингу, враховує:

- коефіцієнт економічної доцільності аутсорсингу;
- індекси ринкової стійкості підприємства з урахуванням аутсорсингу та ринкової стійкості підприємства без урахування аутсорсингу;
- річний обсяг продажу продукції;
- питому вагу чистого прибутку від продажу;
- імовірність успіху бізнес-операції, яка варіюється в межах шкали успіху;
- тривалість розрахункового періоду на здійснення бізнес операцій;
- майбутні витрати на здійснення бізнес операцій; сукупні можливі ринкові втрати тощо.

В основі таких розрахунків є застосування методики економічного аналізу. Вона дає можливість використання різних видів вимірників (кількісних, грошових, натуральних), дає конкретне значення для порівняння ефективності. Проте дана методика має певні недоліки, зокрема, використання прогнозованих показників може вплинути на точність розрахунків, а також унеможливити врахування всіх витрат, які можуть виникнути при співпраці з аутсорсером.

Очевидно, що фахівці підприємств будуть оцінювати переваги і вади використання аутсорсингу перед тим як прийняти рішення про співробітництво з аутсорсерами. Мета використання аутсорсингу підприємствами є зрозумілою: підвищити свою конкурентоспроможність через збільшення доходів та зменшення

видатків.

Охарактеризовані підходи до оцінки ефективності аутсорсингу базуються на її кількісних показниках. Однак, не менш важливим показником ефективності аутсорсингу є якість. Зміна показників якості виконуваних функцій є орієнтиром доцільності запровадження аутсорсингу на підприємствах.

Потреба оцінювати якісні характеристики застосування аутсорсингу сприяла появленню методичного підходу оцінювання на основі зміни якості виконаної функції. Основним критерієм визначення ефективності аутсорсингу є позитивна зміна якості сфери діяльності, що передана на виконання зовнішньому суб'єкту. Реалізація цього підходу дає змогу оцінити позитивні та негативні результати впровадження аутсорсингу на рівні якісних показників виконання функції (підвищення кваліфікації, зниження штрафних санкцій тощо).

Також заслуговує уваги методичний підхід, що полягає у визначенні критеріїв і показників оцінювання ефективності аутсорсингу, основна перевага якого полягає в розробленні критеріїв, які характеризують сутність ефективності як економічної категорії. Наприклад, Шестоперов А. поділяє критерії оцінки ефективності аутсорсингу на три групи: зміна витрат на виконання операцій; зміна адміністративних витрат; зміна якості послуг.

Таким чином, даний підхід поєднує в собі кількісні і якісні показники оцінки ефективності аутсорсингу. Однак, реалії сьогодення вимагають оцінки ефективності аутсорсингу не тільки з економічної точки зору, а й враховуючи соціальну складову та ризики його впровадження. Важливими критеріями оцінки аутсорсингу є вартісний, часовий та соціальний. Використання вартісного критерію базується на розрахунку вартісних показників очікуваних економічних переваг і ризиків до та після застосування аутсорсингу (показників прибутку, рентабельності активів і продажу, ринкової вартості, дохідності активів тощо). Водночас часовий критерій передбачає оцінювання ефективності застосування аутсорсингу, а також передбачення коротко-, середньо- та довгострокових ризиків. Необхідність оцінювання впливу аутсорсингу на соціально-економічне становище персоналу організації, що вимірюється відповідними показниками (величини оплати та інтенсивності праці, чисельності вивільнених або переведених працівників, а також неповної їхньої зайнятості) зумовило введення соціального критерію.

Отже, аналіз наведених підходів свідчить про те, що аутсорсинг буде ефективним в разі коли працівники підприємства сконцентровані на основному виді діяльності, фахівці підприємства постійно контролюють витрати, здійснюється забезпечення прозорості бізнес-процесів і високого рівня їх гнучкості у випадку зміни попиту, а також враховані часовий та соціальний фактор впровадження інформаційних технологій.

Література: 1. Щербан В. В. Оценка экономической эффективности ИТ-аутсорсинга на предприятии [электронный ресурс] / В. В. Щербан // Экономика и менеджмент инновационных технологий. – 2012. – Режим доступа: <http://ekonomika.snauka.ru/2012/06/1128>. 2. Лігоненко Л. О. Аутсорсинг як інструмент оптимізації та підвищення ефективності бізнесу /Л. О. Лігоненко, Л. В. Фролова // Менеджмент. – 2005. – № 6(48). – С. 115-125. 3. Синяев В. В. Экономическая целесообразность аутсорсинга / В. В. Синяев // Маркетинг. – 2006. – № 3(88). – С. 94–98. 4. Шестоперов А. М. Концепция аутсорсинга и возможности ее применения в деятельности органов государственной власти / А. М. Шестоперов // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. –2009. – № 19. – С. 56–58. 5. Забродська Л. М. Аутсорсинг – один із напрямів стратегічного розвитку інструментів сучасного менеджменту / Л. М. Забродська // Вісник післядипломної освіти. – 2015.

## ВДОСКОНАЛЕННЯ ЗБУТОВОЇ ПОЛІТИКИ В ОПТОВІЙ ТОРГІВЛІ В УМОВАХ НЕСТАБІЛЬНОГО СЕРЕДОВИЩА

Ас. Носаченко О. А.

*Одеський національний економічний університет*

В умовах нестабільного зовнішнього середовища збутова політика потребує вдосконалення та корегування. Робота підприємств оптової торгівлі в умовах економічної і соціальної кризи схильна до істотних ризиків і тільки вміння перебудуватися на нові рейки, дозволяє підприємствам продовжувати успішно функціонувати. Важливу роль в такому випадку має креативний підхід в господарюванні і прийнятті рішень.

Поняття «креативна економіка» запропоновано Дж. Хоукінсом - архітектором, професором Шанхайської школи креативності та членом Консультаційної Ради з креативної економіки ООН, який стверджував, що креативна економіка - це одна з перших видів економіки, де уява і винахідливість вирішують, що люди хочуть зробити і що вони хочуть купити [1]. З розвитком даного напрямку в економіці, стали розвиватися такі великі сектори: прикладне мистецтво, дизайн та архітектура, ІТ-технології, індустрія розваг, література, музика, кінематографія, ЗМІ та реклама [2].

Виходячи з цього, найважливішою метою збутової діяльності для підприємства є отримання максимально можливого прибутку від реалізації виробленої продукції, що безпосередньо залежить від обсягів збуту, як в натуральному, так і вартісному виразі. Одностайність всіх економічних дослідників в ракурсі важливості збутової діяльності відображена наступною думкою: «...стійкий комерційний успіх на цільовому ринку характеризується розмірами і стабільністю прибутку, отриманого в результаті реалізації на цьому ринку товарів і послуг кінцевому споживачу, тобто організації ефективної системи збуту» [3]. В сучасних умовах важливим елементом ефективної організації збуту є розробка збутової політики як певної поведінкової філософії або загальних принципів діяльності, яких фірма збирається дотримуватися у сфері побудови каналів розподілу свого товару і переміщення товарів у часі і просторі. В даному випадку, креативність полягає у акцентуванні на маркетингові аспекти, вдосконалення управління, яке базується на запровадженні комплексу заходів, спрямованих на організацію дієвої та результативної збутової мережі з метою підвищення ефективності продажу продукції; комплексу принципів і методів, що використовується керівництвом для організації та управління збутовою діяльністю підприємства.

Для оптової торгівлі, яка охоплює будь-яку діяльність у справі продажу партій товарів та послуг тим, хто купує їх для подальшого перепродажу (роздрібна торгівля) або професійного використання (промислові підприємства, організації, установи) чи у вигляді взаємних продаж серед організацій оптової торгівлі, вагомим є процес формування каналів розподілу й вибору оптових посередників, відповідальність за маркетинг усієї продукції виробника.

Загальні проблеми оптової торгівлі в Україні переважно зводяться до того, що на тлі зростання кількості підприємств відсутні якісні перетворення, збільшилося число ланок в русі товару, що ускладнює всі види його контролю. До того ж, підвищилася кінцева вартість товарів; відсутній чи недосконалий набір послуг, особливо он-лайн тощо.

До настання економічної кризи 2020 р. в Україні спостерігалась тенденція до зростання темпу оптового продажу закордонних товарів та недостатні темпи продажу товарів вітчизняного виробництва, поряд зі збільшенням обсягу оптового товарообігу вітчизняних виробників за останні десять років.

В умовах економічної кризи важливою передумовою ефективного функціонування підприємства виступає оптимальна цільова орієнтація підприємства і його конкурентоспроможне позиціонування. У зв'язку з цим необхідним стає

використання стратегічного STP-маркетингу у збутовій діяльності підприємства. Процес STP-маркетингу тісно пов'язаний з першим етапом стратегічного маркетингового управління – збутом, а саме, стратегічним маркетинговим плануванням збуту, який охоплює три стадії, що базуються на сегментуванні ринку, виборі цільового ринку і власного позиціонування на ринку [4, с. 52].

Маркетингове планування збуту є найбільш важливим етапом управління збутовою політикою, оскільки від ефективності планування залежить подальша результативність усієї системи управління підприємством. Діагностика процесу маркетингового планування збуту передбачає здійснення послідовності таких дій:

- оцінка нестабільності макросередовища підприємства;
- оцінка нестабільності середовища безпосереднього оточення;
- визначення стадії життєвого циклу підприємства;
- аналіз життєвого циклу бізнесу;
- аналіз цільового ринку;
- вибір стратегічного напрямку;
- розробка системи цілей ц сфері збуту;
- розробка системи маркетингових стратегій управління збутом.

Сукупність дій зовнішніх факторів формує певний рівень нестабільності зовнішнього середовища і як наслідок цього, доцільність застосування на підприємстві певної системи управління.

Для оптових підприємств конкретних товарів фактично сформувався ринок споживача, але з введенням карантину, ця система набула збоїв. Проблема частіше полягає не у відсутності нових методів здійснення та організації збуту, а в ментальності виконавців, їхньому небажанні оперативно вчитися новому і працювати по-новому. Зараз склались відповідні умови саме для вдосконалення системи управління збутом на підприємствах оптової торгівлі. При вдосконалюванні політики збуту на підприємстві, слід розв'язати кілька питань, що стосуються вибору каналів реалізації продукції, стратегії охоплення ринку, комунікаційної стратегії й методів стимулювання збуту. Усі організаційні розв'язки по збутовій політиці фірми повинні бути прийняті тільки після глибокого аналізу існуючої ситуації й націлені на виконання конкретних завдань.

Отже, в умовах функціонування сучасного цивілізованого ринку саме оптова торгівля повинна стати важелем для стимулювання зростання ефективності виробництва та більш повного задоволення потреб споживачів.

Література: 1. Creative Economy Report 2013 by UNESCO. URL: <http://www.unesco.org/culture/pdf/creative-economy-report-2013.pdf> 2. Артамонов А. Ю. Креативная экономика: сущность, понятие и представление. Молодежный научный форум: Общественные и экономические науки: электр. сб. ст. по мат. XLI междунар. студ. науч.-практ. конф. № 1(41). URL: [https://nauchforum.ru/archive/MNF\\_social/1\(41\).pdf](https://nauchforum.ru/archive/MNF_social/1(41).pdf) 3. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. Экспресс-курс. 2-е изд. Пер. с англ. под ред. С. Г. Божук. / Ф. Котлер. – СПб.: Питер, 2006. – 464 с. 4. Куденко Н. В. Стратегічний маркетинг: навч. посібник/Н. В. Куденко. – 2-ге видання. – К.: КНЕУ, 2006. – 152 с.

## **ИННОВАЦИОННЫЕ КЛАСТЕРЫ В ЭКОНОМИКЕ**

Д-р екон .наук, проф. Носова О. В., канд. екон. наук, доц. Носова Т. Ю.  
*Харковский национальный университет имени В.Н. Каразина*

Формирование инновационных кластеров в стране рассматривается в качестве основы стимулирования технологического прорыва государства. В 90-е годы XX века в индустриально развитых странах сформировался феномен так называемой "новой экономики". После продолжительного периода низких темпов роста ВВП произошел



переход, отмеченный значительным ростом производительности труда, достижением экономической динамики во всех секторах экономики. Эти изменения связываются со структурными преобразованиями 80-90-х годов XX века, бурным разворачиванием информационной революции и увеличением доходов транснациональных корпораций в условиях быстро развивающейся экономики. Развитие мировых информационных и коммуникационных сетей стимулирует взаимозависимость национальных хозяйств. Следовательно, процесс глобализации экономики и информационно-коммуникационные технологии тесно взаимосвязаны. Увеличение доступа к информации и коммуникациям стимулировало глобализацию производства. В свою очередь процесс глобализации повышает экономическую эффективность использования возникающих «хай-тек» укладов.

Изменения индустриальной структуры глобальной экономики способствовали консолидации инвестиционных ресурсов, наукоемких технологий, производственного капитала и привели к возникновению крупных национальных и интернациональных компаний, включающих дочерние компании и стратегические альянсы. Распространение таких перспективных форм организации производства, как кластеров и организационных полей, определяет новые тенденции в развитии экономических отношений в глобальной экономике. Кластеры рассматриваются как совокупность географически взаимосвязанных компаний, характеризующихся общностью деятельности и взаимодополняющих друг друга. Преимуществами функционирования кластеров является комбинирование воздействия трех эффектов: масштаба, охвата и синергии, позволяющих неприбыльным предприятиям кластера преодолевать нижнюю границу рентабельности путем повышения производительности труда и снижения себестоимости продукции [1, С. 25]. Распространению инноваций способствует развитие горизонтального типа организации сетей, объединяющего фирмы в кластере.

Кластером называют сеть поставщиков, производителей, потребителей, элементов промышленной инфраструктуры, научно - исследовательских институтов, взаимосвязанных в процессе создания добавочной стоимости. По своей сущности кластеры – это совокупность различных предприятий и организаций, связанных партнерскими отношениями во всей технологической цепочке от добычи сырья до потребления продукции и услуг.

Кластеры определяются как совокупность предприятий, объединенные вокруг основной компании, которая образует ядро. Внутри сетей или кластеров, функционирующих в соответствующей среде, финансовые средства не перераспределяются между участниками процесса, а происходит согласование управления финансовыми потоками. В сетях и кластерах выстраиваются отношения внутри всей группы. Совокупность предприятий совместно с их обслуживающими фирмами и финансовыми институтами согласовывает определенные правила, которые все участники процесса выполняют.

Результатом сотрудничества фирм, работающих в одном сегменте рынка и связанных технологической цепью, взаимовыгодным для каждой из них, является обмен информацией о поставщиках, потребителях, обмен идеями о совместной работе, что способствует расширению клиентской базы и росту масштабов производства. Следовательно, сотрудничающие между собой фирмы используют навыки, приемы и технологии. Следовательно, возможности фирмы могут быть значительно расширены, если удастся достичь синергетического эффекта между различными технологическими культурами.

В настоящее время затраты на проведение исследований и внедрение инноваций растут достаточно быстро и выходят за пределы возможностей одного предприятия. Объединение и сотрудничество в рамках такого объединения может помочь разделить высокие затраты и риски инноваций между участниками сети.

В силу постоянных и быстрых изменений в технологиях и колебаний на рынках предприятия вынуждены увеличивать расходы на НИОКР. Сотрудничество в рамках сети повышает возможности каждого предприятия получать информацию о новых технологиях, методах создания новых технологий и о том, как технологии могут влиять на повышение конкурентоспособности бизнеса. Предприятия заинтересованы в эффективной адаптации своей организационной структуры к новым условиям.

Сложность восприятия персоналом предприятий технологических явлений, широкий диапазон научных и коммерческих знаний создает потребность в сотрудничестве между фирмами, работающими в различных областях знаний. Расширение интеграции между предприятиями направлено на преодоление этой проблемы за счет использования функций дополнения и специализации. В рамках межрегиональных сетей, интернационализация положительных достижений через сотрудничество в информационной сфере приводит к повышению эффективности и увеличению общих расходов фирм. В случае инновационного кластера эти преимущества усиливаются за счет включения в число его участников организаций из разных областей знаний, а также за счет более тесной взаимозависимости и связей между ними [2, С. 24].

Поддержка создания новых компаний (например, в сфере высоких технологий) рассматривается как важнейшее направление в создании «хай-тек» укладов. С одной стороны, более 50% продуктов научных исследований, которые будут существовать через 10 лет, еще не разработаны, и для большей части из них не существует и компаний, которые будут их производить. С другой стороны, небольшие компании являются дополнительным источником создания рабочих мест и обладают возможностями быстрой адаптации к рыночным изменениям. Следовательно, для активизации точек экономического роста следует стимулировать создание и развитие новых инновационных компаний (например, создание бизнес инкубаторов, развитие венчурного финансирования с привлечением финансовых средств из бюджетов территорий, предоставление правовых, экономических, финансовых и управленческих услуг и пр.). В большинстве случаев применение данного инструмента более востребовано, когда необходимо проведение диверсификации или реструктуризации экономики территории, хотя он может быть использован и в иных случаях [3, С. 44].

Формирование инновационных кластеров экономики следует рассматривать в качестве главной цели целевых программ государства, направленных на индустриальное развитие экономики. Выделение инноваций в качестве национального приоритета обосновано тем, что они являются ключевым фактором повышения конкурентоспособности экономики. При этом данная цель должна достигаться не только за счет государственной поддержки отдельных секторов и отраслей экономики, а путем создания стимулов к инновациям и создания благоприятных условий для выхода национальных компаний на новые рынки. С учетом того, что разработка новой государственной программы соответствующей направленности требует значительных финансовых средств, представляется целесообразным выделение ресурсов в рамках государственного бюджета для стимулирования инноваций и создания инновационных кластеров.

Литература: 1. Гордеев В. А. Тенденция к взаимодействию и сотрудничеству вместо конкуренции: новое подтверждение идей Т.С. Хачатурова // Вестник Московского университета. – Серия 6. – Экономика. – 2007. – № 2. – С. 25-27.  
2. Губанов С. Рост отсталости и отсталость роста // Экономист. – 2005. – № 3. – С. 24-25.  
3. Носова О.В. Инвестиционные перспективы Украины: экономико-правовая модель: монография.– LAP LAMBERT, Academic Publishing.– 2014-306 с.

## ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА ПІД ЧАС ПАНДЕМІЇ КОРОНАВІРУСУ

Канд. техн. наук, доц. Олійник Н. М., студ. Іваненко Д. В.  
Херсонський національний технічний університет,  
канд. екон. наук, доц. Макаренко С. М.  
Херсонський державний університет

Підприємництво, особливо малий бізнес, перевагою якого є мобільність, швидка адаптація, використання інновацій та новітніх технологій, залишається основним фактором соціально-економічних перетворень кожної адміністративно-територіальної одиниці та держави в цілому. Малий бізнес є запорукою демократизації економіки та суспільного життя [1, с. 105].

В таблиці 1 досліджено розвиток вітчизняного підприємництва в динаміці протягом періоду 2010-2018 рр.

Таблиця 1 – Аналіз основних показників розвитку підприємництва в Україні протягом періоду 2010-2018 рр.

Рік	Кількість суб'єктів господарювання			Обсяг реалізованої продукції (товарів, послуг)		
	одиниць	Темп зростання, %		млн. грн.	Темп зростання, %	
		ланцюговий	базисний		ланцюговий	базисний
<b>Суб'єкти середнього підприємництва</b>						
2010	360	-	-	19487,5	-	-
2011	306	85,0	85,0	11221,2	57,6	57,6
2012	362	118,3	100,6	13015,4	116,0	66,8
2013	351	97,0	97,5	20778,9	159,6	106,6
2014	712	202,8	197,8	12742,7	61,3	65,4
2015	307	43,1	85,3	15612,0	122,5	80,1
2016	281	91,5	78,1	14607,8	93,6	75,0
2017	317	112,8	88,1	18538,2	126,9	95,1
2018	419	132,2	116,4	29957,8	161,6	153,7
<b>Суб'єкти малого підприємництва</b>						
2010	1804758	-	-	210930,7	-	-
2011	1325619	73,5	73,5	199994,6	94,8	94,8
2012	1234830	93,2	68,4	243633,8	121,8	115,5
2013	1328392	107,6	73,6	263459,2	108,1	124,9
2014	1590448	119,7	88,1	276299,6	104,9	131,0
2015	1630571	102,5	90,3	381861,3	138,2	181,0
2016	1558880	95,6	86,4	474596,8	124,3	225,0
2017	1466486	94,1	81,3	585798,5	123,4	277,7
2018	1483297	101,1	82,2	730797,2	124,8	346,5

*Джерело:* складено та розраховано авторами на основі даних [2]

Майже всі вітчизняні фізичні особи-підприємці (ФОПи) є суб'єктами малого підприємництва. Проте протягом періоду 2010-2018 рр. їх найбільша кількість спостерігається в 2010 р., а в 2018 р. кількість суб'єктів малого підприємництва зменшилася на 17,8 % порівняно з базовим 2010 р.

Не зважаючи на зазначену негативну динаміку у зміні кількості ФОПів, обсяг реалізованої продукції (товарів, послуг) в 2018 р. збільшився порівняно з

2010 р. як у суб'єктів середнього підприємництва (на 53,7 %, тобто у півтора рази), так і у суб'єктів малого підприємництва (на 246,5 %, тобто майже у 3,5 рази).

Проте в 2020 р. пандемія коронавірусу стала великим шоком для світової економіки і спричинила безпрецедентну кризу не лише у сфері охорони здоров'я, але й у бізнесі. Проте найважче «тримати удар» суб'єктам малого і середнього підприємництва.

В раніше проведених дослідженнях [3, с. 129] зазначалось, що усі негативні наслідки для бізнесу можна поділити на чотири великі групи (рис. 1).



Рисунок 1 – Негативні наслідки для бізнесу від COVID-19

Найбільше постраждали культурно-розважальні заклади, готельно-ресторанний бізнес, туристичні підприємства, підприємства сфери надання косметологічних послуг (від повної зупинки до зменшення доходу на 50-80 %).

Проте є види діяльності, які від карантину навіть виграли. Так, пощастило збільшити дохід деяким продуктовим магазинам, аптекам, сервісам доставлення, продавцям платного контенту, продавцям та постачальникам засобів гігієни, матеріалів для хобі (шиття, в'язання, малювання тощо), приватним няням.

Для запобігання банкрутства малого і середнього бізнесу необхідна державна підтримка. У комплексі заходів державної підтримки бізнесу Україні варто розглянути досвід країн ЄС, які з поміж іншого запроваджують для своїх підприємців гранти та фінансові трансферти, в тому числі субсидії на виплату заробітної плати для найбільш постраждалих підприємств, та їх інформаційно-консультаційну підтримку.

Література: 1. Лысюк В. М. Международный опыт регулирования предпринимательской деятельностью в агропромышленном комплексе / В. М. Лысюк, Н. Н. Олейник, С. Н. Макаренко // Потенциал предпринимательства в Польше и Украине: механизмы регулирования / под общ. ред. Б. В. Буркинського, В. Вежбеньца. – Ярослав-Одесса, 2014. – С. 105-125. 2. Державна служба статистики України. URL: <http://ukrstat.gov.ua>. 3. Олійник Н. М. Структурно-динамічний аналіз розвитку підприємництва в Україні та оцінка бізнес-ризиків від COVID-19 / Н. М. Олійник, С. М. Макаренко, Є. В. Верцях // Інноваційне підприємництво та торгівля: сучасний стан та перспективи розвитку: Збірник матеріалів Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції (16-17 квітня 2020 р.). – Херсон: ХДАУ, 2020. – С. 127-130.

## ТЕХНОЛОГІЯ ЯК ТОВАР

Ас. Опарій Є. О.

*Національний технічний університет "Харківський політехнічний інститут"*

Для досягнення комерційних успіхів на ринку технологій необхідно маркетинг технологій. Перш за все, постає питання: коли може знадобитися маркетинг технологій? Виділимо три групи:

*Власник технології.* Маркетинг може знадобитися в двох випадках: якщо власник хоче продати технологію або використовувати її в якості нематеріальних активів.

*Розробник технології.* Будь-яка розробка вимагає витрат. Маркетинг повинен дати відповідь на питання: які витрати допустимі, можливо, існуючі рішення дешевше та чи прийме ринок нову технологію, чи є у неї комерційні перспективи.

*Інвестор, який працює з новими технологіями.* Інвестора в першу чергу цікавить оцінка комерційної ефективності інновацій, а також оцінка специфічних ризиків і програми їх зниження.

Розуміння потреб споживачів і прагнення до їх задоволення - основа успіху на ринку. Споживачами технологій є фірми, що виробляють товари або надають послуги. Кожна з них працює в своєму конкретному ринковому оточенні, має унікальний набір ресурсів. Природно, що і потреби в технологіях теж різні. Крім того, кожна фірма реалізує власну ринкову стратегію, має свій набір короткострокових і довгострокових цілей. Тому, виявлення потреб конкретної фірми в технологіях має спиратися на аналіз ринку, конкурентного середовища і самої фірми. Найбільш типові потреби виробників:

1. *Низькі витрати.* Мається на увазі весь ланцюжок: маркетинг, розробка товару, виробництво, збут, сервісне обслуговування, утилізація.

2. *Підвищення якості продукції.* Підвищення якості може знадобитися для виходу на інші сегменти ринку або їх створення.

3. *Збільшення частки ринку.* Найчастіше прагнення до збільшення частки ринку, контрольованого фірмою, пов'язане з її ринковою стратегією, оцінкою перспектив ринку, особливостями конкурентної боротьби, з часткою ринку пов'язаний рівень рентабельності.

4. *Збільшення випуску продукції.* "Недовиробництво" так само згубно, як і перевиробництво, - незадоволений попит може переорієнтувати споживачів на продукцію конкурентів і привести до втрати позицій на ринку.

5. *Підвищення іміджу фірми.* Більшість лідерів сучасного ринку ставлять перед собою не тільки комерційні, а й суспільно значимі цілі: екологія, допомога інвалідам, підвищення освіченості суспільства та т.і.

6. *Продовження життєвого циклу товару.* В продовження життєвого циклу товару найбільш зацікавлені лідери ринку в ситуації, коли з'явилися товари-замінники з кращими споживчими властивостями.

7. *Задоволення потреб конкретних споживачів.* До цього прагнуть фірми, що орієнтуються на відносно невеликі сегменти ринку (ринкові ніші), для яких характерні специфічні потреби.

8. *Захист своєї продукції на ринку.* Перш за все, продукцію можна захистити патентами. Цей метод можна застосовувати лише в області легальної конкуренції. Для захисту від підробок, крім заходів поліцейського характеру, можуть бути корисні і нові технології.

9. *Ефективність інвестицій.* Ця потреба означає прагнення компаній використовувати лише ті технології, які мають більш-менш тривалі ринкові

перспективи.

10. *Вихід на нові ринки.* Багато фірм прагнуть до диверсифікації своєї продукції, яка забезпечує більш стабільне і стійке фінансове становище. Для цього є два шляхи: розробка і випуск принципово нових товарів і вихід на вже існуючі ринки.

Ринок технологій порівняно молодий і принципово відрізняється від усіх інших ринків. Традиційні маркетингові підходи не працюють. Причини цього в тому, що технологія як товар не має аналогів. З одного боку, маркетинг технологій спирається на маркетинг звичайних товарів, оскільки, все одно, технології використовуються для товарного виробництва. З іншого боку, це цілком самостійна дисципліна, яка перебуває в стадії становлення.

Будь-яка технологія унікальна, для цього товару не можуть бути застосовні традиційні маркетингові схеми.

В чистому вигляді ці підходи використовувати на ринку технологій неможна. Відмінності технології (як товару) від звичайних товарів:

1. Технологія не є широко тиражованим товаром - продати її можна максимум кільком покупцям.

2. Модифікація технології вельми обмежена. Тому підходи, засновані на прагненні задовольнити потреби усередненого покупця, незастосовні. У кращому випадку можна "підігнати" технологію під потреби конкретної виробничої фірми.

3. Конкуренція технологій вельми специфічна. З одного боку, прямих конкурентів технологія не має. З іншого боку, конкуруючі технології, природно, існують, причому найчастіше виявити їх досить складно.

4. Ціна технології залежить від покупця. Ця особливість є унікальною і не спостерігається в інших товарів. Причини такого становища в тому, що матеріальна складова ціни технології істотно нижче, ніж нематеріальна. Ще одна причина полягає в тому, що продажна ціна технології є компенсацією за ринкові втрати, пов'язані з появою нового конкурента.

5. Споживачами технологій є фірми-виробники, раціональні мотиви у них набагато перевершують емоційні, отже, "просування товару на ринок" істотно дешевше. Втім, цією особливістю володіють всі товари виробничого призначення.

На жаль, на вітчизняному ринку результати інтелектуальної праці не мають великого попиту. Крім того, більшість наших бізнесменів не бачать необхідність платити за ідеї, вони ще не усвідомили перспективність такого підходу. В таких умовах залишається лише два шляхи використання технології - спільне підприємство з іноземним партнером або продаж технології.

У загальному вигляді схему продажу можна описати так: спочатку треба прийняти рішення про продаж технології, потім визначити її місце на ринку, скласти список потенційних "покупців", визначити "ціну" технології в конкретному ринковому оточенні і, нарешті, передати технологію покупцеві.

Література: 1. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент [Текст] / Ф. Котлер; пер. с англ. Т. Виноградовой [и др.] ; под ред. Л. А. Волковой, Ю. Н. Каптуревского. 10-е изд. СПб.: Питер, 2003. 749 с. 2. Економіка підприємства: магістерський курс [Електронний ресурс]: навч. посібник / А. И. Яковлев [та інші]; ред.: А. И. Яковлев, Л. С. Ларка; Нац. техн. ун-т "Харківський політехнічний інститут". – Електронна версія. текстові данні Харків, 2018. - 515 с. 3. Економіка підприємства: конспект лекцій: для студ. усіх форм навчання спец. 152 – "Метрологія та інформаційно-вимірвальна техніка" / уклад.: О. О. Гаврись, М. О. Гаврись, Є. О. Опарій; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т". – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – 75 с.

## КРЕАТИВНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО В СУЧАСНОМУ ЕКОНОМІЧНОМУ ПРОСТОРИ УКРАЇНИ

Канд. техн. наук, доц. Остапенко А. С.,  
*Херсонський національний технічний університет*

Креативне підприємництво – унікальний сектор економіки, який працює на перетині культури, інновацій, технологій і бізнесу (креативний бізнес, цифрові інновації та креативні хаби), в якому виробляють продукти та послуги, які мають культурний характер і капіталізують інтелектуальну власність.

Креативне підприємництво застосовано в будь-яких сферах бізнесу і поєднує: аудіовізуальну творчість, архітектуру, моду, образотворче мистецтво, кінематограф, хореографію, видавничу справу, туризм, дизайн, ремесла тощо. Загалом до креативного підприємництва відносять всі галузі діяльності та виробництва, які мають на увазі обов'язковий творчий підхід і пошук нових, нестандартних рішень.

Креативне підприємництво виникло внаслідок поширення комунікації та глобалізації і засноване на знаннях, інформації та емоціях.

До чинників виникнення креативного підприємництва в Україні і у світі можна віднести:

- зміну структури зайнятості;
- розширення переліку «вільних професій»;
- особливості міського способу життя;
- прагнення до міжособистісної комунікації;
- розвиток інформаційних технологій тощо.

Вищезгадані чинники призводять до виникнення сучасних моделей співпраці у креативній економіці, таких як коворкінг, ревіталізація, креативні хаби, креативні кластери тощо. Концентрація на певній території незалежних працівників креативної індустрії (фрілансерів, бізнесменів, митців, художників, дизайнерів, веб-дизайнерів, програмістів) має позитивний вплив на розвиток території, де створюється «ядро креативу», здатне об'єднати навколо себе чималу кількість працівників креативних індустрій, що дозволить проводити виставки, мистецькі заходи, фестивалі або ж реалізовувати нові стартапи, творчі або бізнесові проекти тощо. З іншого боку, ревіталізація закинутих об'єктів промисловості, наприклад, шахт, заводів, промислових зон, старих трамвайних депо, з метою реалізації там коворкінгів, арт-кластерів, хабів, арт-інкубаторів, сприятиме ефективному використанню наявних закинутих ресурсів, яких є досить багато [2, с. 20].

Як вже зазначалось, важливу роль у креативній економіці відіграють нові технології в різних сферах життєдіяльності та аналіз існуючих та відкриття нових знань. В рамках креативної економіки створюються нові парадигми і моделі бізнесу. При цьому частка внеску креативного підприємництва у ВВП країни становить близько 4%, а це вдвічі більше ніж частка будівництва. Креативне підприємництво забезпечує близько 3% робочих місць. Також важливо відзначити, що на сьогоднішній день саме креативне підприємництво створює найбільш високооплачувані робочі місця [1].

Зауважимо, що ринок праці у сучасних умовах характеризується процесами інформатизації та віртуалізації. Комп'ютерні та Інтернет-технології стають основним знаряддям праці сучасного працівника, в той час, як традиційні, пов'язані з фізичною працею, відходять на інший план та їх використання змінюється роботизацією. Наведена тенденція є особливо актуальною під час пандемії, адже в умовах карантину майже всі підприємці були вимушені вишукувати нові сфери реалізації бізнесу. Адже, креативне підприємництво в корені відрізняється від звичних норм роботи, воно вимагає великих навичок, мобільності і здатності постійно вчитися та вдосконалюватися.

Інноваційне підприємництво в креативному секторі економіки сьогодні – це

громадський техніко-економічний процес, який сприяє створенню кращих в своєму класі товарів, послуг або технологій шляхом комерційного використання інновацій. Інноваційна діяльність бізнес-структури може бути представлена революційними нововведеннями, що призводять до незворотних змін існуючого порядку речей у світовому масштабі. Важливим моментом є диференціація інновацій на соціально-економічні, управлінсько-організаційні та суто технологічні. У зв'язку з цим до найважливіших галузей нововведень відносять такі: товари та послуги; технології виробництва; організація та методологія роботи; способи доставки товарів чи послуг; засоби інформування клієнта щодо продукції; механізми управління відносинами всередині підприємства, що потребують динамічної творчості [3, с. 501].

Саме в креативному підприємстві має бути зацікавлена будь-яка держава. Державні програми підтримки повинні бути спрямовані не на підприємство взагалі, а саме на креативне підприємство. Незаперечним фактом є необхідність в існуванні найрізноманітніших соціально значущих підприємств торгівлі, масового харчування, підприємств служби побуту та багатьох інших подібних малих підприємницьких структур [4, с. 50]. Адже для еволюційного розвитку держави найбільш значущими є саме креативні інноваційні підприємницькі структури.

Щодо України, то лідерами щодо впровадження та функціонування креативного підприємства є м. Київ, Харківська, Львівська, Дніпропетровська області, аутсайдерами є Кіровоградська та Чернівецька області. Але необхідно зауважити, що в Україні є досить високий потенціал щодо функціонування та подальшого розвитку креативного підприємства.

Таким чином, в умовах стрімкого зростання турбулентності в геополітиці та нових глобальних викликів в соціальній сфері виникає необхідність переосмислення економічної політики країни. Проведення структурних реформ та багатократного підвищення уваги до креативних інновацій сприятиме зростанню темпів відновлення економіки країни.

Побудові принципово нової економічної системи країни допоможуть наука та освіта, унікальні знання та набуті компетентності. Так за допомогою розширення сфери інновацій, розвитку креативних індустрій і інтелектуального капіталу можна сприяти зменшенню залежності економіки від природних ресурсів, при чому її розвиток буде залежати лише від висококласних креативних фахівців та сміливих інноваційних ідей.

Література: 1. Букацелі А. В. Креативне підприємство як ресурс економіки / А. В. Букацелі // Ефективна економіка. – 2018. – № 6. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6426>. 2. Пастернак О. І. Креативні екосистеми у стратегічній перспективі соціально-економічного розвитку територіальних громад / О. І. Пастернак, М. О. Карп'як // Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України. – 2017. – Вип. 6 (128). – С. 20-23. 3. Ткачук О. М. Креативність у підприємницькій діяльності / О. М. Ткачук // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2015. – Вип. 7. – С. 500-503. 4. Чечетова Н.Ф. Креативне підприємство – основа креативної економіки країни та її регіонів / Н.Ф. Чечетова, Т.М. Чечетова-Терашвілі // *Wschodnioeuropejskie Czasopismo Naukowe (East European Scientific Journal)*. – 2019. – № 9 (49). – С. 47-52.

## **КОНТРОЛІНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА**

Охріменко І. М.,  
науковий керівник канд.екон.наук, доц. Литовченко О. Ю.  
*Харківський національний університет міського господарства  
імені О.М. Бекетова*

В умовах розвитку нових підходів до управління необхідно переглянути концепції в області моніторингу стану і динаміки розвитку підприємства з метою завчасного попередження про небезпеку і прийняття необхідних заходів протидії і



захисту. Виникає необхідність не просто в виборі нових інструментів і методів менеджменту, а в концептуально новому підході, що позиціонує підприємство в соціально-економічному просторі як центрі перетину інтересів різних суб'єктів і інститутів, цілі діяльності якого визначаються не стільки отриманням власної вигоди, скільки гармонізовані з цими інтересами [1]. Одним з напрямків, що сприяють підвищенню адаптивності підприємств до змін зовнішнього середовища є впровадження в систему бізнесу підсистеми контролінгу та розробка заходів щодо підвищення його ефективності.

В останні часи склалися найбільш сприятливі умови для реалізації механізмів контролінгу. Власники підприємств зацікавлені в своєму виживанні і розвитку, тому вважають за краще пред'являти підвищені вимоги до якості інформаційної підтримки управління та реальності оцінки ефективності господарської діяльності. Удосконалення систем формування інформації про витрати і фінансово-економічних результати, а також впровадження нових контрольно-інформаційних систем управління розвитком підприємства з урахуванням досвіду країн з найбільш ефективною ринковою економікою дозволяють вирішити багато актуальних проблем обліку, контролю та аналізу господарської діяльності, підвищення конкурентоспроможності та прибутковості підприємств [2].

На сьогоднішній день можна зустріти велику кількість визначень терміна «контролінг», але одностайного розуміння цього поняття немає. Під ним вбачають багатофункціональну концепцію (систему), що забезпечує методологічну, координаційну та методичну допомогу дій управління підприємством. В економічному сенсі контролінг – це спостереження і керування. З огляду на те, що ефективно управління підприємством неможливо без визначення цілей, планування і бюджетування для досягнення цілей, контроль показників і аналіз відхилень. Система контролінгу включає в себе заходи з планування, регулювання і контролю, що здійснюються на базі безперервного потоку інформації.

Контролінг забезпечує методичну та інструментальну базу для здійснення основних функцій управління (менеджменту): планування, організації, керівництва, мотивації і контролю, а також служить допоміжним інструментом для адекватного розуміння ситуації всередині організації для прийняття оперативних і стратегічних управлінських рішень. Тому в дослідженнях і аналізі стану економічної безпеки підприємства, ми вважаємо за необхідне і доцільне використовувати систему контролінгу. Саме контролінг здатний виявляти загальні системні закономірності виникнення ризиків і загроз незалежно від їх функціональної змістовності, визначати шляхи оптимального управління з метою обмеження руйнівних наслідків, що дає можливість нейтралізувати ризики, запобігти загрозам і тим самим забезпечити безпеку економічної діяльності організації на мікрорівні.

Контролінг повинен охоплювати всю організаційну структуру, відповідно до якої розподіляються відповідальність, процедури, процеси і ресурси, необхідні для моніторингу безпеки та стійкості організації. Доцільно виділяти три замкнутих контури контролінгу, що відповідають трьом ключовим циклам прийняття рішень в управлінні стратегічного, тактичного, оперативного. На кожному рівні контролінг являє собою систему моніторингу ключових показників на відповідність цільовим і контрольним значенням і винесення пропозицій щодо їх величини як по організації в цілому так і по бізнес-процесам і центрам відповідальності [3].

Концепція контролінгу як системи моніторингу стану безпеки і стійкості організації дозволяє визначати характер взаємодії між організаційною економічною системою і зовнішнім середовищем; оптимізувати внутрішню структуру організаційно-ї економічної системи і забезпечує вибір найбільш ефективних способів і алгоритмів управління економічною системою. Застосування контролінгу в ході управління організацією для оцінки та аналізу стану її безпеки і стійкості дозволяє вирішити

наступні практичні завдання [4]: виявити й описати наявні зв'язки між елементами, що є складовими організації, в інтересах забезпечення її безпеки та стійкості; обґрунтувати додаткові, реально діючі зворотні зв'язки між елементами економічної системи, які можна накласти на складну систему управління організацією; зробити економічну систему керованою в необхідних межах, виділивши в ній при цьому домінуючі області самостійності, від функціонування яких в першу чергу залежить безпека і стійкість організації.

Для забезпечення ефективного функціонування системи контролінгу необхідно визначити достатню сукупність критеріальних показників, значення яких характеризує необхідний стан організації і бажаний результат її функціонування. Кількісні значення таких показників повинні бути узгоджені між собою і збалансовані за рівнями моніторингу організаційної системи управління. Виділяють два типи оціночних показників: орієнтири за змістом і орієнтири за часом. Перші описують необхідні результати функціонування стійкої економічної системи. Орієнтири за часом обумовлені необхідними заходами періодичності контролю, щоб не допускати розвитку можливих відхилень до небезпечної величини. Фактичні показники являють собою об'єднання результатних показників, які відображають фактичні результати функціонування організації (дані управлінської та фінансової бухгалтерської звітності за досліджувані звітні періоди). Зіставлення і порівняння значень зазначених показників дозволить визначити ступінь досягнення організацією мети функціонування та оцінити ступінь керованості підприємства.

Контролінг безпеки і стійкості повинен бути націлений, перш за все, на завдання прийняття ефективних управлінських рішень. Управлінське рішення, в зазначеному аспекті є результатом аналітичних процедур, прийомів складання прогнозів, методів оптимізації, економічного обґрунтування і вибору альтернативи з представлених варіантів досягнення необхідної мети системи управління [4].

Література: 1. Алексеенко А. М. Контроллинг в современных условиях управления предприятием / А. М. Алексеенко // Транспортное дело России. – 2011. – № 3. – С. 103-104. 2. Контролінг в управлінні витратами підприємств: монографія / В. В. Прохорова, Н. В. Сабліна. – Харків: УкрДАЗТ, 2010. – 256 с. 3. Контроллинг как инструмент управления предприятием / Под ред. Н. Г. Данилочкиной. – М.: ЮНИТИ, 2014. – 279 с. 4. Мельник Е. А. Теоретические аспекты формирования системы контроллинга экономической безопасности предприятия / Е. А. Мельник // Современные проблемы регионального развития, 2014. – С. 176-181.

## **ОЦЕНКА ИННОВАЦИОННО-ИНТЕНСИВНОГО РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ**

Д-р экон. наук, проф. Павлов К. В.

*Ижевский филиал Российского университета кооперации*

Развитие российской экономики до последнего времени преимущественно было связано с использованием экстенсивных факторов (недозагруженными мощностями и незанятой рабочей силой, а также внешней конъюнктурой). Однако ускорение социально-экономического развития, намечаемое на ближайшее десятилетие, не может основываться на весьма ограниченных по своим возможностям экстенсивных факторах. Необходимо использовать качественно новый физический и человеческий капитал, а также результаты благоприятных условий хозяйствования. Чтобы ускорить экономический рост, необходим поиск новых, устойчивых источников развития и активизация процесса интенсификации производства.

Актуальность перехода на интенсивный способ хозяйствования определяется также и тем, что в трудные годы экономического спада проблемам интенсификации не придавалось должного значения. В настоящее время, когда возникли благоприятные

предпосылки развития, интенсификация предполагает вовлечение в общественное производство всего имеющегося потенциала страны и все более рационального его использования.

Процесс интенсификации является материальной основой роста эффективности общественного производства. Низкий уровень и незначительные темпы интенсификации производства являются одними из важнейших причин глубокого кризиса, в котором сравнительно недавно оказалась российская экономика. Если вспомнить начало перестройки советского общества, то необходимость реформ тогда обуславливалась потребностью резкого увеличения эффективности общественного производства на основе внедрения наиболее прогрессивных форм научно-технического прогресса (НТП), являющегося, как известно, важнейшим фактором интенсификации, тогда как в действительности темпы НТП были весьма низкими и не соответствовали потребностям практики. Однако, при переходе к рыночным отношениям темпы процесса интенсификации значительно снизились. Иначе говоря, результат получился прямо противоположный: в последнее время, в условиях переходного периода не только не произошло дальнейшего усиления интенсивного характера производства, но и без того невысокий уровень интенсификации существенно снизился. Это обстоятельство со всей очевидностью свидетельствует об увеличении отставания технического уровня предприятий российской экономики от технооснащенности аналогичных предприятий в развитых капиталистических странах, т.е. об увеличении отставания технологического уровня российских предприятий от мирового уровня.

Как известно, в последнее время всё больше внимания уделяется вопросам формирования в России инновационной экономики, что совершенно справедливо, т.к. это позволит уменьшить зависимость уровня и темпов социально-экономического развития страны от получаемых доходов вследствие экспорта сырьевых ресурсов. Важно также и то, что в результате этого улучшится имидж России, которую пока ещё нередко отождествляют с сырьевым придатком капиталистического мира. Таким образом, в целом мировой опыт действительно свидетельствует о том, что рост инвестиций в инновационные сферы экономики способствует ускоренному развитию народнохозяйственного комплекса страны и повышению среднего уровня жизни.

Однако это только в целом, а в каждом конкретном случае вложение инвестиций в инновационные сектора далеко не всегда способствует росту прибыли и доходов – так, в фундаментальной науке известно немало случаев, когда вложение средств не только не окупалось, но и приводило к негативным результатам. Кстати, руководство России в последнее время нередко критикует различные ведомства и организации в связи с тем, что существенные инвестиции в создание нанотехнологий пока ещё не дают ожидаемого результата. В этой связи совершенно справедлива постановка вопроса о том, насколько эффективны те или иные инвестиции и инновации [1].

Однако, на наш взгляд, в современных условиях этого недостаточно и кроме осуществления социально-экономической оценки эффективности инвестиций и инноваций необходимо осуществлять оценку последствий внедрения инвестиций и инноваций с точки зрения их влияния на усиление процессов интенсификации общественного воспроизводства. В этой связи нами предлагается выделять инвестиции и инновации интенсивного или экстенсивного типов в зависимости от того, способствуют ли результаты их внедрения соответственно интенсификации или, наоборот, процессу экстенсификации. Важно также в общей структуре инвестиций и инноваций выделять удельный вес, долю каждой из этих двух групп. Целесообразность осуществления такого рода классификации инвестиций и инноваций во многом объясняется тем обстоятельством, что в последнее время существенно возросла актуальность использования интенсивных методов хозяйствования. Прежде всего, это связано с демографическим кризисом последних лет – как известно, на 1000 жителей России умерших сейчас приходится в 1,5 раз больше, чем родившихся (приблизительно

15 человек против 10). В этой связи осуществление мероприятий трудосберегающего направления интенсификации представляется весьма своевременным и эффективным.

В других странах могут быть актуальными и иные направления интенсификации. Так, например, в среднеазиатских странах СНГ – Узбекистане, Туркмени, Таджикистане, Киргизии исключительно важным являются водосберегающее направление интенсификации общественного производства. В Японии, где сравнительно немного крупных месторождений природных ресурсов, весьма актуально материалосберегающее направление интенсификации, здесь же в связи с крайне ограниченным характером земельных ресурсов большое значение имеет также землесберегающее направление интенсификации. В большинстве стран мира весьма актуально энерго- и фондосберегающее направления.

Литература: 1. Повышение конкурентоспособности экономики на основе ее инновационного развития и модернизации: системный подход / под науч. ред. д.э.н., проф. К.В. Павлова. – Новополюк: изд-во Полоцкого гос. университета, 2020. – 288 с.

## **КОУЧИНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ ОСОБИСТОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ В БІЗНЕСІ**

Канд. екон. наук, доц. Пакуліна А. А.,  
здобувач вищої освіти Загоруйко О. О.

*Харківський національний університет будівництва та архітектури*

Підвищення особистої ефективності керівника є однією з непростих, але важливих проблем психології бізнесу. На сьогоднішній день існує досить багато методів вирішення даної задачі – семінари, різні тренінги особистісного зростання, інструменти тайм-менеджменту, психологічні технології підвищення особистого успіху. При цьому умови сучасної бізнес-середовища вимагають не односторонньої, а комплексного розгляду даної проблеми з урахуванням як особистих особливостей кожного конкретного керівника, так і рівня його активної залученості в процес. На наш погляд, одним з таких методів є коучинг. Основоположні принципи і техніки коучингу, забезпечують можливість ефективної роботи в сфері підвищення особистої ефективності в бізнесі. Застосування коучинг-підходу дозволяє зробити процес більш цілісним, об'єднати активно-діяльнісний та ціннісно-смысловий компоненти розвитку особистості.[1]

У дослідженні взяли участь 34 керівники комерційних організацій. На першому етапі всі респонденти заповнювали розроблену нами анкету, що дозволяє виявити рівень самооцінки особистої ефективності керівників, виділити найбільш проблемні питання, а також ступінь готовності до роботи з підвищення особистої ефективності. Отримані результати показали, що всі респонденти оцінюють свою ефективність як дуже високу (41%), високу (65%) або середню (24%). Група керівників (11 осіб, 32%) не вважають за необхідне приділяти час питання підвищення самоефективності, з них 64% оцінюють свою ефективність як дуже високу, а 36% – як високий і не бачать необхідності замислюватися над цим питанням. При цьому більшість керівників (23 людини, 68%) висловили готовність до роботи в даній області. Основною виявленою проблемою є брак сил і часу на виконання всіх справ, постійний цейтнот, неможливість повністю зосередитися на одній якійсь задачі. На наступному етапі нами були проведені коуч-сесії з учасниками дослідження, що виявили інтерес до можливості підвищити ефективність роботи (23 людини). Виходячи з отриманих даних, в ході досягнення мети підвищення особистої ефективності в бізнесі необхідно провести роботу з аналізу діяльності керівника, всіх тих справ, які він виконує протягом робочого дня. Розподіл всіх поставлених перед керівником завдань дозволяє більш ефективно використовувати один з найбільш дефіцитних ресурсів – час,

планувати робочий день, делегувати повноваження. На практиці пряме застосування матриці Ейзенхауера в її класичному варіанті неефективно. Як показали результати, проведеного перед коучинг-сесією, інтерв'ю 87% керівників зазначили, що всі їхні справи термінові і важливі! А відповідно, виникають труднощі з визначенням пріоритетів.[2]

Дана проблема ефективно вирішується саме застосуванням методів коучингу. У цьому випадку всі справи розподіляються на чотири групи не відразу, а в процесі коучинг-сесії. Результатом якої є розстановка пріоритетів і розподіл всіх справ на "термінові-важливі", "термінові-неважливі", "нетермінові-важливі" і "неважливі-несрочні". При цьому, не дивлячись на твердження керівників про важливість і терміновість всіх справ, в результаті проведеної нами коучинг-сесії кожен з них виділив завдання всіх чотирьох груп.

По завершенню роботи з респондентами було проведено інтерв'ю, спрямоване на виявлення змін. Як показали дані інтерв'ю, результатом проведеної роботи стало більш усвідомлене ставлення не тільки до конкретних повсякденних справах, але до самого процесу організації своєї роботи. Були виявлені індивідуальні питання, що потребують подальшого опрацювання такі як труднощі з делегуванням, страх втратити контроль, необхідність у більш чіткому плануванні і т. д. Відзначалася конкретизація планів і професійних перспектив, а також усвідомлення і формулювання своїх особистих професійних цінностей, цілей і дій. Узагальнюючи все вищесказане, можна зробити висновок про важливість реалізації коучинг-підходу, що включає в себе глибоку опрацювання ціннісно-сміслового, активно-діяльнісного і тимчасового компонентів, при вирішенні завдань підвищення особистої ефективності в бізнесі.

Література: 1. Коучинг, як інструмент управління персоналом. [Електронний ресурс] [http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/4\\_2019/58.pdf](http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/4_2019/58.pdf) 2. Коучинг як один з напрямів менеджменту. [Електронний ресурс] <https://profprensa.com/articles/kouching-iak-efektivnii-instrument-dlia-dosiagnennia-tsilei-ta-rozvitku-personalu>

## ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ ВИТРАТ

Канд. екон. наук, доц. Пакуліна А. А.,  
здобувач вищої освіти Загоруйко О. О.

*Харківський національний університет будівництва та архітектури*

В даний час в процесі управління компанією менеджери приділяють велику увагу всім факторам управління витратами, тому що фінансовий результат залежить від ефективної роботи в цій сфері. Але, в реальності, головною метою управління витратами є аналіз і їх максимальне зниження. Управління витратами допомагає визначити варіанти для зниження витрат до раціонального рівня, можливості, як збільшити результативність використання ресурсів, підвищити ефективність діяльності компанії, дозволяє виявити вузькі місця у фінансовій системі компанії.[1]

Витрати - це вартість усіх ресурсів, які використовуються в процесі виробничо-господарської діяльності компанії.

Управління витратами - процес, в ході якого відбувається формування витрат за їх видами при контролі і прагненні їх максимально знизити.

Основними завданнями управління витратами є: обґрунтування витрат на всі напрямки діяльності в компанії (витрати на обладнання, просування продукції, матеріали, персонал і т.д.), аналіз можливих економічних наслідків при відхиленнях від затвердженого плану, а також прийняття управлінських рішень по усуненню негативних наслідків.

Основними завданнями управління витрат є:

- визначення ролі витрат як елемента, який підвищує економічні результати діяльності компанії
- розподіл витрат по підрозділах компанії
- розрахунок витрат на одиницю продукції
- пошук можливостей зниження витрат на всіх етапах і у всіх підрозділах компанії[2]

Основні види витрат:

- за економічними елементами розрізняють змінні і постійні витрати;
- за статтями витрат, враховуючи сферу діяльності компанії;
- по відношенню до технологічного процесу розрізняють основні та накладні витрати;
- по відношенню до готового продукту - витрати на незавершений продукт і на готовий продукт.

Розглянемо помилки, які можуть виникати в управлінні витратами.

Перша помилка криється в нестачі інформації. У компаніях передача інформації про невитрачених ресурсах ведеться неповноцінно і несвоєчасно. Дана проблема є причиною того, що неправильно формуються показники величин витрат і собівартості.

Другою помилкою є надлишок інформації. Дотримання умов повноти та своєчасності отримання відомостей про проведені витратах має виконуватися паралельно з умовою достатності. На збір зайвої інформації витрачається багато часу і трудових ресурсів, в результаті інформаційна система ускладнюється незначними даними, вплив яких може привести до істотних управлінським помилок.

Наступна помилка полягає в ігноруванні змін. Часто в компанії керівництво ігнорує можливий вплив різних чинників на склад і кількість витрат. Витрати можуть змінюватися під впливом зовнішніх і внутрішніх факторів. Всі ці фактори буває дуже складно виявити, процес прогнозування знову ж буде займати тривалий час і трудові ресурси. Але це не мається на увазі, що компанія повинна нехтувати проведенням оцінки, аналізу і прогнозування.

Також існують помилки, які полягають у відсутності зворотного зв'язку, тобто, якщо компанія повертає якісні трудові ресурси, набуває дороге устаткування, то система управління витратами буде ефективна. І остання, помилка в розрахунках собівартості.

Одним з найскладніших процесів управління (планування витратами) є складання калькуляції. Розглянемо основні етапи калькулювання продукції. Складанням калькуляції займаються економісти. У процесі планування витрат необхідно розділяти витрати на нормовані (Н) і ненормовані (Не)

Нормовані витрати (Н) = Норма витрат \* Ціна

Норми витрат надаються відповідними підрозділами: служба технологів надають норми витрат сировини і матеріалів, служба енергетиків надають норми по паливу і енергії. Ціни, які включаються в калькуляцію, впливають з закупівельних бюджетів. Давальницька сировина - матеріал, який надає замовник для власного виготовлення конкретної продукції в кредит

У процесі планування витрат необхідно прораховувати кошторису витрат, а також дані, за якими об'єднуються в кошторису витрат по окремих елементах і статтям. У кошторису витрат входять: кошторису прямих витрат, кошторису прямих витрат, кошторис витрат на енергоресурси, кошторис на ремонт обладнання і т.д.

Консолідовані форми в процесі планування витрат необхідні для проведення аналізу витрат. В результаті можна побачити, які були необхідні витрати і яка кількість для того, щоб досягти поставлених цілей за плановий період, розподіл у відсотках за витратами: залежать (змінним) і не залежних (постійним) від зміни обсягів виробництва, а також частку для кожного підрозділу. Зведений кошторис витрат за статтями демонструє частку кожної статті витрат, частку кожної асортиментної позиції

в загальному обсязі витрат. Показники з кошторисів витрат, калькуляцій, консолідованих форм витрат за елементами та статтями використовуються в плануванні операційних бюджетів витрат і фінансових бюджетах.[3]

У підсумку, планування витрат є один з найважливіших елементів системи управління витратами, повинен в комплексі визначати де, коли, в яких обсягах і як будуть витрачатися ресурси компанії, розподілити фінансові ресурси, максимально визначати рівень віддачі від використання ресурсів. Контроль витрат є одним з елементів управління витратами. Бюджетний контроль витрат формує аналіз відхилень між плановими оцінками і фактичними.

Література: 1. Управління витратами підприємства.[Електронний ресурс] [https://pidruchniki.com/16330826/finansiv/upravlinnya\\_vitratami\\_pidpriyemstva](https://pidruchniki.com/16330826/finansiv/upravlinnya_vitratami_pidpriyemstva)

2. Економічна суть, значення і завдання управління витратами. [Електронний ресурс] [https://studopedia.su/4\\_44865\\_printsipi-i-zavdannya-upravlinnya-vitratami.html](https://studopedia.su/4_44865_printsipi-i-zavdannya-upravlinnya-vitratami.html)

3. Планування та контроль витрат і фінансів.[Електронний ресурс] <http://posibniki.com.ua/post-planuvannya-i-kontrol-vitrat-i-finansiv-vitrat-pidpriemstva-meta>

## БЮДЖЕТУВАННЯ ВИТРАТ ПІДПРИЄМСТВА

Канд. екон. наук, доц. Пакуліна А. А.,  
здобувач вищої освіти Кіяниця А. В.

*Харківський національний університет будівництва та архітектури*

Одна з найважливіших характеристик підприємства – його фінансова стабільність. Цей параметр показує не тільки рівень раціональної організації всього виробництва, але і ступінь залежності підприємств від кредиторів та інвесторів. Тому, напевно чи в Україні сьогодні знайдеться підприємство, яке не націлене досягнути фінансової стабільності на як можна довшу перспективу.

Забезпечення високої якості при мінімальній собівартості продукту багато в чому залежить від уміло організованого управління фінансовою діяльністю підприємств.

Науковці та економісти виділяють два підходи до формування бюджетування на підприємстві – традиційний та процесний. Традиційний підхід до бюджетування орієнтований на показники рівня витрат попередніх періодів. Традиційне бюджетування статичне, не забезпечує зворотних зв'язків, має ускладнену процедуру внесення змін до затверджених бюджетів, не може чітко показувати залежність між роботою окремих підрозділів та їхнім фінансовим результатом [1].

Згідно з традиційним підходом, здійснюється підготовка планів різними відділами підприємства. Ці плани становлять зведені таблиці з інформацією про ресурси, витрати та доходи від реалізації підрозділів та підприємства в цілому. При щомісячному аналізі фінансових результатів дані за звітний період порівнюють із даними затвердженого бюджету та знаходять відхилення, які можуть бути як позитивним, так і негативним явищем для роботи підприємства.

Процесний підхід до бюджетування базується на стратегії ефективного бізнесу, що припускає впровадження збалансованої системи показників, та на стратегії управління затратами, що заснована на послідовному впровадженні функціонально-вартісного аналізу та переході до процесного підходу бюджетування [2].

Олійник Т.І. та Олійник О.О. зазначають, що бюджетування із застосуванням бізнес-процесів є вихідним пунктом формування інформаційного потоку, виступає попередньою оцінкою діяльності бізнес-одиниць підприємства і потребує розробки окремих облікових технологій на найближчу перспективу: прогнозування даних про витрати, планування обсягу готової продукції, розрахунок планової собівартості,

бюджету доходів і витрат. Основними вихідними інформаційними джерелами бюджетування зазвичай є вартісна оцінка бізнес-процесів та вартість виробленої продукції [3].

Метою запровадження бюджетування витрат підприємства є: забезпечення поточного планування; забезпечення координації, кооперації і комунікації підрозділів підприємства; обґрунтування витрат підрозділів і підприємства загалом; створення основи для оцінювання і контролю виконання планів підприємства; встановлення персональної відповідальності менеджерів за дотримання виконання бюджетів; виконання вимог чинного законодавства і контрактів. Використання бюджетування у процесі управління витратами підприємства спонукає планувати, виробляти контрольні критерії і покращувати координацію їх господарської діяльності (враховувати обмеження та оптимальним чином розподілити ресурси підприємства, поведінку конкурентів на поточний та перспективний ринковий попит на готову продукцію).

Література: 1. Колосюк В. Організація бюджетного процесу на інтегрованих підприємствах холдингу / В. Колосюк [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://skhid.com.ua/article/view/23071>. 2. Катаев М. Д. Процессно-ориентированный подход к управлению предприятием / М. Д. Катаев, А. П. Емельяненко // ТУСР. – 2008. – № 6. – С. 18–23. 3. Олійник Т. І., Олійник О. О. Обліково-аналітична інформація у бюджетування бізнес-процесів інтегрованих сільськогосподарських підприємств / Т. І. Олійник, О. О. Олійник // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. – 2014. – № 2(26). – С. 92-95.

## ДЖЕРЕЛА ФОРМУВАННЯ ОБОРОТНОГО КАПІТАЛУ

Канд. екон. наук, доц. Пакуліна А. А.,  
здобувач вищої освіти Мокрицька І. Ю.

*Харківський національний університет будівництва та архітектури*

Підприємству для нормального функціонування необхідна наявність оборотного капіталу, оскільки від розміру сформованого капіталу залежить рівень його ліквідності, платоспроможності та рентабельності. І саме тому питання про його формування є важливим на сьогоднішній день.

Процес формування оборотного капіталу підприємства складається з таких основних етапів [1]:

- 1-й етап – процес початкового формування власного оборотного капіталу підприємства;
- 2-й етап – поповнення власного оборотного капіталу для підтримки його постійного кругообігу в процесі безперервного функціонування підприємства;
- 3-й етап – зростання ринкової вартості підприємства внаслідок розширення виробничо-господарської діяльності, формування нових структурних одиниць;
- 4-й етап – формування оборотного капіталу підприємства для здійснення інвестиційної діяльності.

Пошук джерел формування оборотного капіталу напряму пов'язаний з потребою в ньому, що з'явилася і є нестабільною у зв'язку з постійно змінною кон'юнктурою ринку [2].

Традиційно виділяють власні та залучені джерела фінансування оборотних коштів підприємств, проте існує ще одна. Джерела формування оборотного капіталу підприємства наведено на рисунок 1.



Власні кошти	Залучені кошти	Факторинг
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Статутний фонд</li> <li>• Відрахування від прибутку</li> <li>• Цільове фінансування та цільові надходження</li> <li>• Приріст постійних пасиві</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Короткострокові кредити</li> <li>• Комерційні кредити</li> <li>• Кредиторська заборгованість</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Нетрадиційна банківська послуга</li> </ul>

Рисунок 1 – Види джерел формування оборотного капіталу

З рисунку 1 можна сказати, що джерелами формування оборотних коштів виділено не тільки власні та залучені кошти, а запропоновано використовувати нетрадиційну банківську послугу – факторинг [3]. Оскільки остання вирішує проблему, притаманну вітчизняній економіці, поповнення оборотних коштів підприємства для забезпечення безперервного процесу виробництва. Дана операція заключається у придбанні права на стягнення боргів, перепродаж товару і послуг з подальшим одержанням платежів за ними. Проте, найбільш поширеними джерелами формування являються власні та позикові кошти.

На основі цього поділяють фінансування оборотного капіталу підприємства на:

1. самофінансовані – фінансування відбувається за рахунок власних коштів;
2. змішані – оборотний капітал фінансується не тільки за рахунок власних, а й залучених коштів.

Потрібно підмітити, що в реальному житті перший тип застосовується лише при заснуванні підприємства.

Практика функціонування підприємств різних країн передбачає різні співвідношення між власним і позиковим капіталом (в США це співвідношення становить 40/60, в Японії – 30/70). При цьому, ще 20-30 років тому у підприємств розвинених країн світу високою вважалась частка боргового капіталу на рівні 40-50%, а сьогодні його частка є прийнятною на рівні 60-70%. Що ж до вітчизняної економічної практики управління підприємством, то тут немає єдиного підходу щодо універсальної методики оптимізації структури оборотного капіталу [1].

Отже, при формуванні оборотного капіталу в умовах ринкової економіки в значній мірі будуть залежати: від організаційно-правової форми бізнесу і форми власності; від видів, масштабів, результативності діяльності та стадії життєвого циклу суб'єкту бізнесу. Оборотний капітал підприємства в більшій мірі складається із залученого капіталу, який має частину капіталу від факторних операцій.

Література: 1. Чантурія І. В. Особливості формування оборотного капіталу підприємств / І. В. Чантурія. // Економічні науки. – №10. 2. Краснікова О. М. Управління оборотними активами і оборотним капіталом як взаємозалежні складові фінансового менеджменту аграрних підприємств / О. М. Краснікова, О. В. Безкровний, А. О. Діденко. – С. 129-132. 3. Фарінович І. В. Економічна сутність оборотних коштів та джерела їх формування / І. В. Фарінович. – 2011. – С. 114-119.

## ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ ЩОДО ЗДІЙСНЕННЯ БЮДЖЕТНОГО КОНТРОЛЮВАННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Канд. екон. наук, доц. Пакуліна А. А.,  
здобувач вищої освіти Мокрицька І. Ю.

*Харківський національний університет будівництва та архітектури*

Бюджетний контроль – це порівняння фактичних показників фінансово-господарської діяльності з плановими (бюджетними) на предмет перевірки їх узгодженості за величиною і термінами, а також аналіз причин відхилень з метою вироблення пропозицій щодо коригування бюджетів чи фінансово-господарської діяльності підприємства [10].

Аналіз наукових статей показав, що контролінг діє на підприємстві циклічно і надає керівництву інформацію для прийняття управлінських рішень. Це досягається тому, що контролінг функціонує на основі таких принципів: стійкості, своєчасності, стратегії, документування, які повинні бути доповнені принципом зворотного зв'язку.

Основна мета бюджетного контролю – забезпечити зворотній зв'язок, привертаючи увагу менеджера до значних відхилень від очікуваних результатів, що, в свою чергу, дає змогу здійснювати управління за відхиленнями [3]. За допомогою нього забезпечується перевірка та оцінювання результативності реалізації бюджетування, організування та мотивування, а також служить базою для здійснення бюджетного регулювання. Бюджетний контроль має наступну класифікацію (таблиця 1):

Таблиця 1 – Класифікація бюджетного контролю

Класифікаційна ознака	Види
1	2
За етапами контролю бюджетних процесів	Попередній
	Поточний
	Завершальний
За рівнем охоплення контролем об'єктів	Суцільний
	Вибірковий
За періодичністю проведення	Постійний
	Періодичний
За централізації бюджетування	Централізований
	Децентралізований
За формами здійснення	Кількісний
	Якісний

*Складено автором на основі [20]*

Предметами бюджетного контролю виступають характеристики бюджетних процесів та їх складових. До суб'єктів бюджетного контролю належать посадові особи та формальні групи підприємства, які здійснюватимуть контрольовані процедури.

Дана процедура пов'язана з визначенням послідовності та дотриманням термінів проведення операцій з контролю.

Інструментарій контролю складається з: принципів, які являються вихідними положеннями щодо здійснення бюджетного контролю на підприємстві; методів та процедур бюджетного контролю (порядок і послідовність здійснення контролю визначених об'єктів та предметів), що зображені на рисунках 1-2.



Рисунок 1 – Принципи бюджетного контролю



Рисунок 2 – Методи бюджетного контролю

Вибір конкретного методу залежить від ефективності і точності досягнення поставлених цілей та результативності, а також достовірність і обґрунтованість цих результатів.

Отже, належний бюджетний контроль допомагає підприємству перевірити та оцінити результативність і ефективність бюджетної системи підприємства в цілому, тому об'єктами бюджетного контролю виступають окремі складові та результати бюджетних процесів: працівники, ресурси, стадії здійснення, взаємозв'язки.

Література: 1. Фінансова діяльність суб'єктів господарювання [Електронний ресурс]. – 2016. – Режим доступу до ресурсу: <https://buklib.net/books/28596/>.

2. Бюджетування діяльності суб'єктів фінансового ринку [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: [http://dn.khnu.km.ua/dn/k\\_default.aspx?M=k1077&T=07&lng=1&st=0](http://dn.khnu.km.ua/dn/k_default.aspx?M=k1077&T=07&lng=1&st=0).

3. Татаренко В. О. Система бюджетного контролювання та регулювання на підприємстві [Електронний ресурс] / В. О. Татаренко, І. М. Ботвинко. – 2009. – Режим доступу до ресурсу: [http://www.rusnauka.com/13\\_EISN\\_2009/Economics/45627.doc.htm](http://www.rusnauka.com/13_EISN_2009/Economics/45627.doc.htm).

## УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ ПІДПРИЄМСТВА

Канд. екон. наук, доц. Пакуліна А. А.,  
здобувач вищої освіти Мокрицька І. Ю.

*Харківський національний університет будівництва та архітектури*

За економічною сутністю витрати є грошовим вираженням витрачених за певний період засобів та інструментів виробництва, необхідних для здійснення підприємством своєї виробничої і реалізаційної діяльності [2].

Метою управління витратами є забезпечення досягнення встановлених цілей підприємства за рахунок оптимізації витрат та ефективного використання ресурсів [1]. Вивчаючи витрат як економічну категорію вчені виділяють такі концепції та підходи до розкриття поняття «Витрати» (рисунок 1):

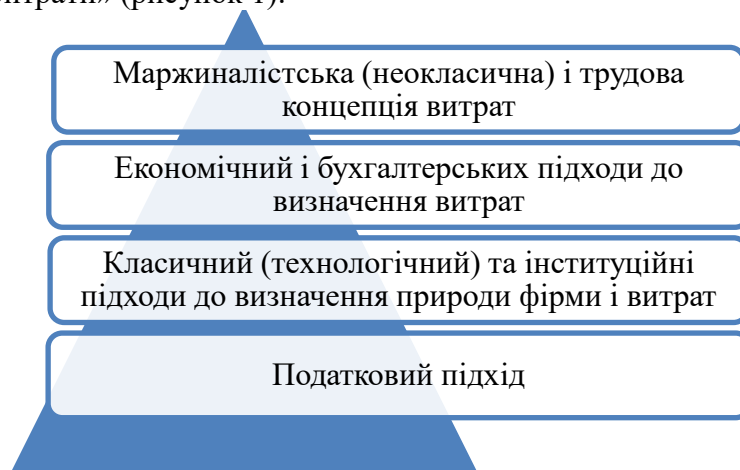


Рисунок 1 – Концепції та підходи розкриття поняття «Витрати»

Загалом в економіці поняття «Витрати» полягають в обмеженості ресурсів і альтернативного їх використання. Відповідно до цього ефективно управління витратами відіграє важливу роль у діяльності підприємства у процесі відтворення, адже покриття витрат на виробництво продукції дає змогу відновлювати і розширювати масштаб виробництва. Основні завдання управління витратами підприємства зображені на рисунку 2:

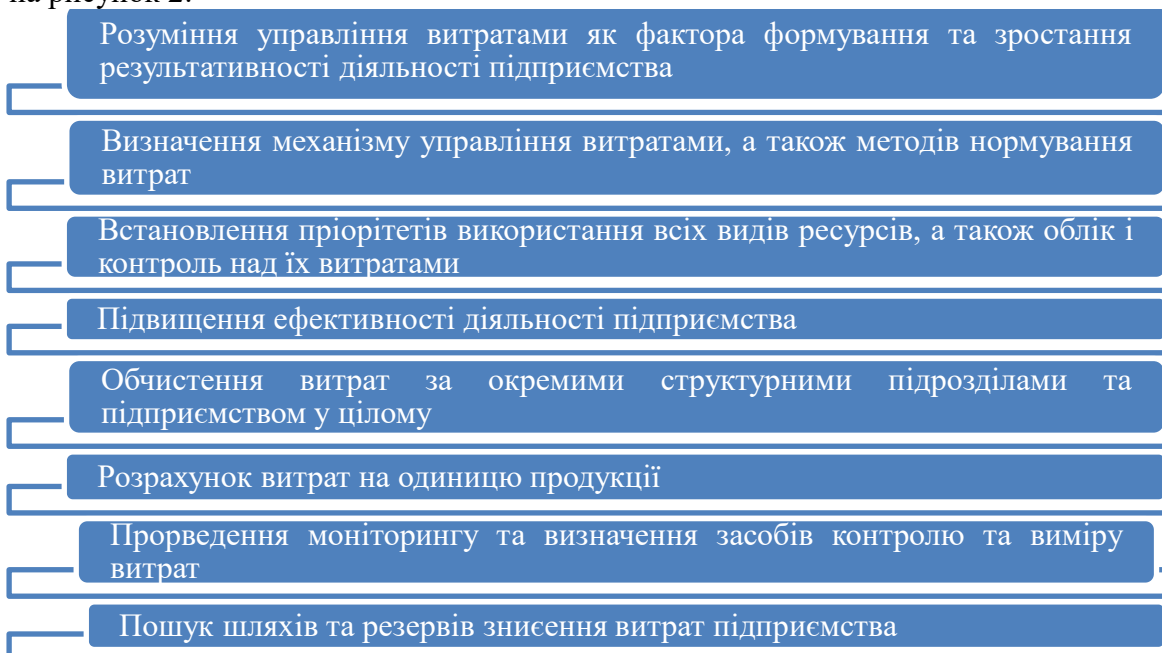


Рисунок 2 – Завдання управління витратами підприємства

Ефективне управління витратами повинно передбачати зменшення й усунення тих витрат, які не є доцільними, результативними для підприємства, тобто які не сприяють збільшенню обсягів виробництва і реалізації продукції, отриманню цільового розміру прибутку [3]. Також воно повинно базуватися на принципах, які виконуються на основі таких функцій як: прогнозування, планування, організація, координація та регулювання, активізація та виконання, з подальшим обліком та аналізом.

При виборі того чи іншого методу управління для досягнення цілей компанії потрібно визначити витрати за класифікаційними ознаками, як це зображено на рисунку 3:

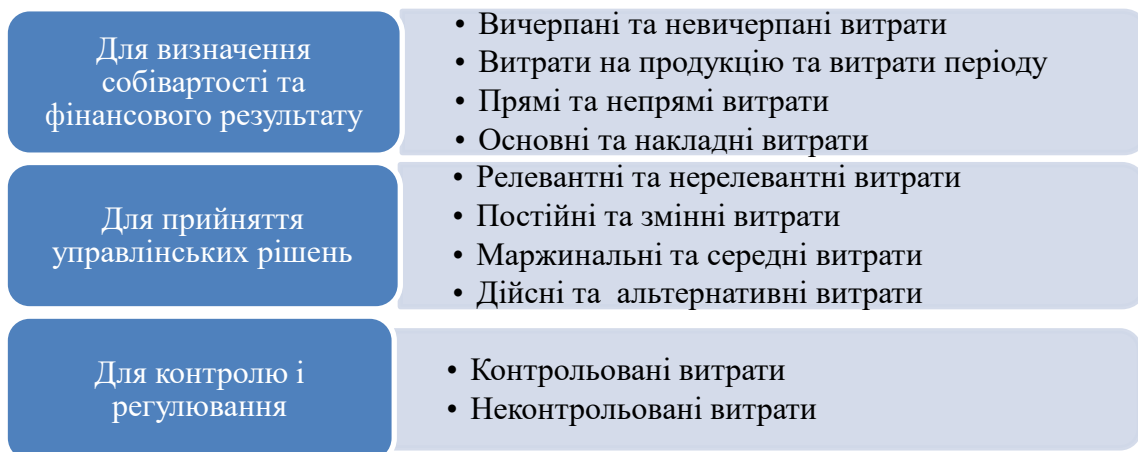


Рисунок 3 – Класифікація витрат

Отже, управління витратами підприємства є важливим елементом від якого залежить величина прибутку підприємства і тому важливо обрати ефективну систему або метод управління цим аспектом у діяльності компанії. також вивчення витрат дає змогу прийняти раціональне управлінське рішення щодо подальшого підвищення та удосконалення функціонування підприємства.

Література: 1. Чумак Л. Ф. Сучасні шляхи вдосконалення системи управління витратами з метою підвищення конкурентоспроможності підприємства / Л. Ф. Чумак, М. О. Литвиненко. // БІЗНЕСІНФОРМ. – 2017. – С. 213–218. 2. Ніколаєнко С. М. Управління витратами підприємства [Електронний ресурс] / С. М. Ніколаєнко, І. О. Кулікова. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: <https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/24069/1/S.70.pdf>. 3. Семчук І. В. Шляхи підвищення ефективності управління витратами на підприємстві / І. В. Семчук, В. Г. Мазур. // економіка та управління підприємствами. – 2018. – №22. – С. 544-548.

## КАЛЬКУЛЮВАННЯ СОБІВАРТОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Канд. екон. наук, доц. Пакуліна А. А.,  
здобувач вищої освіти Мокрицька І. Ю.,  
здобувач вищої освіти Єрмолаєв .А. Г.

*Харківський національний університет будівництва та архітектури*

Калькулювання собівартості – обчислення у грошовій формі витрат на виробництво і реалізацію продукції, робіт, послуг. Калькуляція собівартості складають згідно з основними положеннями планування, обліку та калькулювання собівартості продукції, робіт і послугу галузях народного господарства, основними положеннями за складом витрат, які відносять на собівартість продукції (робіт, послуг) на підприємствах, галузевими інструкціями [1].

Об'єкти калькулювання собівартості продукції взаємопов'язані з об'єктами обліку витрат виробництва та на практиці, як правило, збігаються, але можуть мати й

відмінності [2]. Згідно з п. 4 П(С)БО 16 об'єкт витрат – продукція, роботи, послуги або вид діяльності підприємства, що потребують визначення пов'язаних з їх виробництвом (виконанням) витрат.

Виділяють такі види калькуляції собівартості як: планову та фактичну або звітну. Планова показує, який рівень витрат спрямоване на виробництво та реалізацію продукції у плановому періоді, спираючись на норми витрат і нормативи відрахувань, які використовуються при встановленні оптових цін і тарифів. Щодо фактичної то вона складається по закінченню звітного періоду на основі даних обліку та показує рівень витрат, що був протягом поточного року. Вона використовується для аналізу змін собівартості, контролю за використанням резервів зниження собівартості.

В залежності від особливостей виробництва підприємства використовують різні способи розподілу витрат на виробництво. Дана класифікація зображена в таблиці 1.

Таблиця 1 – Способи обчислення собівартості об'єкта калькулювання та одиниці продукції

Спосіб обчислення	Сутність
Спосіб прямого розрахунку	Суть полягає в тому, що собівартість продукції в цілому визначають на основі прямого обліку витрат, а собівартість одиниці розраховують шляхом ділення загальної величини витрат за цією продукцією на її кількість.
Нормативний спосіб	Складова частина нормативного методу обліку витрат та калькулювання собівартості. Для застосування затверджують норми і нормативи, складають калькуляцію, ведуть документування та облік відхилень від норм та нормативів. Порядок калькулювання собівартості одиниці продукції залежить від того, яким чином підприємство обліковує витрати на виробництво: за одним видом продукції чи за групами однорідних виробів.
Спосіб підсумовування витрат	ґрунтується на визначенні фактичної собівартості об'єкта калькулювання або одиниці продукції шляхом підсумовування витрат за окремими частинами виробу або процесами технологічного циклу його виготовлення в розрізі калькуляційних статей і ділення отриманих сум на фактичну кількість випущеної продукції.
Спосіб виключення витрат на супутню продукцію	В основі лежить поділ продуктів, що отримуються в комплекс-ному виробництві*, на основні та супутні. Щоб визначити собівартість основної продукції, на супутні продукти калькуляцію не складають, а витрати за цими продуктами заздалегідь установленими розрахунковими цінами виключають із загальних витрат.
Коефіцієнтний спосіб	Застосовується для калькулювання собівартості продукції в умовах одночасного виробництва декількох видів виробів, пряме віднесення витрат на які неможливе.
Пропорційний спосіб	Суть зводиться до такого: собівартість сукупного випуску розподіляється між видами продукції пропорційно якійсь обраній базі розподілу, а собівартість одиниці продукції розраховується за кожним видом прямим способом.
Комбінований спосіб	Застосовується у випадках, коли використання кожного з наведених вище способів окремо неможливе або не забезпечує обґрунтованого обчислення собівартості. При цьому комбінують декілька з описаних способів. Застосування комбінованого способу доречно у виробництвах, де виготовляють декілька видів основної та супутньої продукції.

Як висновок можна сказати, що обраний підприємством спосіб розподілу витрат має бути постійним [3].

Отже, калькулювання собівартості являється процесом та сукупністю прийомів і способів визначення, обчислення собівартості одиниці окремих видів виробленої підприємством продукції та всього обсягу продукції в грошовому вираженні.

Література: 1. Калькулювання собівартості [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://www.ukr.vipreshchnik.ru/entsiklopediya/56-k/2851-kalkulyuvannya-sobivartosti.html>. 2. В. Карпова Формування собівартості: основи калькулювання [Електронний ресурс] / Карпова В. // Ліга: Бухгалтер і закон – Режим доступу до ресурсу: [http://bz.ligazakon.ua/ua/magazine\\_article/BZ009198](http://bz.ligazakon.ua/ua/magazine_article/BZ009198). 3. Способи калькулювання собівартості одиниці продукції [Електронний ресурс] // Податки та бухгалтерський облік. – 2016. – Режим доступу до ресурсу: <https://i.factor.ua/ukr/journals/nibu/2016/april/issue-32/article-17161.html>.

## КОМПЛАЕНС КАК ФАКТОР ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Д-р экон. наук, проф. Перерва П. Г.,  
*Национальный технический университет «Харьковский политехнический институт»*

Экономическая безопасность в бизнесе – это такое состояние, когда в компании создана безопасная среда для экономического роста и поддержания существующего экономического положения. Чтобы создать такую среду, необходимо постоянно отслеживать, анализировать и минимизировать или устранить риски и угрозы. Важнейшим направлением является выстраивание системы взаимодействия и взаимной поддержки между инструментарием государственного контроля и механизмами корпоративного контроля, которые, на наш взгляд, должны обязательно включать в себя комплаенс-функцию.

Наукометрический обзор определений комплаенса позволяет заключить, что его содержание как процесса внутреннего контроля непрерывно менялось: разные авторы давали определения, отражающие какой-то один, «удобный» аспект. Так, только в представленных мнениях определение комплаенса осуществляется через понятия: управление, способность, функция, подход, что не добавляет ясности в его содержании [1-3]. Более того, необходимо отметить, что в различные периоды времени в научных и деловых кругах обсуждались отдельные актуальные аспекты, такие как: антикризисная концепция; антимонопольная стратегия; внутрифирменная контрольная функция; противодействие терроризму и нелегальным доходам (отмывание денег); противодействие коррупции; анализ, идентификация, оценка и устранение репутационных рисков; оптимизация взаимоотношений с надзорными органами и службами; потребность регулирования этических проблем предприятия или организации и т.п.

Возникновение комплаенса связано с глобализацией и интернализацией мировой финансовой системы [4, 5]. Если учесть международный и трансграничный характер многих финансовых операций, то можно сказать, что уровень нефинансовых рисков значительно вырос за последние десятилетия. Идеология «комплаенс» призывает соответствовать внутренним политикам и процедурам компании и реализуется путем создания условий, в которых лица, представляющие организацию, будут действовать в соответствии с высокими профессиональными и этическими стандартами.

Но далеко не всегда при формировании учитываются показатели коррупции, мошенничества, отмывания денег, нарушения корпоративной этики, антимонопольного, налогового законодательства и т.п. В последние 20 ... 25 лет в мировой экономике все это является предметом комплаенс-исследований [8, 9]. Исходя

из этих ссылок, предложено ввести в экономическую терминологию дефиницию «комплаенс-безопасность предприятия» [3, 5, 10, 11]. Новый термин требует своего теоретического обоснования и определения как экономической категории. Сущность термина «комплаенс-безопасность» исходит из определения как самого термина «комплаенс», так и понятия «экономическая безопасность».

Поэтому предлагается определять понятие комплаенс-безопасности промышленного предприятия как мера (степень, показатель) защищенности жизненно важных интересов промышленного предприятия от внешних и внутренних нарушений законов, нормативных правовых актов, стандартов, учредительных и внутренних документов предприятия путем определения, оценки и максимального уменьшения (устранения) комплаенс-рисков [3, 5, 11]. Такого рода определение позволяет, во-первых, показать динамичность комплаенс-безопасности в пространстве и времени; во-вторых, определять важность как внутренних, так и внешних факторов влияния на размер комплаенс-безопасности; в-третьих, показать тесное взаимодействие на правовой основе государственной и корпоративной систем обеспечения экономической безопасности; в-четвертых, определять в качестве основного инструмента комплаенс-безопасности промышленного предприятия наличие и уровень комплаенс-рисков [12]. Исследование методологической сущности комплаенс-безопасности предполагает определение функций, политик и принципов этого направления экономической работы [3, 4, 6]. Эффективность использования этого направления экономической работы на предприятиях в современных условиях очевидна.

Література: 1. ТОВАЖНЯНСКИЙ В.Л. Антикризисный менеджмент производственно-коммерческой деятельности предприятий машиностроения / В.Л.Товажнянский, П.Г.Перерва, Т.А.Кобелева // Государство и рынок: механизмы и методы регулирования в условиях преодоления кризиса: монография.- СПб.: Астерион, 2010.- Т.2.- п.6.2.- С. 254-264. 2. Перерва П.Г., Коциски Д., Верес Шомоши М., Кобелева Т.А. Комплаенс программа промышленного предприятия.- Харьков-Мишкольц : ООО «Планета-принт», 2019. – 689 с. 3. Кобелева Т.О. Визначення ризику оцінки стану кон'юнктури вітчизняного ринку асинхронних двигунів / П.Г.Перерва, Т.О.Кобелева // Маркетинг і менеджмент інновацій = Marketing and Management of Innovations. – 2012. – № 1. – С. 79-88. 4. Pererva P.G. Kocziszky György, Szakaly D., Somosi Veres M. Technology transfer.- Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI», 2012. – 668 p. 5. Перерва П.Г. Комплаенс-программа промышленного предприятия: сущность и задачи / П.Г.Перерва // Вісник Нац. техн. ун-ту «ХПІ» : зб. наук. пр.- Сер. : Економічні науки. – Харків : НТУ "ХПІ", 2017.– № 24 (1246).– С. 153-158. 6. ТОВАЖНЯНСЬКИЙ В.Л., Перерва П.Г., Кобелева Т.О. Банкротство, санація та реструктуризація підприємства як економічні категорії антикризового управління // Вісник НТУ «ХПІ». – Харків : НТУ "ХПІ", 2015. – № 59 (1168). – С. 148-152. 7. Ткачова Н.П., Перерва П.Г. Розвиток методів аналізу фактичного стану конкурентних переваг підприємства // Економіка розвитку. – 2011. – № 4. – С. 116-120. 8. Перерва П.Г. Трудоустройство без проблем (искусство самомаркетинга). – Харьков : Фактор, 2009. – 480 с. 9. Гончарова Н.П., Перерва П.Г., Яковлев А.И. Маркетинг инновационного процесса // Учебное пособие - К.: ВИРА-Р, 1998.- 267с.

10. Перерва П.Г. Управление маркетингом на машиностроительном предприятии / Учеб.пособие. - Харьков : «Основа», 1993. - 288с. 11. Гончарова Н.П., Перерва П.Г., Яковлев А.И. Новые технологические системы: качество, потребность, эффективность. К.: Наукова думка, 1989.- 176с. 12. Перерва П.Г., Коциски Д., Верес Шомоши М., Кобелева Т.А. Комплаенс программа промышленного предприятия.- Харьков-Мишкольц : ООО «Планета-принт», 2019. – 689 с. 13. Перерва П.Г. Самомаркетинг менеджера и бизнесмена.- Ростов н/Д: Феникс, 2003. - 592 с. 14. Кобелева Т.О. Показники і критерії оцінки кон'юнктури товарного ринку / П.Г.Перерва, Т.О.Кобелева // Зб. тез доп. 5-ї Міжнар. наук.-практ. конф. "Маркетинг інновацій і інновації в маркетингу" 29 вересня-1 жовтня 2011 р. – Суми : ТОВ "ДД "Папірус", 2011. – С. 161-163. 15. Кобелева Т.О. Підвищення конкурентоспроможності машинобудівних підприємств на засадах синергетичного бенчмаркінгу / П.Г.Перерва, Т.О.Кобелева, Н.П.Ткачова // Вісник Нац. ун-ту "Львівська політехніка" : зб. наук. праць. Сер. : Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. – Львів : Львівська політехніка, 2015. – № 819. – С. 167-174. 16. ТОВАЖНЯНСЬКИЙ В.Л. Мониторинг производственно-коммерческой деятельности промышленного предприятия / П.Г.Перерва, В.Л.Товажнянский, Т.О.Кобелева, И.В.Гладенко // Вестник НТУ "ХПИ": сб. науч. тр. Темат. вып.: Технический прогресс и эффективность производства. – Харьков : НТУ "ХПИ", 2009. – № 36-1. – С. 12-22.



## ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ТА ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ. КРЕАТИВНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО

Студ. Петриченко В., канд. екон. наук Жук О. С.  
*Київський Національний Торговельно-Економічний Університет*

Швидкі трансформаційні процеси ринкового середовища в сучасних умовах потребують виваженого прогнозу результатів діяльності підприємства. Важливим інструментом при прийнятті креативних рішень є стратегічне управління як система, що передбачає визначення тенденцій розвитку в реальному часі.

У сучасних умовах господарювання існує сталий зв'язок підприємства з зовнішнім середовищем. Від інноваційного розвитку підприємства залежить досягнення стратегічної мети та результативна робота в довгостроковій перспективі. Внаслідок стрімкого розвитку бізнесу все більше уваги приділяється пошукам інновацій та дослідженню методів їх впровадження.

Слід підкреслити, що в умовах динамічного розвитку ринкового середовища, в якому функціонує підприємство, єдино правильним креативним напрямом розвитку бізнесу залишається інноваційний в поєднанні з прийняття рішень у режимі реального часу – динамічно та об'єктивно.

Для визначення впливу інновацій, та перспектив інноваційного розвитку, Міжнародна школа інноваційного бізнесу INSEAD (Франція) у співпраці з Корнельським університетом і Світовою організацією інтелектуальної власності починаючи з 2007 року, щорічно розраховують Глобальний індекс інновацій (Global Innovation Index). Дослідження оцінює елементи національних економік, у яких протікають інноваційні процеси, зокрема інститути, людський капітал, дослідницьку діяльність, інфраструктуру, рівень розвитку ринку та бізнесу. Відповідно до глобального індексу інновацій 2019 року Україна входить в топ-50, займаючи 47-ме місце. Однак слід взяти до уваги, що в 2018 була на 43 місці, а значить вона уступила на 5 позицій. [1]

Компанія Mind спільно з платформою відкритих інновацій Re:actor, компанією KPMG в Україні та за підтримки компанії Asbis представили перший в Україні Індекс інноваційності українських компаній. Дослідження охоплює 50 компаній у 10 галузях української економіки. Банки, металургія, енергетика, АПК, транспорт, телекомунікації, фармацевтика, ритейл, споживчі ринки, нерухомість. Найбільший індекс у агросфері має «Агропросперіс» (78) з індексом готовності до змін 88 та інноваційністю бізнес-процесів 87. В сфері ритейлу лідером є «Сільпо-Фуд» з індексом 80, з інноваційністю бізнес-процесів – 90. Їх основної інновацією є використання аналітики великих даних для створення персоналізованих пропозицій і емоційного клієнтського досвіду. [2]

Інноваційні ресурси під впливом управлінських дій та ефекту синергії інтегруються з інноваційним потенціалом. Подальша його реалізація призводить до структурних й якісних змін у ресурсах (їх покращення та оптимізації), досягнення інноваційної мети підприємства та переходу його на новий (вищий) рівень. Таким чином забезпечено поступальний інноваційний його розвиток. Інноваційний потенціал з одного боку інтегрує в собі ресурси, з іншого - дає поштовх їх розвиткові на майбутнє. Нарощування потенціалу здійснюється за інтенсифікації використання ресурсів, а не збільшення їх обсягів.

Інноваційний потенціал є сукупністю ресурсів, необхідною для інноваційної діяльності під впливом певних чинників на можливості використання цих ресурсів для створення та/або впровадження (реалізації) інновацій. Це дає змогу досягти стратегічної мети підприємства в системі стратегічного управління ним і забезпечити його інноваційний розвиток. [3]

Стратегічне управління загалом - організація специфічних процесів, які відбуваються на підприємстві та навколо нього, спрямованих на вияв, прогнозування та задоволення потреб людей. [4]

На засаді зазначеного управління забезпечено стабільний стан діяльності підприємства з його здатністю до функціонування та розвитку для досягнення довгострокової мети.

Інноваційна стратегія має спонукати до дії всі функціональні відділи підприємства в системі стратегічного управління ним, оскільки зусилля менеджерів усіх рівнів і відділів необхідно спрямовувати на постійне вдосконалення процесів, найзначиміших для досягнення стратегічної мети підприємства. Так забезпечують його безперервне функціонування й інноваційний розвиток.

Досягненню стратегічної мети підприємства сприяє інноваційний підхід у виконанні стратегічних завдань. На засаді поєднання ресурсноцільового, системного та функціонального наукових підходів до стратегічного управління й інноваційного потенціалу.

В умовах розвитку управління комерційною діяльністю важливо підтримувати ініціативність і творчий підхід до виконання стратегічних завдань, а це дає змогу поновлення підприємства та розвитку його в інноваційному напрямі.

До того ж важливе значення має сам процес впровадження інновацій.

Представимо основні принципи для якісної розробки та впровадження інновацій:

1. Впровадити інновації як стати частину корпоративної культури.
2. Забезпечити усередині компанії розуміння цінності нових ідей.
3. Створити креативну група для розробки, удосконалення та впровадження інновацій з числа співробітників.
4. Застосовувати матеріальні і нематеріальні методи мотивації, для збільшити ефективності діяльності по впровадженню інновацій.
5. Встановити співробітництво з ученими, науковцями та науковими установами.
6. Вдосконалювати якості співробітників компанії додатковою освітою: тренінги, курси, конференції.

В умовах сучасного існування більшість національних підприємств вводять певні зміни в свою роботу як з клієнтами, так і всередині компанії. Контролінг, як система дозволяє перевести підприємство на абсолютно новий рівень в теорії і практиці управління підприємством. Основними функціями контролінгу є планування, регулювання і контроль. Всередині компаній створюють відділи «тайм-менеджменту», аби організувати час співробітників та аби допомогти їм досягнути максимальної ефективності. Прикладом стратегічних рішень в умовах карантину та глобального фінансового кризису більшість підприємств вводять політику скидок та промокодів, в зв'язку з карантинном. Monobank ввели додатковий кешбек при здійсненні покупок на PlayStation Store, Xbox | Microsoft Store, Netflix, MEGOGO, AppStore, Google Play та інших. Навіть в «книжному бізнесі» - «Альпіна.Книги» представили серію з 70 книг, що стали безкоштовні під час карантину.

Враховуючи вищевикладене підсумуємо, що основними факторами якісного розвитку інноваційного процесу є держпідтримка; правильний вибір самих інновацій; коректний спосіб впровадження інновацій. З вдало застосованими інструментами стратегічного управління креативне підприємництво є перспективним напрямом розвитку національних підприємств.

Література: 1. Global Innovation Index [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.globalinnovationindex.org> 2. Результати дослідження Mind Innovation Index 2019.// Mind: журналістський бізнес-портал, про бізнес, економічні, культурні та соціальні події. – 2019. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://mind.ua/>

publications/20203121-mind-innovation-index-2019-shtuchnij-intelekt-ale-piratskij-soft.

3. Верхоглядова Н. І., Каширнікова І. О. Методичний підхід до визначення інноваційного потенціалу підприємства/ Н. І. Верхоглядова, І. О. Каширнікова // Ефективна економіка – 2015 – №11 – С. 23-26. 4. Тертичка В. В. Стратегічне управління: навч. посібник / В. В. Тертичка – К.: «К.І.С», 2015. – С. 71-73. 5. Volker Staack, Branton Cole. Key insights from PwC's Innovation Benchmark/ V. Staack, B. Cole // PwC's Innovation Benchmark. – 2017 – С. 1-21.- [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.pwc.com/gr/en/publications/assets/innovation-benchmark-report.pdf>.

## **ПОВЕДІНКОВА ЕКОНОМІКА ЯК ВАЖЛИВИЙ МЕЙНСТРИМ ЕКОНОМІЦІ СЬОГОДЕННЯ**

Канд. екон. наук, доц. Повод Т. М.

*ДВНЗ «Херсонський державний аграрно-економічний університет»*

Виникнення в економічній теорії напрямку «поведінкової економіки» по праву може вважатися одним із самих значимих і цікавих напрямів розвитку економічної науки за останні десятиліття. Для врахування людської поведінки економісти протягом століть створювали певний формалізований опис, характеристику основних якостей і способу дій економічних агентів у процесі взаємодії з іншими економічними суб'єктами [1,2].

Науковцями було узагальнено основні закономірності в поведінці суб'єктів, які виступають розважливими, беземоційними максимізаторами. Це знайшло своє відображення у концепціях використання моделі так званої «економічної людини» [3].

Термін «людина економічна» застосовувався до будь-якого суб'єкта, який у процесі своєї діяльності в різних формах, взаємодіє в умовах ринку з іншими суб'єктами. Створення такої концепції було обумовлено необхідністю дослідження саме проблеми вибору і мотивації в процесі фінансово-господарської діяльності суб'єктів. При цьому метою дослідження був не сам процес вибору, а саме результат вибору, тобто модель «людини економічної» склалася не в результаті спеціального вивчення людини та її поведінки на ринку в різних ситуаціях, а була введена як апіорне припущення для потреб побудови економічної теорії [1].

Відповідно до положень неокласики, модель «економічної людини» має наступні основні характеристики [4]:

- існування сукупності переваг і обмежень, у зв'язку з чим дія індивіда завжди відбувається в ситуації обмеженості ресурсів і носить характер вибору;
- здатність до оцінки: суб'єкт завжди здатний порівняти альтернативні блага, вони для нього взаємозамінні (діє принцип «усе має свою ціну»).

Але результати соціологічних досліджень ставлять під сумнів раціональність прийняття рішень суб'єктами. В дійсності люди ведуть себе нераціонально, вони діють спонтанно, іноді зовсім не враховують свої майбутні інтереси, спираючись тільки на теперішню вигоду і інколи роблять небезпечний вибір. Ірраціональна поведінка суб'єкта об'єднує три основні риси: обмежена раціональність, проблеми з самоконтролем та суспільний вплив. Тому людині досить складно іноді обрати те, що є для неї найкращим, така вже людська природа [5].

Формування сучасної поведінкової економіки розпочалося з теорії перспектив (пояснення поведінки в умовах ризику), яка була розроблена Д. Канеманом і А. Тверським. Дослідження Д. Канемана показали, що під впливом своїх примх (які іноді дуже важко пояснити) суб'єкти досить часто приймають нерозумні, з економічної точки зору, рішення. Ці рішення часто не вигідні їм самим. «Раціональним» економістам було важко повірити у висновок Д. Канемана. Так, наприклад, більшість людей готова витратити 20 хвилин на те, щоб знайти магазин, в якому можна купити калькулятор за

10 дол. США, замість того, щоб відразу купити його за 15 дол. США. Водночас ці самі люди не стануть витрачати час на пошуки піджака за 120 дол. США, якщо можуть відразу купити його за 125 дол. США. В обох випадках економія становить 5 дол. США. «Спочатку я думав, що з людьми щось не те, але мені знадобилося кілька років, щоб зрозуміти, що насправді щось негаразд із загальноприйнятою економікою, описаною в підручниках» [6].

Д. Канеман і А. Тверські розвинули теорію перспектив, створивши кумулятивну теорію перспектив. Функція кумулятивної теорії відображає значення суб'єктивних ймовірностей при прийнятті не окремих, а множинних рішень. На відміну від теорії очікуваної корисності, теорія перспектив доводить, що схильність до ризику суб'єкта змінюється залежно від того, чи відчуває він себе в полі виграшу, чи в полі втрат. Даний ефект має назву диверсифікована схильність до ризику [7]. Згідно із запропонованою ними теорією перспектив, учасники ринку менше керуються точними розрахунками, ніж думають автори економічних моделей. Приймаючи рішення, суб'єкти регулярно помиляються, і їхні помилки можна передбачати й класифікувати. Людям властиво недооцінювати шанси настання дуже ймовірної події, якщо є хоча б один шанс зі ста проти. Так, в ході експерименту, суб'єкти відмовлялися від більш вигідної пропозиції, навіть при мінімальній ймовірності отримання нульового результату, і погоджувалися на менш вигідну, але достовірну пропозицію.

Сьогодні поведінкова (біхевіористська) економіка – це теорія, що вивчає вплив соціальних, когнітивних і емоційних чинників на ухвалення економічних рішень окремими особами і установами та наслідки їхнього впливу на ринкові зміни (ціні, прибуток, розміщення ресурсів). Поведінкова економіка може бути використана для розробки і ефективних програм і для прийняття важливих економічних рішень.

На нашу думку при впровадженні будь яких фінансових технологій необхідно враховувати поведінку суб'єктів ринку. Поведінку яка може бути як раціональною, так ірраціональною і, що є важливим фактором при впровадженні тих чи інших технологій, та є ефективним для покращення діяльності. Проведені дослідження свідчать про необхідність запровадження поведінкової теорії, яка визначає, що ринкові агенти не в повній мірі здатні проаналізувати та спрогнозувати ситуацію.

Література: 1. Кривий В.І. Передумови виникнення поведінкової економіки / В.І. Кривий // Науковий вісник Херсонського державного університету. Економічні науки. - Херсон, 2016. - Вип. 18. - С. 12-16. 2. Чернобай Л.І. Поведінкова економіка: сутність та підходи до визначення / Л.І. Чернобай, Ю.О. Широн // Психологічні виміри культури, економіки, управління : науковий журнал. - Львів, 2016. - Вип. VIII. - С. 71-78. 3. Кизима Т.О. Поведінкові фінанси у концепціях класичної та інституціональної теорій / Т.О. Кизима // Світ фінансів. - Тернопіль, 2013. - Вип. 3. - С. 7-18. 4. Маршалл А. Основы экономической науки. / А. Маршалл // Предисл. Дж. М. Кейнса ; Пер. с англ. В. И. Бомкина, В. Т. Рысина, Р. И. Столпера. Москва, 2008. – 832 с. – (Антология экономической мысли). 5. Пилипенко Н.М. Можливості застосування інструментарію поведінкової економіки при проведенні економічної політики в Україні / Н.М. Пилипенко, В.В. Беляєва // Економіка та держава. - Київ, 2019. - № 5. - С. 95-100. 6. Прочан А. О. Аналіз теорій поведінкової економіки / А.О. Прочан // Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. - Запоріжжя, 2014. - № 5(80). - С. 107-110. 7. Kahneman D., Tversky A. Advances in prospect theory : Cumulative representation of uncertainty. Journal of Risk and Uncertainty, 1992. № 4. С. 297–323.

## ПРОБЛЕМАТИКА ДОСЛІДЖЕННЯ КАТЕГОРІЙ «КОНКУРЕНЦІЯ» ТА «КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ»

Аспірант Подзізей О. О.,  
канд. екон. наук, доц. Шматковська Т. О.,  
Гордійчук А. Ю.

*Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки*

Дослідженням проблеми конкуренції та конкурентоспроможності до 90-х років ХХ століття в Україні не займалися через відсутність необхідності, а зараз, в умовах діючої економічної системи та серйозної конкурентної боротьби, це питання набуває особливої актуальності.

Для того щоб краще розуміти сутність поняття «конкуренція», варто знати, що під ним приховано. Як зазначають науковці Зав'ялов П.С. та Райзберг Б.А., конкуренція – це економічний процес взаємодії, взаємозв'язку й боротьби між виступаючими на ринку підприємствами з метою забезпечення кращих можливостей збуту своєї продукції, задоволення різноманітних потреб покупців. І з цим важко не погодитися, так як кожен виробник намагається витіснити іншого, щоб отримати максимальну вигоду із своєї праці.

На нашу думку, конкуренція підштовхує суб'єктів підприємницької діяльності не зупинятися на досягнутому, а постійно самовдосконалюватися, покращувати якість продукції, знижувати витрати пов'язані з виробництвом, що пропонуються на ринку, підвищувати свою конкурентоспроможність.

Також, вона виконує такі функції як стимулювання, регулювання, ціноутворення, розподілу, контролю та інновацій. Кожна із цих функцій щось вбачає, а саме регулювання – виробник (підприємець) повинен розуміти чого потребує покупець, стимулювання – прагнути до звершення нових вершин, ціноутворення - впливає на рівень індивідуальних витрат на виробництво будь-якого товару, зводячи їх до суспільно необхідних, які, в свою чергу, і визначають виважену ринкову ціну товару, розподіл – отриманий дохід розподіли відповідно до того як кожен працював, завдяки функції контролю – є контроль за тим щоб не виникали стійкі окремі суб'єкти ринку. Не менш важливою є і функція інновацій відповідної з якою необхідно постійно вдосконалювати технологічну базу при цьому не підіймаючи ціну продукції.

Спроможність підприємства брати участь у конкуренції створює якісно новий показник його успішної діяльності на певному ринку – поняття конкурентоспроможності. Конкурентоспроможність з латинської перекладається як суперництво, а загалом - це багаторівнева економічна категорія, складовими рівнями якої є: товар, технологія, підприємство, регіон, галузь і країна. Усі ці рівні взаємозалежні, і оцінка їх стану в першу чергу визначається станом справ на першому рівні [2].

В реаліях сучасності конкурентоспроможність товарних ринків є проблемою державної безпеки. Ми вважаємо, що необхідно досліджувати взаємозв'язок між конкурентоспроможністю країни в цілому, підприємств, конкретних товарів, для того щоб відбулася адаптація підприємства до ринкових умов. Існує система проблемних аспектів для суб'єктів господарювання, що обумовлюють виникнення труднощів у визначенні своєї конкурентоспроможності, а саме: не високий рівень інформаційного забезпечення, відсутність чітких цілей та завдань оцінювання, інтуїтивний характер проведення оцінки та відсутність єдиної методологічної бази.

Варто зазначити, що саме конкурентоспроможність є синтезом багатьох економічних категорій. Згідно наукової літератури, конкурентоспроможність – це позиція країни, яка зумовлена економічними, соціальними та політичними чинниками на внутрішньому та зовнішньому ринках. За умов відкритої економіки вона може визначатися і як здатність країни (підприємства) протистояти міжнародній конкуренції на власному ринку і ринках інших країн [1].

З огляду на вищесказане, ми б хотіли запропонувати власні заходи покращення дотримань умов конкурентоспроможності: потрібно ставити перед підприємствами чітко сформульовані та досяжні цілі, створення якомога прозорішої системи ведення бізнесу, варто орієнтуватися на особисті інтереси організацій, їх пріоритетність інтересів, створення атмосфери відкритого суперництва з регулярним підведенням підсумків так званих «змагань».

Доцільно підсумувати, що основним завданням і головною функцією конкуренції – є завоювання ринку. Та не варто забувати, що у веденні бізнесу все ж таки потрібно бути готовим до різних ситуацій. На нашу думку, уміння бути конкурентоспроможним надасть можливість господарюючим суб'єктам бути на щабель вищим за інші, вчасно реагувати на нововведення, вдосконалюватися та керувати всіма потрібними процесами – саме це і дозволить бути першим у своїй справі.

Література: 1. Гетьман О. О. Економічна діагностика : навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів / Гетьман О. О., Шаповал В. М. – К.: Центр навчальної літератури, 2007. – 307 с. 2. Звіт про конкурентоспроможність економіки України – 2010 [Електронний ресурс]. – Режим доступу з: [www.feg.org.ua](http://www.feg.org.ua)

## **УПРАВЛІННЯ ФІНАНСАМИ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ КОРОНАВІРУСУ**

Д-р юрид. наук, канд. екон. наук, проф.  
кафедри фінансів та кредиту Попова Л. М.  
*Харківський національний університет будівництва та архітектури*  
студентка спеціальності 075 «Маркетинг»  
першого (бакалаврського) ступеня вищої освіти Рейзлер Є. Д.  
*Харківський національний університет будівництва та архітектури*

Нині в Україні все частіше можна почути про реформування економіки, що пов'язано з економічною кризою, пандемією коронавірусу тощо. Зважаючи на цей факт, суб'єкти підприємництва починають більш глибоко замислюватися над використанням своїх фінансів для вдалої та прибуткової політики господарювання. У зв'язку з цим виникає необхідність формування такого фінансового механізму, завдяки якому б відбувалося підвищення результативності фінансової діяльності, оптимізація прибутковості, мінімізація ризиків тощо, тобто здійснювалося ефективне управління фінансами суб'єктів господарювання.

Вчені досі не можуть прийти до спільної думки щодо функціонування чи сутності фінансового механізму. Так, Л. Лазебник вважає, що фінансовий механізм це механізм управління процесом практичної реалізації функцій фінансів і принципів розбудови фінансової системи та фінансової політики, ґрунтуючись на нормах фінансового права [1]. На думку А С. Львовичкіна, фінансовий механізм виступає як сукупність форм і методів фінансового впливу, що охоплюють систему фінансових індикаторів та фінансових інструментів, які дають змогу реалізувати та оцінити вплив державних органів влади й управління на темпи та пропорції суспільного розвитку [2]. У наукових колах фінансовий механізм визначають ще як сукупність фінансових методів та важелів впливу на формування і використання фінансових ресурсів з метою забезпечення функціонування й розвитку державних структур, суб'єктів господарювання і населення. Функціонування фінансового механізму ґрунтується на організаційно-правових положеннях та фінансовій інформації, які забезпечують практичне використання фінансів для досягнення визначених цілей і завдань [3].

Можна дійти до висновку, що фінансовий механізм – це система управління фінансами, призначена для організації взаємодії фінансових відносин і грошових фондів із метою оптимізаційного впливу на кінцеві результати виробництва.

Значення управління фінансами суб'єктів господарювання заключається в такому формуванні роботи фінансових служб, яке дасть змогу залучати додаткові

фінансові ресурси на досить вигідних умовах, інвестуючи їх із найбільшим ефектом, та проведення прибуткових операцій на фінансовому ринку.

На рис. 1 представлено основні завдання фінансового механізму.

Серед часто використовуваних та найбільш впливових є такі методи:

- фінансове планування (представляє собою умовний розподіл бюджету на певні проекти);
- фінансовий облік (представляє собою обробку інформації щодо активів та пасивів підприємства);
- фінансовий аналіз (представляє собою аналізування певних інвестицій);
- контроль (нагляд та керування фінансовим механізмом).

Працюючи за цими методами, фінансовий механізм досягає досить суттєвих результатів в управлінні фінансами суб'єкта господарювання.

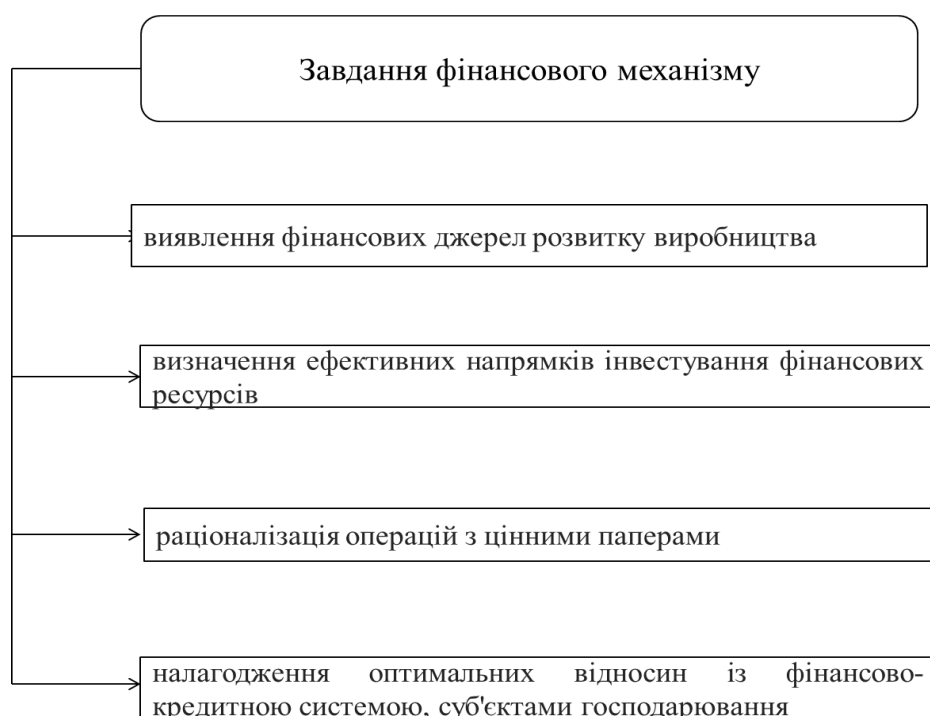


Рисунок 1 – Основні завдання фінансового механізму [4]

І хоча суб'єктом управління фінансами підприємств є керівний та фінансовий апарат системи органів управління на підприємстві, однак задля здійснення вигідного управління фінансами та економікою країни в цілому необхідно мати тверду опору, у ролі якої має виступати економіка держави. У зв'язку зі спалахом епідемії коронавірусу населення країн опинилося у вкрай скрутному економічному становищі через введення обмежувальних заходів та запровадження заходів соціального дистанціювання і мобілізації громади з метою запобігання зараженню і врятування життя людей. Вказані заходи прямо вплинули на діяльність суб'єктів підприємництва, оскільки підприємці були вимушені зменшити ділову активність або взагалі її припинити. Відбулося різке падіння низки фондових індексів: Shanghai (SSEC) знизився на 1,4%; зведений індекс великих європейських компаній Stoxx Europe 600 упав на 0,4%; британський FTSE 100 – на 0,8%; німецький DAX – на 0,1%; французький CAC 40 – на 0,7%; індекс Доу-Джонса – на 0,2%; S&P 500 – на 0,3%; Nasdaq Composite – на 0,35%. Падіння ключових індексів на китайському фондовому ринку досягло піку – 8% [5].

Уряд України під час пандемії коронавірусу, прийняв ряд досить важливих законодавчих та інших нормативно-правових актів, зокрема, Закон України «Про

внесення змін до Податкового кодексу України та інших законів України щодо підтримки платників податків на період здійснення заходів, спрямованих на запобігання виникненню і поширенню коронавірусної хвороби (COVID-19)» від 17.03.2020 №533-IX [6] та «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України, спрямованих на забезпечення додаткових соціальних та економічних гарантій у зв'язку з поширенням коронавірусної хвороби (COVID-19)» від 30.03.2020 №540-IX [7]. Згідно із вказаними законодавчими актами Урядом країни запроваджено податкові канікули, здійснено врегулювання орендних відносин, запровадження окремої допомоги у зв'язку з частковим безробіттям, введення мораторію на перевірку суб'єктів господарювання тощо. У зв'язку із запобіганням виникненню і поширенню коронавірусної хвороби (COVID-19) прийнято нормативно-правові акти, що суттєво впливають на діяльність всіх без винятку суб'єктів господарювання та на управління їх фінансами.

Отже, для успішного управління фінансами суб'єктів господарювання, вдалого та вигідного вирішення їх фінансових проблем необхідно мати тверду опору, у ролі якої має виступати економіка держави. Особливо актуальним є дане твердження в умовах пандемії коронавірусу, коли все населення країни опинилося залежним від рішень влади та її дієвих кроків у напрямку підтримки не тільки суб'єктів господарювання, а кожного громадянина нашої держави.

Література: 1. Лазебник Л. Щодо теорії фінансової політики: дослідження в координатах організаційно-економічних відносин. 2006. № 9 (63). С. 51-64. 2. Львовичкін С. В. Макрофінансова стабілізація в Україні у контексті економічного зростання : монографія. Київ : Наша культура і наука, 2003. 431 с. 3. Фінансовий механізм та його роль у реалізації фінансової політики. Фінанси: підручник. URL: [https://pidruchniki.com/12800528/finansii/finansoviy\\_mehanizm\\_yogo\\_rol\\_realizatsiyi\\_finansovoyi\\_politiki](https://pidruchniki.com/12800528/finansii/finansoviy_mehanizm_yogo_rol_realizatsiyi_finansovoyi_politiki). 4. Управління фінансами підприємств. URL: [https://pidruchniki.com/15290527/finansii/upravlinnya\\_finansami\\_pidpriyemstv](https://pidruchniki.com/15290527/finansii/upravlinnya_finansami_pidpriyemstv). 5. Коронавірус у Китаї: як епідемія впливає на економіку й бізнес. Новини України «24 канал». URL: [https://24tv.ua/investment/koronavirus\\_u\\_kitayi\\_yak\\_epidemiya\\_vplivaye\\_na\\_ekonomiku\\_y\\_biznes\\_n1278840](https://24tv.ua/investment/koronavirus_u_kitayi_yak_epidemiya_vplivaye_na_ekonomiku_y_biznes_n1278840). 6. Про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законів України щодо підтримки платників податків на період здійснення заходів, спрямованих на запобігання виникненню і поширенню коронавірусної хвороби (COVID-19): Закон України від 17.03.2020 р. № 533-IX URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/533-20>. 7. Про внесення змін до деяких законодавчих актів України, спрямованих на забезпечення додаткових соціальних та економічних гарантій у зв'язку з поширенням коронавірусної хвороби (COVID-19): Закон України від 30.03.2020 р. № 540-IX URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/540-20>.

## **МІНОВА ВАРТІСТЬ ЯК КОНЦЕНТРОВАНІЙ ВИРАЗ ЕКОНОМІКИ**

Канд. екон. наук, доц. Приходько Д. О.

*Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Економіка є найважливішою частиною менеджменту та підприємництва [1]. Тому підвищення ефективності економіки – це одночасно й підвищення ефективності менеджменту та підприємництва.

Серед проблем економіки досі центральною і актуальною є неоднозначність визначення сутності, змісту і характеру зв'язку трудової, споживчої та мінової вартості. Але особливо важливою є проблема встановлення найважливіших аспектів мінової вартості. Метою даного дослідження є рішення цієї проблеми.

Огляд літературних джерел свідчить про те, що вперше термін і поняття «мінова вартість» застосовує вже Аристотель у зв'язку з визначенням ролі та місця хрематистики, яку він не ототожнював з економікою [2]. Якщо в економіці він



розглядає тільки споживчу вартість, тобто вартість продукту, то в хрестоматії він був змушений аналізувати саме вартість товару, вартість продукту для продажу, обміну – тобто мінову вартість. Встановивши розмежування між споживчою і міноюю вартістю, Аристотель зробив спробу її аналізу. Він вказував, що рівність між товарами, несхожими один на одного, може з'явитися в обміні лише за умови, якщо в товарах є щось рівне. Однак не зміг правильно відповісти на це питання. Для цього необхідно було визнати роль витрат праці, як джерела вартості товарів. Однак Аристотель помилково вважав, що обмін, мінова вартість є результат рівності потреб.

На думку автора доповіді в даний час вся практика вивчення обміну, ринку, маркетингу свідчить, що ні потреби, а можливості, (причому всіх суб'єктів обміну: виробники, покупці, конкуренти і держава) забезпечують обмін. Потреби лише запускають механізм наявних фінансових можливостей. Якщо немає грошей – ніякі потреби не забезпечать обмін!

Аристотель неточний і в оцінці значення грошей при обміні товарів: він вважав, що гроші роблять порівнянними різні товари. «В якості заміни потреби, за угодою між людьми, виникла монета ...» [2]. Минула після Аристотеля економічна практика переконує, що не гроші, а рівні витрати праці на виробництво різних товарів уможливають їх обмін; гроші лише виконують технічну функцію загального еквівалента вартості, загального еквівалента обміну рівних витрат праці.

Після Аристотеля найбільш помітний внесок в поняття мінової вартості внесли маржиналісти (Е. Бем-Баверк (1851-1914), Ф. Візер (1851-1926), Я. Вальрас (1834-1910) та інші) [3]. Вони вважали, що в основі мінової вартості лежить споживча вартість. Однак, якщо бути точним в основі мінової вартості лежить не тільки трудова і споживча (правильніше – купівельна) вартості, але і приховані, які зовні не виявляють себе, вартості витрат праці і таких учасників обміну, як конкуренти і держава. Звичайно, на перший погляд створюється враження, що зовні безпосередньо в обміні беруть участь тільки трудова і купівельна вартості, тобто витрати праці тільки виробника і покупця товару. При цьому кожен з учасників обміну намагається максимально компенсувати свої витрати праці. При цьому різні учасники обміну поповнюють по-різному свої, відмінні від інших учасників понесені витрати праці. Так, покупець обмінює на товар свої грошові можливості (теж витрати його праці, які визначаються величиною його заробітної плати); виробник і конкурент – витрати праці, упредметнені в вироблених ними товарах, держава – через податки повертає вартість витрат праці, наприклад, на підготовку фахівців для підприємств, на утримання армії, поліції.

Висновки: саме мінова вартість є істинною, об'єктивною мірою, що враховує всі види витрат праці, упредметнені в товарі; тому економіка (організація будь-якої вартості) в найбільш повному, в концентрованому, прояві, вираженні виступає як організація саме мінової вартості.

Література: 1. Бабайлов В. К. Менеджмент : Наука и практика: учебник. Х. : ХНАДУ, 2015. 276 с. 2. Экономическое учение Аристотеля. *Economics.Studio* : веб-сайт. URL: <https://cutt.ly/IrDGMdf> (дата звернення: 10.12.2019). 3. Бартенев С. А. Экономические теории и школы (история и современность) : курс лекций. М. : БЕК, 1996. 352 с.

## РОЗВИТОК ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ В УКРАЇНІ

Канд. екон. наук, доц. Пчелянська Г. О., студентка Марковська А. О.  
*Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ*

Однією з найбільш значних змін, яку зараз переживає бізнес, є стрімкий розвиток та впровадження електронної комерції. З урахуванням стрімкого розвитку web- та інтернет технологій, електронна комерція набирає оберти у світовому масштабі

і формується як окрема галузь економіки. Щодня все більше підприємств різних країн світу впроваджують у свою діяльність інструменти електронної комерції. Це в свою чергу дозволяє їм залучати нових клієнтів і збільшувати свій прибуток. Це особливо стосується сфери торгівлі, яка на сьогодні активно переходить в онлайн-продажі.

До засобів електронної комерції відносять:

- електронний обмін інформацією;
- електронний рух капіталу;
- електронну торгівлю;
- електронний маркетинг;
- електронний банкінг і т. д [2, с. 74].

До переваг засобів електронної комерції можна віднести:

- істотне зниження витрат на організацію та функціонування інфраструктури господарської діяльності;
- зниження витрат на рекламу;
- підвищення конкурентоспроможності та мінімізація собівартості товару;
- скорочення часу виходу на ринки, оперативність виконання господарських договорів;
- отримання доступу до глобальних ринків та істотне розширення ринку збуту товарів і послуг для продавця;
- доступність інформації про товари і послуги, що реалізуються;
- розширений вибір товарів і послуг для покупця [3, с. 216].

Крім вітчизняних площадок українці також використовують і зарубіжні сервіси електронної комерції. Наприклад, зростання популярності сервісу AliExpress, можна пояснити широким вибором пропозицій, можливістю оплати кредитними картками та значно низькі ціни. Загалом, із створенням все більш активного простору електронної комерції в Україні, популярність зарубіжних майданчиків стає все нижчою, а вітчизняні суб'єкти все більше використовують досвід бізнес моделей інших країн, впроваджуючи його у власне функціонування. Найбільша група майданчиків в сегменті онлайн-торгівлі – це проекти компанії EVO – Prom.ua, Bigl.ua, Crafta.ua, Shafa.ua. Всі вище перераховані сайти є маркетплейсами. За попередній рік українці витратили на них 14,2 мільярди гривень, що майже на 70% більше в порівнянні з роком, що передував раніш [1].

Зважаючи на проведений аналіз розвитку сфери електронної торгівлі в Україні, можна сформулювати наступні довгострокові перспективи для суб'єктів електронної торгівлі:

- 1) постійне накопичування користувачів мережі Інтернет значно розширює можливості по залученню споживачів товарів та послуг;
- 2) споживачі з кожним днем все більше користуються інформаційними технологіями у всіх сферах життя, в тому числі і здійснення операцій через мережу Інтернет;
- 3) суб'єкт електронної комерції завжди має потенціал до розширення за рахунок охоплення нових, відмінних від звичних, сегментів ринку, а також залучення інших верств населення.

Онлайн-торгівля є одним з найбільш динамічних ринків і входить в невелике число тих сегментів економіки, які розвиваються незважаючи на кризу, коливання валюти та інші проблеми, з якими країна зіткнулася в останні роки. На електронну комерцію в контексті ведення бізнесу починають звертати увагу навіть досить консервативні підприємці. Адже для багатьох є практично неосвоєним джерелом залучення клієнтів, з великими перспективами зростання.

Отже, спостерігаємо, що електронний ринок набирає значних обертів. Вітчизняна електронна комерція знаходиться на початку інтернетеволюції та

демонструє високі темпи зростання. Бар'єри для входу на інтернет-ринок порівняно невисокі, а переваги електронної торгівлі для користувачів і підприємців відчутні [4].

Література: 1. Електронна комерція в Україні 2019: цифри і факти: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://webexpert.com.ua/ua/elektronna-komertsiya-v-ukrayini-2019>. 2. Маловичко С.В. Аналіз сучасних тенденцій та динаміки розвитку електронної торгівлі на підприємствах України / С.В. Маловичко // Проблеми економіки. – 2015. – № 2. – С. 71-77. 3. Шалева О. І. Електронна комерція / Шалева О. І. Навч. посіб. – К.: Центр учбової літератури, 2018. – 216 с. 4. Марусей Т.В. Основні тенденції розвитку ринку електронної комерції в Україні / Т.В. Марусей // Економіка та суспільство. – 2018. – №14. – С.1011-1015.

## URBAN SPACE – ЭСКЛЮЗИВНАЯ КРЕАТИВНОСТЬ УКРАИНСКИХ ГОРОДОВ

Канд. философ. наук, доц. Радионова Л. А.  
*Харьковский национальный университет городского хозяйства  
имени А. Н. Бекетова*

Последние десятилетия эпитет «креативный» для обозначения города стал синонимом слова «успешный». Идея креативного города появилась в конце 1980-х и многие аналитики видят причину появления этой теории в потребности преодоления кризиса, захлестнувшего многие города в период глобальной трансформации индустриальной экономики и переходу к экономике «новой», во многом отрешившейся от материальных ценностей. Ломка старых парадигм оказалась наиболее болезненной именно для городов, и в особенности для городов исторически индустриальных, поскольку их костный скелет не поспевал за гибкостью новых времен постиндустриального мира. Таким городам, оказавшимся запертыми в своем прошлом, стал необходим новый жизненный импульс. Теоретики креативного города утверждают, что каждый город имеет уникальные особенности, способные в прямом смысле «воссоздать» его.

Теоретическая составляющая концепции «креативного города» восходит к нескольким другим теориям, которые появились практически одновременно с ней, а поэтому являются не столько ее предшественниками, сколько воплощением единой идеи и единой неизбежности на пересечении разных дисциплин. Теория «креативной экономики» связана с именем Джона Хокинса и его книгой «Креативная экономика: как люди делают деньги из идей», в которой он исследовал взаимосвязь экономики и креативности в условиях сдвига экономических приоритетов от «данных» и «финансов» к «идеям», «способностям» и «обучаемости», как составляющим экономического успеха.

Другим сателлитом теории креативного города является концепция «креативного класса», изложенная в ряде работ Ричарда Флориды, начиная с книги «Восхождение креативного класса». Наиболее известным теоретиком «креативного города» считается Чарльз Лэндри, он выпустил ряд публикаций на эту тему и возглавил организацию «Comedia», которая длительное время оказывала консультационные услуги городским властям, анализируя потенциал городов и выдвигая креативные идеи по их развитию. Посещая нашу страну с аналогичной целью, Ч. Лэндри отмечал: «В Украине люди образованы не хуже, может быть, даже лучше, чем в Британии, – дело только в мышлении и обучении» [1]. Наиболее известной книгой Лэндри является «Креативный город: инструментарий для городских инноваторов», где автор представляет ряд подходов к креативному мышлению и поведению в контексте градостроительного проектирования. Лэндри оперирует понятием «креативная среда» (но уже не в абстрактном, а в пространственном понимании), подразумевая под ним материальное пространство, в котором происходит рождение идей и оригинальных

концепций, состоящее из твердой инфраструктуры зданий и инфраструктуры совершенно нового типа: «мягкой» инфраструктуры коммуникационных сетей, которая включает инфраструктуру ментальную, интеллектуальную [2].

Лэндри представил креативность как многомерное и прикладное понятие, абсолютным условием для которого является восприятие города как чего-то большего, чем сумма его инфраструктур, но включающего всю совокупность инициатив экономической, социальной и культурной сфер. Главное допущение теории «креативного города», его «философия», состоит в том, что каждый город имеет намного больший потенциал, чем может казаться на первый взгляд.

Одним из примеров таких успешно реализованных практик креативности является Ивано-Франковский ресторан Urban Space 100 (у него 100 учредителей, поэтому такое название). Проект запустился в 2014 году. С тех пор он успешно работает на благо города, только за два первых года работы он профинансировал 38 городских проектов на сумму почти в 595 тысяч гривен, а в 2018 году перечислил на финансирование социальных проектов около 1 млн грн. Это общественный ресторан, который 80% своей прибыли направляет на поддержку городских проектов. Forbes написал про деятельность ресторана так: «Большие муралы, новые игровые площадки и еще 104 инициативы в юго-западном украинском городе Ивано-Франковск постоянно финансируются уникальной программой – рестораном Urban Space 100» [3].

Ресторан быстро превратился в центр общения гражданских активистов и стал популярной креативной площадкой, на которой проходят дискуссии, ворк-шопы, презентации, концерты, показы фильмов и т. д. Urban Space это социальная инновация, социальный бизнес, место встреч, место для активности, место для человека. Туристы иногда специально заезжают в Ивано-Франковск по дороге в горы, чтобы зайти в ресторан.

Вдохновившись примером Ивано-Франковского Urban Space-100, организаторы (платформа «Мой город» и IT-пространство IQspace) создали похожий проект в Одессе – общественный ресторан 4City, 70% от прибыли которого уходят на реализацию социальных проектов по развитию Одессы, а его основателями стали 300 меценатов, каждый из которых вложил по 1000 долларов.

На его счету уже более 20-ти профинансированных проектов, в частности, компьютерное оснащение приюта, создание мастерских по переработке пластиковых отходов, реставрация полотен и создание автоматизированной системы продажи билетов в Художественном музее, установка боксов для уборки за собаками в городских парках и создание ресурса GladPet для помощи животным из приютов. На сайт каждый одессит может подать свою идею социального проекта для города.

Подобный проект запустился в Киеве – Urban Space 500. Все мероприятия бесплатные: лекции, дискуссии, музыкальные ивенты с открытым доступом. Хотя есть несколько фильтров: первый – не проводятся политические мероприятия, второй – не допускается коммерческая реклама и пропаганда любой дискриминации, реализуется «право на город» для всех горожан, благодаря чему формируется сообщество активных и неравнодушных людей, которые заботятся о своем городе [4].

В такой форме реализации креативности нет нигде в мире, и сейчас у основателей Urban Space более 250 запросов на франшизы ресторана такого типа в других городах из 15 стран мира. В Украине новые рестораны такого типа планируются открыться, в Краматорске и Полтаве, за границей ведут переговоры с Торонто и Берлином.

Литература: 1. Креативный прорыв украинских городов. <https://nv.ua/opinion/kreativnyj-proryv-ukrainskikh-horodov-2457230.html> 2. Лэндри Ч. Креативный город: инструментарий для городских инноваторов / Пер. с англ. В. Гнедовский, М. Хрусталева. М.: Классика-XXI, 2006. 399 с. 3. Forbes написал про украинский краудфандинг ресторан Urban Space 100. <https://bzh.life/mesta-i-veshi/forbes->

napisali-pro-ukrainskiy-kraudfanding-restoran-urban-space-100 4. Радионова Л. А. Радионова О. Н. Право на город: философский контекст / Материали Міжнародній науково-практичній конференції «Економіко-правові виклики 2018 м. Львів: Національна академія наукового розвитку. НАНРС. 145-148.

## **ПРО СТАН ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ ХАРКІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ<sup>1</sup>**

Рожкова Т. М.

*заступник начальника відділу підготовки статистичних  
публікацій управління поширення інформації та комунікацій  
Головного управління статистики у Харківській області*

У 2018 р. в Харківській області функціонувало 154 002 суб'єкти господарювання, з них 23 793 – підприємства, 130 209 – фізичних осіб-підприємців.

За останні три роки спостерігається збільшення кількості підприємств та поступове зменшення кількості фізичних осіб-підприємців. Так, у порівнянні з 2017 р. кількість підприємств збільшилась на 5,3% (або 1196 од), з 2016 р. – на 16,4% (або 3358 од), а кількість фізичних осіб-підприємців по відношенню до 2017 р. зменшилась на 0,5% (або 661 од), до 2016 р. – на 5,7% (або 7816 од).

За видами економічної діяльності найбільше суб'єктів господарювання зосереджено у оптовій та роздрібній торгівлі, ремонті автотранспортних засобів і мотоциклів (42,5% загальної кількості), інформації та телекомунікаціях (15,3%), промисловості (7,8%).

Кількість зайнятих працівників суб'єктів господарювання у 2018 р. порівняно з 2017 р. збільшилась на 8,2% та склала 607,2 тис. осіб. На підприємствах області було зайнято 371,0 тис. осіб, у фізичних осіб-підприємців – 236,2 тис. осіб, що більше проти попереднього року на 4,7% та 14,1% відповідно.

За видами економічної діяльності найбільше було зайнято працівників у промисловості (30,4% загальної кількості), оптовій та роздрібній торгівлі, ремонті автотранспортних засобів і мотоциклів (29,9%). У сільському, лісовому та рибному господарстві; інформації та телекомунікаціях було зайнято по 5,3%.

Обсяг реалізованої продукції (робіт, послуг) суб'єктами господарювання Харківської області у 2018 р. склав 447 499,8 млн.грн, що становить 4,5% від загальних обсягів по Україні. У порівнянні з минулим роком обсяги реалізованої продукції (робіт, послуг) по області збільшилися на 15,8%, у порівнянні з 2016 р. – на 40,3%.

Підприємствами області було реалізовано продукції (робіт) та надано послуг на суму 377 177,8 млн.грн, фізичними особами-підприємцями – 70 322,0 млн.грн, що становить 84,3% та 15,7% загального обсягу відповідно.

Найбільша частка обсягу реалізованої продукції (робіт, послуг) належить суб'єктам господарювання оптової та роздрібною торгівлі, ремонту автотранспортних засобів і мотоциклів (38,1% загального обсягу реалізації) та промисловості (36,8%). Значне збільшення обсягу реалізації суб'єктами господарювання у 2018 р. по відношенню до попереднього року спостерігається за такими видами економічної діяльності: будівництво (на 44,7%), охорона здоров'я та надання соціальної допомоги (на 42,5%), освіта (на 31,9%). Слід зазначити, що у оптовій та роздрібній торгівлі, ремонті автотранспортних засобів і мотоциклів обсяг реалізованої продукції (робіт, послуг) збільшився на 14,9%, у промисловості – на 14,1%

<sup>1</sup> Дані наведено без урахування результатів діяльності банків та бюджетних установ.

Фінансовий результат до оподаткування підприємств за 2018 р. становив 13885,2 млн.грн прибутку, що на 41,8% більше, ніж у 2017 р.

Прибутковими підприємствами, частка яких у загальній кількості становила 72,2%, отримано 25084,1 млн.грн прибутку, що на 22,6% більше, ніж у 2017 р.

За підсумками 2018 р. по області збиток отримали 27,8% підприємств, якими допущено 11198,9 млн.грн збитків.

Значних збитків зазнали підприємства промисловості – 5875,6 млн.грн (26,6% збиткових підприємств від загальної кількості підприємств), оптової та роздрібною торгівлі, ремонту автотранспортних засобів і мотоциклів – 1779,3 млн.грн (23,8%), підприємства, що займаються операціями з нерухомим майном – 1082,6 млн.грн (37,4%).

За попередніми підсумками, у 2019 р. фінансовий результат до оподаткування великих та середніх підприємств становив 4996,9 млн.грн прибутку (у 2018 р. – 7086,6 млн.грн).

Прибутковими підприємствами, частка яких у загальній кількості становила 77,6%, отримано 10916,5 млн.грн прибутку, що на 19,9% менше, ніж у 2018 р.

Основна його частина сформована у промисловості (70,3% від загальної суми прибутку), в оптовій та роздрібній торгівлі, ремонті автотранспортних засобів і мотоциклів (14,1%), сільському, лісовому та рибному господарстві (8,3%).

У 2019 р. підприємствами допущено збитків на суму 5919,6 млн.грн, що по відношенню до 2018 р. менше на 9,4%. Найбільші обсяги збитків отримано у промисловості (75,0% від загальної суми збитків); сільському, лісовому та рибному господарствах (6,2%), транспорті, складському господарстві, поштової та кур'єрській діяльності (6,0%), операціях з нерухомим майном (4,9%).

Частка збиткових підприємств порівняно з 2018 р. збільшилась на 2,8 в.п. і становила 22,4%. Значна кількість збиткових підприємств спостерігалась у транспорті, складському господарстві, поштової та кур'єрській діяльності (44,4%), операціях з нерухомим майном (30,0%), промисловості (25,4%), сільському, лісовому та рибному господарстві (24,1%).

Література: 1. Головне управління статистики у Харківській області : вебсайт. URL: <http://kh.ukrstat.gov.ua>. 2. Державна служба статистики України : вебсайт. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

## **СИСТЕМИ РЕГУЛЮВАННЯ МАЛОГО І СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ У РОЗВИНЕНИХ КРАЇНАХ СВІТУ**

Канд. екон. наук, доц. Сидорченко Т., магістрант Гаран Р.  
*Бердянський державний педагогічний університет*

Система регулювання та підтримки малого бізнесу в Європі почала формуватися у 70-ті роки минулого століття, при якій було ліквідовано адміністративні бар'єри для малого бізнесу, внесено зміни до оподаткування податком на додану вартість, у соціальну політику держав, а також скориговані умови фінансування малого бізнесу[1].

У березні 2010 р. ЄС було прийнято нову стратегію економічного розвитку «Європа-2020»: стратегія розумного, стійкого та всеосяжного зростання. Цей документ визначив п'ять стратегічних цілей розбудови ЄС на вказаний період: підвищення зайнятості, розвиток наукових та науково-дослідних розробок, зміна клімату/енергії, підвищення рівня освіти, подолання бідності та соціальної ізоляції. Означені цілі зумовили перегляд усього спектра політик ЄС, у тому числі у сфері підтримки малих та середніх підприємств [2].

У Франції державна політика спрямована на створення і зростання нових МСП,

економічний розвиток регіонів і збільшення зайнятості, на активізацію інноваційної діяльності, розвиток електронного бізнесу і вдосконалення системи обслуговування МСП з метою забезпечення їх економічної стійкості і високої конкурентоспроможності на світових ринках. Ця політика відбита в п'ятирічних планах і програмах, погоджених урядом із регіонами і фінансується ними в рівних частках, із залученням засобів із фондів ЄС і приватного капіталу. Програми реалізуються державними й уповноваженими партнерськими організаціями. Міністерство фінансів, економіки і промисловості (МФЕП) комплексно вирішує питання реалізації національної економічної і технічної політики, для цього в МФЕП створено «Управління торговими, ремісничими підприємствами і підприємствами щодо надання послуг». [3].

Влада Німеччини підтримує інтерес населення до ведення підприємницької діяльності, даючи сімейним підприємствам малого або середнього розміру значні податкові послаблення. Існують програми щодо фінансування МСП, у рамках яких надаються кредити, у тому числі довгострокові, під понижені і фіксовані на тривалий термін процентні ставки. Програми регіональної підтримки підприємців включають інвестиційну допомогу у вигляді грантів або додаткового зниження ставок за кредитами. Ці заходи передбачені головним чином для бізнесу, розташованого в певних регіонах з несприятливими умовами, а також для інвестування пов'язаної з бізнесом інфраструктури і туристичних об'єктів. Окрема увага приділяється сприянню виходу на зарубіжні ринки, для цього проводиться спеціальне консультування, організуються ярмарки, виставки тощо.

У Німеччині існує спеціалізований урядовий орган, що здійснює підтримку МСП, який має достатні ресурсні можливості і повноваження – Директорат малого і середнього бізнесу, ремісництва, послуг і вільних професій.

Державна політика Великобританії спрямована на покращення ефективності регуляторної політики, на ліквідацію застарілого і неефективного регулювання та створення зручних нормативних принципів і вирішення невідповідностей у системі регулювання [4]. Програма Уряду націлена на створення кращих у світі умов розвитку сектора МСП. Виконавчий орган щодо вдосконалення регулювання (The Better Regulation Executive) відіграє провідну роль у просуванні програми заходів, спрямованих на спрощення регулювання.

Найважливішою частиною ефективною стратегії регулювання та її реалізації, а також роботи Виконавчого органу є дотримання п'яти принципів. Відповідно до принципів кожне регулювання повинно бути: прозорим, підзвітним, пропорційним, послідовним і цілеспрямованим. Політика Уряду Великобританії є досить ефективною щодо підтримки конкурентоспроможності національних виробників у всіх секторах економіки за допомогою реалізації стратегії вдосконалення організації системи органів державної влади і зниження адміністративних бар'єрів та регулювання. Великобританія займає найкращі позиції в Європі у рейтингу легкості ведення бізнесу (за даними Світового банку) [5].

Пріоритетною сферою підприємницької діяльності у Великобританії визначено інновації.

Досвід підтримки і розвитку МСП в Японії відрізняється високим рівнем впливу держави на основні процеси реформування економіки країни.

Основними елементами державного регулювання малого і середнього підприємництва є такі:

1. Фінансування і бюджетне субсидування фундаментальних досліджень і програм розробки нових технологій, здійснюваних державними інститутами і дослідницькими центрами разом з приватними компаніями [6].

2. Підтримка розвитку малого і середнього бізнесу, що включає пільгове кредитування, підтримку технічних проектів, відлагоджену інфраструктуру підтримки малих і середніх підприємств, систему захисту від зловживань з боку великих суб'єктів підприємництва і т. д. Необхідно відзначити, що малі підприємства значно залучені в

державні проекти.

3. Грошово-кредитне регулювання, у тому числі гнучке варіювання облікової ставки, особливо в час криз. Таким чином, взаємодія вказаних елементів сприяє розвитку малого і середнього бізнесу Японії [7].

Досвід зарубіжних країн переконливо показує, що сталий розвиток малого і середнього підприємництва можливе лише за наявності політичної волі держави сформулювати необхідні для цього соціальні, економічні, правові, політичні і інші умови.

Література: 1. Попело О.В. Мале підприємництво як джерело економічного розвитку у високорозвинених країнах / О.В.Попело // Вісник Чернігівського державного технологічного університету. - 2014. - № 3(75).-С.122-134. 2. Europe 2020 [Електронний ресурс]. - Режим доступу: «[http://ec.europa.eu/europe2020/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/europe2020/index_en.htm). 3. SME Policy Index.Eastern Partner Countries 2012 Progress in the implementation on the small business act for Europe [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://ufpp.gov.ua/content/PDF>. 4. Митропан С.О. Світовий досвід державного регулювання підприємництва / С. О. Митропан // Вісник КНУТД. - 2011. -№ 4. - С. 163-168. 5. Doing Business 2016: Doing Business in a More Transparent World. - Washington: Published by IFC. - 2015. – 199 р. 6. Лех Г. А. Світовий досвід розвитку підприємств малого бізнесу / Г. А. Лех, М. М. Ільчишин, О. Я. Туркало // Науковий вісник НЛТ України: зб. наук.-техн. праць. - 2011 -Вип. 21.15. - С. 224-229. 7. Васильєва Л. М. Розвиток малого підприємництва в зарубіжних країнах / Л. М. Васильєва // Держава та регіони. - 2010. -№ 2. - С. 55-58.

## **ТРЕНЕРСЬКА ДІЯЛЬНІСТЬ ЧЕРЕЗ РЕАЛІЗАЦІЮ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ АКТИВНОСТІ**

Зав.каф фіз.культури і спорту, доц. Сірик В. С., ст. викл. Мащенко О. М.  
*Харківський національний університет будівництва та архітектури*

Фізична культура і спорт як соціальний інститут і специфічний вид професійної діяльності активно впливає на розвиток здорового суспільства і зазнає нині глибокі кількісні, структурні і якісні перетворення. Вони зумовлені, насамперед, новими соціально-економічними, демографічними і політичними умовами.

Останнім часом спорт став важливою галуззю економіки багатьох країн, зокрема й України. До цієї галузі залучені чималі матеріальні та фінансові ресурси та велика кількість робочої сили. Постійно удосконалюються й розробляються нові моделі управління спортом і його фінансування. Разом з тим тенденції стрімкої комерціалізації й професіоналізації спорту, з одного боку, а також гостра конкуренція навколо бюджетних коштів – з іншого, свідчать про те, що спортивні керманічі мають навчитися самостійно одержувати прибуток з наявних у їх розпорядженні ресурсів. Тому питання підприємництва у сфері спорту мають перебувати у фокусі уваги як дослідників, так і функціонерів спорту [1].

Передумовами розвитку підприємницької діяльності у сфері спорту є:

- наявність та розмаїття форм власності й видів господарювання. Ця передумова найбільш значуща, бо є передумовою формування конкурентного середовища. Конкуренція спортивних організацій впливає на якість надаваних ними послуг, зростання професійного рівня персоналу;

- необмежена кількість учасників конкуренції, рівний, вільний доступ на ринок і вихід з нього. Це означає, що будь-яка спортивна організація має право займатися підприємницькою діяльністю, одержувати прибуток;

- рівний доступ усіх спортивних організацій і установ до наявних ресурсів. Йдеться про те, що всі суб'єкти господарської діяльності повинні мати рівні можливості використання природних факторів, придбання спортивного устаткування й



технологій, одержання кредитів, залучення робочої сили. Усе це створює ефект рівних стартових можливостей і робить реальною активну підприємницьку діяльність;

- наявність у кожного учасника конкурентної боротьби повного обсягу ринкової інформації, що створює можливість вибору послуги споживачем.

Підприємницька діяльність у сфері фізичної культури і спорту на сьогодні здійснюється:

- індивідуальними підприємцями, тому що більшість професійних спортсменів і тренерів виступають на спортивному ринку праці як приватні підприємці;

- спортивними клубами, лігами, федераціями та іншими організаціями в спорті;

- підприємствами, що спеціалізуються на виробництві спортивних товарів, послуг та інформації у сфері фізкультури й спорту (підприємства, що виготовляють спортивний одяг, взуття, спорядження й атрибутику; спеціалізовані телевізійні канали й радіокомпанії; спортивні друковані видання тощо). Виділяють такі функції підприємництва в галузі спорту:

- загальноекономічну, що проявляється в участі суб'єктів ринку товарів та послуг спортивного призначення в суспільному поділі праці;

- ресурсну, спрямовану на ефективне використання як відтворюваних, так і обмежених ресурсів;

- інноваційну, обумовлену потребою в безперервному техніко-технологічному розвитку організацій у сфері спорту;

- організаторську, що полягає в прийнятті власниками майна самостійних рішень щодо організації й диверсифікації власної справи;

- соціальну, спрямовану на можливість надання робочих місць іншим.

У цілому, спортивне підприємництво – особливий вид бізнесу, що потребує певних знань та умінь від підприємця (в першу чергу, стосовно спорту та комерції). Спортивне підприємництво вимагає не тільки організаторських здібностей, але й глибокого знання складових спортивної науки – анатомії, біохімії, фізіології, раціонального харчування, спортивної медицини, психології й педагогіки спорту, спортивного менеджменту та маркетингу [2].

Розвиток підприємницької діяльності у сфері фізичної культури і спорту забезпечує високу ефективність її функціонування. Ефективне підприємництво у сфері фізичної культури та спорту можливе лише за наявності певної ситуації – підприємницького середовища, тобто ринкової системи відносин, а також свободи підприємця, яка дозволяє приймати найбільш ефективні рішення.

Література: 1. Мічуда Ю. Проблеми розвитку підприємництва у сфері спорту для всіх / Ю. Мічуда // Теорія і методика фізичного виховання і спорту. – 2007. – № 1. – С. 82-86. 2. Площинська А. Розвиток державної політики в галузі фізичної культури та спорту в сучасній Україні / А. Площинська // Молода спортивна наука України. – 2008. – Вип. 12, Т. 2. – С. 158-162.

## **ОБҐРУНТУВАННЯ РОЗРОБКИ ДОРОЖНЬОЇ КАРТИ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В ХАРКІВСЬКОМУ РЕГІОНІ**

Канд. екон. наук, доц. Смачило В. В.,  
здобувач ступеня «магістр» Синіло О.

*Харківський національний університет будівництва та архітектури*

Сучасні трансформації соціально-економічних систем вимагають застосування нових методичних підходів для прийняття управлінських рішень. Одним з таких методів, який є новим для країн пострадянського простору, є метод дорожнього картування (road map). Широкої популярності цей метод в країнах заходу набув в останній чверті ХХ ст. та виконує як прогностичну функцію, так і функцію планування.

У загальному випадку дорожні карти націлені на інформаційну підтримку процесу прийняття управлінських рішень з розвитку об'єкта картування.

Дорожня карта - управлінська конструкція, що одержала широке поширення в практиці стратегічного управління і займає проміжне положення між стратегією і стратегічним планом. З одного боку, вона дозволяє конкретизувати стратегію розвитку об'єкта управління і представити її реалізацію у вигляді послідовності логічно впливають одне з одного, взаємопов'язаних дій. З іншого - є більш гнучким інструментарієм, ніж стратегічний план, так як може коригуватися в будь-який момент часу при настанні змін або після реалізації подій, представлених в дорожній карті, і істотного уточнення бачення управлінської ситуації. Своєчасне коригування уявлення про управлінську ситуації за допомогою дорожньої карти служить інформаційною базою для прийняття подальших рішень стратегічного характеру.

Дорожня карта забезпечує управління і поліпшення кожного процесу виробничої структури завдяки застосуванню циклу Демінга, або PDCA (Plan-Do-Check-Act, тобто «Плануй-Роби-Перевірй-Коректуй / Дій»). PDCA - це скорочений запис наукового методу: плануй (визнач стратегічну мету, сформулюй цілепокладання); роби (визнач основні кроки (віхи) досягнення поставленої мети); перевірй (застосуй інструменти бережливого виробництва для контролю проведених дій, застосуй управлінські рішення для перевірки ефективності обраних рішень); коректуй / дій (сформулюй стандарт за підсумками виконаних дій, проведи аудит, внеси коригування) [1,2].

В основу дорожньої карта розвитку соціального підприємництва в Харківського регіону покладено Стратегію розвитку Харківської області на 2021-2027 роки [3].

Стратегія розвитку Харківської області на 2021-2027 роки розроблена згідно з чинним законодавством: Законом України «Про стимулювання розвитку регіонів» (від 08.09.2005 № 2850-IV), Законом України «Про засади державної регіональної політики» (від 05.02.2015 № 156-VII), Порядком розроблення регіональних стратегій розвитку і планів заходів з їх реалізації, а також проведення моніторингу та оцінки результативності реалізації зазначених стратегій і планів заходів, затвердженим постановою Кабінету Міністрів України від 11.11.2015 №932 (зі змінами), Методикою розроблення, проведення моніторингу та оцінки результативності реалізації регіональних стратегій розвитку та планів заходів з їх реалізації, затвердженою наказом Міністерства регіонального розвитку, будівництва та житлово-комунального господарства України від 31.03.2016 №79 (у редакції від 27.02.2018), а також на виконання рішення Харківської обласної ради від 28.02.2019 № 915-VII [3]. Стратегія розроблена з урахуванням Цілей Сталого Розвитку, затверджених на Саміті Організації Об'єднаних Націй зі сталого розвитку, основних положень проекту Державної стратегії регіонального розвитку на період до 2027 року: «Розвиток та єдність, орієнтовані на людину» та досвіду розробки та реалізації «Стратегії розвитку Харківської області на період до 2020 року» (2015р.), «Стратегії сталого розвитку Харківської області до 2020 року» (2010р.), «Стратегії соціально-економічного розвитку Харківської області на період до 2015 року» (2008р.), «Стратегії соціально-економічного розвитку Харківської області на період до 2011 року» (2004р.).

Стратегічні цілі розвитку Харківської області до 2027 р. є такі [3]:

- Стратегічна ціль 1. Забезпечення високої якості життя населення на всьому просторі регіону;
- Стратегічна ціль 2. Забезпечення чистого оточуючого середовища на всьому просторі регіону;
- Стратегічна ціль 3. Побудова конкурентоспроможної та смарт-спеціалізованої просторової економіки з високою доданою вартістю;
- Стратегічна ціль 4. Забезпечення інвестиційно привабливого клімату в регіоні і створення інноваційної та інвестиційної інфраструктури;

– Стратегічна ціль 5. Забезпечення європейського рівня управління та самоврядування в регіоні.

Стратегічні цілі реалізуються через низку оперативних цілей і завдань.

В межах оперативної цілі 1.3. Забезпечення доступної і якісної освіти на всіх рівнях, а саме підцілей: 1.3.9. Розбудова системи «Освіта впродовж життя»; 1.3.10. Створення технологічних платформ на базі наукових установ і закладів вищої освіти у смарт-спеціалізованих напрямках розвитку економіки; 1.3.11. Інтеграція вищої освіти в європейський простір, а також оперативної цілі 3.3. Підтримка розвитку малого та середньобізнесу та підцілей: 3.3.2. Розширення інфраструктури підтримки малого та середнього бізнесу; 3.3.3. Забезпечення доступу суб'єктів малого та середнього підприємства до фінансових, трудових і земельних ресурсів; 3.3.4. Удосконалення системи підготовки фахівців малого та середнього бізнесу; 3.3.5. Ресурсно-інформаційна підтримка розвитку малого та середнього підприємництва, доцільно вибудовувати дорожню карту розвитку соціального підприємництва.

Огляд існуючої нормативно-правової бази дозволив становити, що розвиток соціального підприємництва відповідає стратегіям більш високого рівня та стратегічним і операційним цілям, що актуалізує розробку дорожньої карти за цим напрямком. Доцільно, спираючись на закордонний досвід, розробляти заходи в цій сфері: проекти підтримки фінансової, освітньої, інформаційної, нормативно-правової.

Література: 1. Бутенко А.І., Шлафман Н.Л. Інституційні механізми підвищення ефективності використання потенціалу малого підприємництва // Економічні інновації. - Випуск № 57. - 2014. – с. 43-50. 2. Янчук М. Б. Дорожні карти як метод державного регулювання інтегративного розвитку авіабудівних підприємств України [Електронний ресурс] / М. Б. Янчук // Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності. - 2013. - Вип. 2(1). - С. 203-208. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Traeiv\\_2013\\_2\(1\)\\_34](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Traeiv_2013_2(1)_34). 3. Стратегія розвитку Харківської області на 2021-2027 роки. URL: [http://www.strategy.kharkiv.ua/docs/kharkiv\\_region\\_strategy\\_project.pdf](http://www.strategy.kharkiv.ua/docs/kharkiv_region_strategy_project.pdf)

## **ІНТЕЛЕКТУАЛЬНА ВЛАСНІСТЬ: ЕКОНОМІКО-ПРАВОВИЙ АСПЕКТ**

Канд. екон. наук, доц. Ткачов М. М.

*Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»*

Інтелектуальна власність, як і будь-який інший вид власності, часто є об'єктом протиправних дій з боку третіх осіб і відповідно потребує правового захисту. Згідно із законодавством України, право інтелектуальної власності включає в себе особисті немайнові права (право на визнання людини творцем об'єкта інтелектуальної власності та ін.). І майнові права (право на використання об'єкта інтелектуальної власності, право дозволяти або перешкоджати неправомірному використанню та ін.). Обсяг прав на об'єкт інтелектуальної власності визначено нормативно-правовими актами, зокрема, Цивільним кодексом України та відповідними законами. При проведенні досліджень проблем інтелектуальної власності з економічної точки зору, традиційно приділяють увагу питанню про те, як стимулювати створення результатів інтелектуальної діяльності, доступ до яких обмежений завдяки наявності виняткових прав на об'єкти інтелектуальної власності - таким чином, надаючи їм «статус власності», в результаті чого правовласнику надається можливість встановлювати ціну на доступ до результатів інтелектуальної діяльності, яка перевищує їх маргінальну вартість [1-3].

Багато економістів звикли вважати, що використання, наприклад, торгових марок направлено проти конкуренції, так як товари під торговими марками будь-якого бренду продаються за вищою ціною, ніж інші рівноцінні товари. Але істина криється, як вірно вказує Р.А.Познер [2], у відмінності між номінальною вартістю товару і повною вартістю споживаного товару. Повна вартість складається з номінальної вартості і витрат на пошук споживачів, і ці витрати нижче для брендівих товарів, тому

повна вартість таких товарів повинна бути не вище повної вартості товарів-замінників. Відповідно торгова марка перестає охоронятися, якщо виробник не підтримує якість свого товару на певному рівні, отже, в даному випадку така марка більше не несе в собі корисну для споживача інформацію.

Хоча сама торгова марка не є правом на інтелектуальну власність, вона може використовуватися в якості методу, що стимулює створення або поширення таких прав. Наприклад, ціни на брендові лікарські препарати зазвичай залишаються високими навіть після закінчення терміну дії патенту і появи на ринку ідентичних за своїм хімічним складом препаратів-замінників, які коштують набагато дешевше. Якщо існування такого бренду було досить успішним, особливо коли на ринку були відсутні товари-замінники до того часу як термін дії патенту закінчився, споживачі цілком можуть звикнути до цього торговому позначенню. І навіть якщо ця торгова марка не увійшла до загального вжитку для позначення товарів певного роду, споживачі будуть скептично ставитися до того, що товар-замінник, що має іншу назву, хоча і ідентичний за своїми властивостями тому товару, який споживач купував раніше, дійсно хорошої якості. Таке ставлення споживачів може бути абсолютно раціональним: деякі споживачі будуть продовжувати купувати брендовий товар навіть в тому випадку, коли на ринку є більш дешеві товари-замінники, і навіть тоді, коли вони платять за товар більше, ніж раніше (виробник брендівих товарів, втративши споживачів, гнучких щодо ціни товару, може зіткнутися з проблемою зниження попиту серед залишився частини споживачів). Через великих інвестицій в торгову марку виникає ситуація, що нагадує захоплення заручників, в якому виробник (заручник) сильно зацікавлений в збереженні якості товару на колишньому рівні (що залежить не від хімічної формули, а від терміну дії товару, контролю якості та упаковки), щоб не втратити своїх споживачів [4-8].

З огляду на існування секретних винаходів, навчання, торгових марок та інших засобів, за допомогою яких можна покрити фіксовані витрати понесені при розробці винаходу, виникає питання, чи впливає наявність патенту, що обмежує подальшу конкуренцію, на отримання будь-яких соціальних переваг. Одна з причин по якій в якійсь мірі захист надається патентним правом, вигідна з соціальної точки зору, це великі суспільні витрати на збереження результату інтелектуальної діяльності в таємниці. Причому метод інтерналізації вигод, отриманих від винаходу, отримав би більшого поширення, якби патентів взагалі не було [9-12]. Такі витрати частково є обов'язковими: ліцензування секретів виробництва - це складний і вартісний процес, тому що в ході ліцензійних переговорів секрет може бути випадково розкритий. При цьому втрати, які несе власник секрету в зв'язку з низькою продуктивністю секрету виробництва у власній галузі - це суспільні витрати секрету виробництва [13-14].

Література: 1. Pererva P.G. Kocziszky György, Szakaly D., Somosi Veres M. Technology transfer.- Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI», 2012.- 668 p. 2. Познер Р.А. Интеллектуальная собственность:экономико-правовой подход.- Режим доступа: <http://www.privatelaw.ru> 3. Товажнянский В.Л. Антикризисный менеджмент производственно-комерческой деятельности предприятий машиностроения / В.Л.Товажнянский, П.Г.Перерва, Т.А.Кобелева // Государство и рынок: механизмы и методы регулирования в условиях преодоления кризиса: монография.- СПб.: Астерион, 2010.- Т.2.- п.6.2.- С. 254-264. 4. Перерва П.Г., Коциски Д., Верес Шомоши М., Кобелева Т.А. Комплаенс программа промышленного предприятия.– Харьков-Мишкольд : ООО «Планета-принт», 2019. – 689 с. 5. Товажнянский В.Л., Перерва П.Г., Кобелева Т.О. Банкротство, санация та реструктуризация підприємства як економічні категорії антикризового управління // Вісник НТУ «ХПІ». – Харків : НТУ "ХПІ", 2015. – № 59 (1168). – С. 148-152. 6. Ткачова Н.П., Перерва П.Г. Развитие методів аналізу фактичного стану конкурентних переваг підприємства // Економіка розвитку. – 2011. – № 4. – С. 116-120. 7. Перерва П.Г. Трудоустройство без проблем (искусство самомаркетинга). – Харьков : Фактор, 2009. – 480 с. 8. Гончарова Н.П., Перерва П.Г., Яковлев А.И. Маркетинг инновационного процесса // Учебное пособие - К.: ВИРА-Р, 1998.- 267с. 9. Кобелева Т.О. Показники і критерії оцінки кон'юнктури товарного ринку / П.Г.Перерва, Т.О.Кобелева // Зб. тез доп. 5-ї Міжнар. наук.-практ. конф. "Маркетинг інновацій і інновації в маркетингу" 29 вересня-1 жовтня 2011 р. – Суми : ТОВ "ДД "Папірус",

2011. – С. 161-163. 10. Кобелева Т.О. Підвищення конкурентоспроможності машинобудівних підприємств на засадах синергетичного бенчмаркінгу / П.Г.Перерва, Т.О.Кобелева, Н.П.Ткачова // Вісник Нац. ун-ту "Львівська політехніка" : зб. наук. праць. Сер. : Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. – Львів : Львівська політехніка, 2015. – № 819. – С. 167-174. 11. Перерва П.Г. Управление маркетингом на машиностроительном предприятии. Харьков : «Основа», 1993. 288с. 12. Гончарова Н.П., Перерва П.Г., Яковлев А.И. Новые технологические системы: качество, потребность, эффективность. К.: Наукова думка, 1989.- 176с. 13. Перерва П.Г., Коциски Д., Верес Шомоши М., Кобелева Т.А. Комплаенс программа промышленного предприятия.– Харьков-Мишкольц : ООО «Планета-принт», 2019. – 689 с. 14. Перерва П.Г. Самомаркетинг менеджера и бизнесмена.- Ростов н/Д: Феникс, 2003. - 592с.

## **БЕНЧМАРКІНГ ЯК ФАКТОРА ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА**

Канд. екон. наук, доц. Ткачова Н. П.

*Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»*

Одним із нових і, на наш погляд, в достатній мірі ефективний з наявних підходів до визначення рівня конкурентоспроможності підприємницьких структур є метод бенчмаркінгу, який набув великого поширення у зарубіжній практиці. Досліджуючи різні джерела, в яких досліджена природа бенчмаркінгу [], можна зробити висновок про те, що в даний час не існує єдиного підходу до визначення видів бенчмаркінгу. Слід зауважити, що на цей час в сфері конкретного середовища існує достатньо багато різних класифікацій та класифікаційних ознак бенчмаркінгу. Виходячи з цього, вважаємо за доцільне, беручи до уваги основне завдання цього дослідження – підвищення рівня конкурентоспроможності машинобудівного підприємства – виділити для подальшого розгляду наступні види бенчмаркінгу:

- внутрішній бенчмаркінг;
- зовнішній конкурентний бенчмаркінг;
- зовнішній внутрішньогалузевий бенчмаркінг;
- зовнішній міжгалузевий бенчмаркінг;
- комбінований внутрішній і зовнішній бенчмаркінг.

На наш погляд, якраз ці види бенчмаркінгу при їх активному застосуванні можуть посприяти меті формування та посилення конкурентних переваг машинобудівного підприємства. Інші, досить популярні види бенчмаркінгу (загальний, функціональний, стратегічний, оперативний і т.п.), мають дещо менше значення для досягнення цілей конкурентоспроможності, їх ефективність і дієвість визначається в більшій мірі внутрішніми процесами на підприємстві та його ресурсними можливостями. У таблиці 1 показаний взаємозв'язок співпраці партнерів по бенчмаркінгу, застосовності зібраних даних і рівня прискорення, яке отримає підприємство, використовуючи різні види бенчмаркінгу.

Таблиця 1 – Порівняння різних видів бенчмаркінгу

Тип бенчмаркінгу	Рівень співпраці	Значущість інформації	Рівень прискорення
<i>Внутрішній</i>	Високий	Висока	Невеликий
<i>Зовнішній конкурентний</i>	Низький	Висока	Середня
<i>Зовнішній внутрішньогалузевий</i>	Середній	Середня	Висока
<i>Зовнішній міжгалузевий</i>	Середній	Низька	Висока
<i>Комбінований(внутрішній і зовнішній)</i>	Середній	Середня	Дуже висока

Не існує «самого кращого» виду бенчмаркінгу. Кожен з них (внутрішній, зовнішній конкурентний, зовнішній галузевий, зовнішній міжгалузевий і комбінований зовнішній і внутрішній) має свої переваги і недоліки, які необхідно брати до уваги [].

*Внутрішній бенчмаркінг* є відправним пунктом будь-якого процесу бенчмаркінгу і завжди розглядається в першу чергу. Якщо організація лише приступає до розробки своєї програми бенчмаркінгу, внутрішній бенчмаркінг є чудовим методом розвинути цю програму і навчити персонал нею користуватися.

*Зовнішній конкурентний бенчмаркінг* ефективний в галузях промисловості з високим рівнем конкуренції, в галузях, де у конкурентів дуже різні підходи до менеджменту і історія розвитку, а також в галузях, що широко використовують нові технології і процеси

*Зовнішній галузевий бенчмаркінг* порівнює підрозділ, для якого проводиться бенчмаркінг, з аналогічними підрозділами кращих світових організацій в рамках загальної промислової категорії (приклади: банківська справа, страхова справа, охорона здоров'я, електроніка).

При *зовнішньому міжгалузевому* бенчмаркінгу процес поширюється за межі конкретної організації і галузі промисловості, охоплюючи і інші галузі. Багато бізнес-процеси є міжгалузевими по своєму вживанню і тягнуться за межі окремих галузей промисловості (наприклад: стосунки з постачальниками, надання послуг, логістика, реклама, найм персоналу).

Найбільш поширеним підходом є комбінація *внутрішнього і зовнішнього* (конкурентного, галузевого і/або міжгалузевого) бенчмаркінгу. Саме ця комбінація зазвичай дає найкращі результати. Використання в практиці роботи промислових підприємств комбінації внутрішнього і зовнішнього бенчмаркінгу надає в більшості випадків в достатній мірі позитивні результати.

Література: 1. Гончарова Н.П., Перерва П.Г., Яковлев А.И. Маркетинг инновационного процесса // Учебное пособие - К.: ВИРА-Р, 1998.- 267с. 2. ТОВАЖНЯНСКИЙ В.Л. Антикризисный менеджмент производственно-комерческой деятельности предприятий машиностроения / В.Л.Товажнянский, П.Г.Перерва, Т.А.Кобелева // Государство и рынок: механизмы и методы регулирования в условиях преодоления кризиса: монография.- СПб.: Астерион, 2010.- Т.2.- п.6.2.- С. 254-264. 3. Перерва П.Г., Коциски Д., Верес Шомоши М., Кобелева Т.А. Комплаенс программа промышленного предприятия.- Харьков-Мишкольц : ООО «Планета-принт», 2019. – 689 с. 4. Кобелева Т.О. Визначення ризику оцінки стану кон'юнктури вітчизняного ринку асинхронних двигунів / П.Г.Перерва, Т.О.Кобелева // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2012. – № 1. – С. 79-88. 5. Pererva P.G. Kocziszky György, Szakaly D., Somosi Veres M. Technology transfer.- Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI», 2012.- 668 p. 6. Перерва П.Г. Комплаенс-программа промышленного предприятия: сущность и задачи / П.Г.Перерва // Вісник НТУ «ХПІ».- Сер. : Економічні науки. – Харків : НТУ "ХПІ", 2017.– № 24 (1246).– С. 153-158. 7. Кобелева Т.О. Підвищення конкурентоспроможності машинобудівних підприємств на засадах синергетичного бенчмаркінгу / П.Г.Перерва, Т.О.Кобелева, Н.П.Ткачова // Вісник Нац. ун-ту "Львівська політехніка" : зб. наук. праць. Сер. : Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. – Львів : Львівська політехніка, 2015. – № 819. – С. 167-174. 8. Перерва П.Г. Самомаркетинг менеджера и бизнесмена.- Ростов н/Д: Феникс, 2003. - 592с. 9. Кобелева Т.О. Показники і критерії оцінки кон'юнктури товарного ринку / П.Г.Перерва, Т.О.Кобелева // Зб. тез доп. 5-ї Міжнар. наук.-практ. конф. "Маркетинг інновацій і інновації в маркетингу" 29 вересня-1 жовтня 2011 р. – Суми : ТОВ "ДД "Папірус", 2011. – С. 161-163. 10. Перерва П.Г., Коциски Д., Верес Шомоши М., Кобелева Т.А. Комплаенс программа промышленного предприятия.- Харьков-Мишкольц : ООО «Планета-принт», 2019. – 689 с. 11. Ткачова Н.П., Перерва П.Г. Развитие методов анализа фактического состояния конкурентных преимуществ предприятия // Економіка розвитку. – 2011. – № 4. – С. 116-120. 12. Перерва П.Г. Трудоустройство без проблем (искусство самомаркетинга). – Харьков : Фактор, 2009. – 480 с. 13. ТОВАЖНЯНСКИЙ В.Л., Перерва П.Г., Кобелева Т.О. Банкротство, санація та реструктуризація підприємства як економічні категорії антикризового управління // Вісник НТУ «ХПІ». – Харків : НТУ "ХПІ", 2015. – № 59 (1168). – С. 148-152.

## ЩОДО РОЗВИТКУ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Канд. екон. наук, доц. Тохтамиш Т.О.  
*Харківський національний університет будівництва та архітектури*

Підприємницька діяльність є основою економічного і соціального розвитку, вирішення соціальних проблем, подолання бідності та забезпечення високого рівня життя громадян. Набуття Україною конкурентоспроможності у сучасному світі нерозривно пов'язане із модернізацією її економіки. Як засвідчує міжнародний досвід, важливою складовою чинників зміцнення конкурентоспроможності національної економіки є підприємництво.

Сьогодні саме з малим та середнім підприємництвом держава пов'язує надію на швидкі позитивні структурні зміни в економіці, вихід з економічної кризи та створення умов для розширення впровадження ринкових реформ.

Великою мірою роль підприємництва полягає у вирішенні питання зайнятості, що проявляється, насамперед, у здатності малого та середнього бізнесу створювати нові робочі місця і поглинати надлишкову робочу силу. Особливо це стосується нинішнього стану справ в Україні, адже в той час, коли скорочуються робочі місця на великих підприємствах, малі фірми не тільки зберігають, але й створюють нові робочі місця.

Малий і середній бізнес (МСБ) відіграє важливу роль у підвищенні рівня зайнятості населення, послабленні соціальної напруженості, забезпеченні конкурентного середовища, економічної стабільності та інноваційного зростання, створенні передумов для становлення середнього класу [0]. Враховуючи економіко-політичну ситуацію в Україні, виникає потреба дослідити сучасний стан малого і середнього підприємництва, що дозволить з'ясувати напрямки їх розвитку та визначити шляхи покращення підприємницької діяльності.

В сучасних умовах великий вплив на стабілізацію та відновлення національної економіки має підприємництво цілому та частина малих і середніх підприємств. Адже, ефективна діяльність підприємств впливає на економічне зростання та забезпечує зайнятість в країні, що безпосередньо підвищує рівень життя населення.

На відміну від великого, малий та середній бізнес є більш мобільний. Він швидше реагує на вимоги ринку та більш оперативно впроваджує інновації. В Україні в останні роки МСБ набуває все більшого розвитку. За даними Мінекономрозвитку у 2019 р. серед усіх підприємств України малий та середній бізнес складає 99,8%, там працює 79% населення.

Деякі роки тому кількість класних українських брендів була меншою. Якщо подивитись лише на цифри, на початку 2018 року кількість ФОПів складала 1,77 млн, а під кінець року їх було вже 1,84 млн. За даними ООН, на малих та середніх підприємствах виробляється від 30 до 60% національного продукту – залежно від країни. Український же МСБ дає тільки до 15% ВВП [0].

Звіт Doing Business складається за підсумками комплексного дослідження стану реформ у кожній країні за 10 ключовими індикаторами, які використовуються для аналізу економічних результатів і виявлення успішних реформ і оцінки їхньої ефективності. Індекс легкості ведення бізнесу Doing Business є важливим маркером для інвесторів під час ухвалення рішення про інвестиції в ту чи іншу країну світу. За результатами дослідження «Doing Business-2020» Україна посіла 64 місце у рейтингу інвестиційної привабливості, додавши за останні п'ять років 48 позицій. За рік покращились показники у 5 з 10 індикаторів, але у трьох категоріях вони не змінилися, а ситуація з податками та банкрутствами погіршилася [0].

Виходячи з цього, можна говорити про наявність і невирішеність низки проблем, що гальмують розвиток малого і середнього бізнесу в Україні, серед яких:

- загальний стан економіки України;
- монополізація бізнесу, зокрема великого бізнесу, підприємства якого витісняють дрібний бізнес з ринку;
- низька конкуренція на внутрішніх ринках;
- відсутність достатнього стартового капіталу, власних фінансових ресурсів, сировини, матеріалів, приміщень і обладнання для відкриття бізнесу;
- недосконалість податкової системи; високий рівень корупції, нестабільність умов ведення бізнесу, бюрократія, рейдерство;
- нерозвиненість інфраструктури підтримки і розвитку малого підприємництва; декларативна форма державної підтримки;
- нестача кваліфікованого персоналу, відсутність практичних навичок підприємливості працівників у веденні бізнесу, недосконалість системи підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації кадрів для підприємницької діяльності;
- обмежені можливості для захисту від протиправних посягань; надмірна кількість дозволів, норм та ліцензій;
- неефективні та корумповані перевірки; застарілі технічні стандарти.

Слід звернути увагу на те, що ситуація, яка склалася в Україні стосовно розвитку малого і середнього бізнесу потребує негайного вирішення, оскільки статистичні дані та їх прогноз на найближчу перспективу вказують на її погіршення. У розвинених країнах малий і середній бізнес забезпечують половину внутрішнього валового продукту. В Італії середній та малий бізнес забезпечує близько 95% доходу держави. В Україні в останні роки спостерігається збитковість більшості підприємств малого і середнього бізнесу.

Уряд затвердив план заходів з реалізації Стратегії розвитку малого і середнього підприємництва в Україні на період до 2020 року. Планом заходів передбачено виконання завдань, направлених на розширення кредитування малого і середнього підприємництва банками, створення веб-порталу з метою задоволення потреб суб'єктів малого і середнього підприємництва у доступі до якісної інформації, забезпечення розвитку та популяризації культури підприємництва тощо.

Отже, малий і середній бізнес, який виступає однією із рушійних сил розвитку національної економіки, на сьогоднішній день переживає дуже непрості часи. Для вирішення проблем, що перешкоджають його розвитку, мають бути задіяні державні механізми підтримки з урахуванням основних національних і корпоративних інтересів, які спрямовані на ефективне правове забезпечення, фінансово-кредитну підтримку та організаційно-консультаційне забезпечення підприємницької діяльності, стимулювання зовнішньоекономічної діяльності суб'єктів малого та середнього підприємництва тощо.

Література: 1. DOING BUSINESS-2018. Україна в рейтингу Світового банку легкості ведення бізнесу. URL: <http://edclub.com.ua/analytika/doing-business-2018-ukrayina-v-reytingusvitovogo-banku-legkosti-vedennya-biznesu>. 2. Карпова Е.И. Анализ зарубежного опыта поддержки малого бизнеса URL: <http://www.nbu.gov.ua/>. 3. Як підтримати малий бізнес в Україні. URL: <https://eba.com.ua/yak-pidtrymaty-malyj-biznes-v-ukrayini/>.

## **ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ КРЕАТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ В УКРАЇНІ**

Аспірант, викладач Устіловська А. С.,  
студент групи ПТ-21 Байлов І. А.

*Харківський національний університет будівництва та архітектури*

Традиційно прийнято вважати, що економічне благополуччя та могутність країни визначається наявністю в ній природних ресурсів, сприятливого географічного розташування на світових торгових шляхах і розвиненої оброблювальної



промисловості. Однак, як не дивно та незвично це звучить, на сьогодні найбільш перспективним є розвиток креативної індустрії, в якій творча особистість (насамперед в області мистецтва) є генератором соціокультурних ідей і продуктів, котрі мають значну економічну цінність. Саме креативні процеси середини ХХ століття надали серйозного впливу на створення нової, креативної економіки та основного її компонента – креативних (інноваційних) індустрій. Як свідчить практика розвинених постіндустріальних країн, джерелом розвиненості й стабільності в суспільстві в процесі переходу до «економіки творчості» чи «креативної економіки є творча активність населення, котра здатна створювати принципово нові продукти. На сьогодні лідером в креативній економіці по праву визнана Велика Британія, котра розробила та продовжує розробку правової бази, стратегічні та політичні документи розвитку національної економіки через економічну, культурну та соціальну взаємодію.

Проблеми креативної економіки, креативних індустрій в Україні є актуальними на даному етапі розвитку нашої країни. Серед ключових проблем, які були визначені: відсутність інформації про культурні та креативні індустрії на рівні всього регіону (країн Східного партнерства), застаріле сприйняття, розуміння культури та її значення в сучасному світі, залучення зарубіжних фахівців до розробки культурної політики в Україні, способи фінансування культури, очікування суспільства, важливість і потенціал цифрових технологій в сфері культури, роль та значення консолідації спільних зусиль. Основні пріоритети для розвитку креативних індустрій в Україні вбачаємо в : наданні додаткових можливостей для поєднання паралельних культурних процесів, створенні ефективної моделі культурного виробництва, забезпеченні свободи творчості, стимулюванні інноваційного та освітнього потенціалу культури, забезпеченні необхідними креативними кадрами, посиленні ролі культури в суспільстві, стимулюванні та підтримці міжнародного співробітництва. Підтримуючи думки американського економіста, доктора філософії Р.Флориди, вважаємо що оцінити рівень креативності економіки можна, скориставшись його концепцією трьох «Т» : технологій, таланту і толерантності, котрі є рушійними силами креативного століття.

Таким чином, формування креативної економіки є складним багатоплановим і тривалим процесом, який зачіпає інтереси великої кількості регіонів, підприємств та організацій, а також спеціалістів і робітників, які працюють в ній. Раніше в традиційному суспільстві джерелом багатства виступало переважно сільське господарство, в індустріальному – промислове виробництво, в постіндустріальному – це виробництво інтелектуального продукту. Для виробництва останнього, в першу чергу, необхідне інноваційне середовище, тобто поєднання внутрішнього середовища та зовнішніх умов, котрі виступають основним критерієм здійснення ефективної інноваційної діяльності. Такого роду поєднання внутрішнього та зовнішнього в межах однієї території є головною умовою при втіленні концепції «креативного міста» – простору для творчої реалізації мешканців, кінцевою метою якого є створення інноваційного середовища.

Література: Шупта І. М. Креативні індустрії, креативна економіка: історія, теорія та сучасні практики [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://dspace.pdaa.edu.ua:8080/bitstream/123456789/2534/1/%D0%A8%D1%83%D0%BF%D1%82%D0%B0%20%D0%86.%20%D0%9C.%20%D0%9A%D1%80%D0%B5%D0%B0%D1%82%D0%B8%D0%B2%D0%BD%D1%96%20%D1%96%D0%BD%D0%B4%D1%83%D1%81%D1%82%D1%80%D1%96%D1%97%2C%20%D0%BA%D1%80%D0%B5%D0%B0%D1%82%D0%B8%D0%B2%D0%BD%D0%B0%20%D0%B5%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%BC%D1%96%D0%BA%D0%B0%20%20%D1%96%D1%81%D1%82%D0%BE%D1%80%D1%96%D1%8F%2C%20%D1%82%D0%B5%D0%BE%D1%80%D1%96%D1%8F%20%D1%82%D0%B0%20%D1%81%D1%83%D1%87%D0%B0%D1%81%D0%BD%D1%96%20%D0%BF%D1%80%D0%B0%D0%BA%D1%82%D0%B8%D0%BA%D0%B8%20.pdf>

## КРЕАТИВНА ЕКОНОМІКА ЯК НОВИЙ ЕТАП ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ

Аспірант, викладач Устіловська А. С.,  
студентка групи ЕП-21 Демакова Д. Ю.

*Харківський національний університет будівництва та архітектури*

Сучасне функціонування світової економічної системи характеризується новим етапом економічного розвитку, основою якого є домінування знань, інтелектуальної праці, інновацій, досягнень науки і техніки, інформаційних систем. В залежності від вектора досліджень в економічній літературі та в лексиці фахівців все частіше з'являються поняття «нова економіка», «креативна економіка», «інноваційна економіка», «інформаційна економіка», «економіка вражень», «економіка знань». В деяких дослідженнях ці поняття ототожнюють, в інших виділяють, як окремі напрямки розвитку економіки постіндустріального суспільства (нової економіки). Наявність великої кількості поглядів на розуміння поняття «креативна економіка» зумовлює необхідність дослідження сутності цього поняття [1].

Результатами розвитку креативної та культурної економіки будуть постійне зростання концентрації креативних галузей і творчих людей у великих міських агломератах (географічних «креативних центрах»), географічна сегрегація, поглиблення нерівності доходів і відмінностей між розвиненими країнами та рештою світу [2].

Економісти і географи постійно звертали увагу на існування і зосередження капіталу в певних промислових центрах. В даний час у зв'язку з розвитком креативної економіки відбувається міграція населення з традиційних центрів промисловості в нові регіони з високою концентрацією творчих працівників, інновацій та високорозвиненими галузями високих технологій. Креативний сектор на відміну від традиційних галузей промисловості має тенденцію зосереджуватися в великих світових агломераціях. Умовами виникнення подібних «центрів творчості» вже не є ані такі економічні чинники, що існували раніше, як, наприклад, доступність природних ресурсів, транспортних комунікацій або дешевої робочої сили, ані податкові знижки або інші вигоди, які надає фірмам місцевий уряд. Виникнення «центрів творчої активності» обумовлено такими факторами, як концентрація креативних професіоналів, які шукають креативне співтовариство, відкрите для нових ідей, освічений і багатий споживач, а також місця з розвинутою інституціональною інфраструктурою. Тенденція креативного класу залишати традиційні промислові райони і шукати для себе нові місця життя з більш високою концентрацією талановитих і креативних людей, інновацій та сферою високих технологій, що розвивається, в перспективі буде ставати більш помітною [4]. Наслідком концентрації креативних особистостей і креативних індустрій в багатовимірних і неоднорідних містах буде постійне поглиблення географічної сегрегації, яка може, врешті-решт, привести до знелюднення периферійних регіонів. Поступово стануть більш помітними відмінності між високооплачуваною складною розумовою працею в креативному секторі і низькооплачуваною працею з мінімальним рівнем складності, перш за все в сфері послуг. Нерівність доходів, що характеризується коефіцієнтом Джині, в розвинених країнах постійно поглиблюється.

Креативна економіка може розвиватися тільки там, де існують певні умови. Креативна економіка поводиться зовсім інакше, ніж виробничий сектор. Крім того, вона пред'являє зовсім інші вимоги і до географічного розташування її «підприємств». Креативна економіка формується не там, де існує дешева робоча сила, а перш за все там, де сконцентровані творчі голови і є багатий споживач.

Передумовами зростання питомої ваги креативної економіки в ВВП є освіта і високий рівень доходів споживачів, знання і професійна підготовка зайнятих в

креативному секторі, а також відкритий новим ідеям робочий простір, що відрізняється високим економічним і технологічним рівнем з розвинутою інституціональною базою [3].

Відсталі регіони стикаються в цьому плані з масою проблем, оскільки їх економіка не відповідає умовам, необхідним для формування креативної галузі: у них відсутня достатня маса багатих споживачів, немає фінансових коштів для підтримки розвитку сфери культури, діяльності аматорських товариств, надання субсидій. Економіка цих країн знаходиться на низькому технологічному рівні [4]. Чи будуть в такому випадку такі країни з вкрай низьким рівнем розвитку ще більше відставати від розвинених країн, які користуються вигодами наявності у них необмежених ресурсів економічного зростання, тобто інтелектуального потенціалу? Незважаючи на це в сучасному, переповненому інформацією і глобалізованому світі і менш розвинені держави можуть користуватися економічними благами креативного сектора. Сьогодні, в умовах турбулентних економічних процесів, необхідно задуматися над можливістю використовувати новий феномен, яким, безумовно, є творчість, і поєднувати його з технологічною зрілістю і накопиченими людством знаннями. Необхідно вести подальші дослідження в цій галузі, які допомогли б віднайти відповідні інструменти та механізми, що зможуть допомогти Україні скористатися перевагами креативної економіки [2].

Література: 1. Креативна економіка: сутність поняття та значення для України в умовах європейської інтеграції / Ушкаренко Ю.В., Чмут А.В., Синякова К.М. // Економіка і суспільство №18. 2018 р. С. 67-72. 2. Креативна економіка: сутність, особливості та передумови формування / Поснова Т.В., Химорода О.П., Тершак Н.А. // Международный научный журнал «Интернаука» // № 3(43), 2 т., 2018 р. С. 81-86. 3. Вакуленко К.М. Развитие креативного сектора мировой экономики / К.М. Вакуленко. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: – <http://dspace.tneu.edu.ua/bitstream/316497/23132/1/%D0%92%D0%B0%D0%BA%D1%83%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%BA%D0%BE%20%D0%9A.%D0%9C.pdf> 4. Shapiro J.M. (2006): Smart Cities: Quality of Life, Productivity, and the Growth Effects of Human Capital // Rev. of Econ. and Statistics. Vol. 88(2). P. 435.

## **ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ВІТЧИЗНЯНОЇ КРЕАТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ**

Аспірант, викладач Устіловська А. С.,  
студент групи ЕП-11 Кравченко В. Д.

*Харківський національний університет будівництва та архітектури*

Термін «креативність» у широкому значенні означає творчість. У наш час поняття креативності дедалі більшою мірою почало асоціюватися із здатністю особистості в процесі вирішення проблем, що виникають, знаходити нові, нестандартні, оригінальні підходи, базовані на принципово нових знаннях, уміннях, навичках. Виникло поняття «креативна особистість». У цьому зв'язку поняття «креативна економіка» асоціюється, по-перше, з оригінальною специфічною формою економічного мислення, що відрізняється від загальноприйнятих логічних типових схем і здатністю знаходити й реалізувати нові соціально-економічні зв'язки й моделі між явищами й процесами; по-друге, із здатностями привносити щось нове, оригінальне в різні сфери практичної діяльності; по-третє, постійною готовністю до вирішення нестандартних проблем і ситуацій. Тобто, його основою є використання творчої уяви людей, щоб підвищити цінність конкретної ідеї. Творча економіка дає нове життя виробництву, послугам, торгівлі та галузі розваг. Це змінює середовище, в якому люди хочуть жити, працювати та навчатися, де вони думають, винаходять і створюють. Суть креативної економіки полягає в тому, що саме свобода і вільний ринок дають унікальний шанс перетворювати свої власні ідеї на товари чи послуги [1].

В умовах швидкої глобалізації багато країн визнають, що поєднання культури та торгівлі, яке представляє творчі галузі, є потужним способом надання відмінного іміджу країни чи міста, а це допомагає йому виділятися з боку своїх конкурентів. Значення широко відомих культурних знаків, таких, як Ейфелева вежа у Франції, Тадж Махал в Індії або Сіднейський оперний театр в Австралії поступилися місцем цілим культурним округам, що поєднують у собі мистецтво та комерційну діяльність, з лондонського району Шорідіч з його дизайнерськими студіями, технічними підприємствами, кафе та клубами до величезних престижних проєктів, таких як культурний район Уест Коулун в Гонконзі, або культурний центр на острові Садіят в Абу-Дабі, що представляє мільярди доларів інвестицій.

Метою креативної економіки є забезпечення та підтримка конкурентних переваг організації, стимулюючи та заохочуючи талант, творчий потенціал персоналу, впровадження інноваційних технологій економіки. Креативна економіка є однією з найдинамічніших секторів світової економіки з потужною трансформаційною силою для соціально-економічного розвитку. Креативна економіка займається питаннями взаємозв'язку між економікою, культурою, технологією та соціальними аспектами. Володіючи креативністю як основним рушійним сигналом, цей сектор зосереджений навколо продуктів та послуг, що мають творчий зміст, культурну цінність та ринкові цілі. Креативні товари та послуги є еластичними продуктами, оскільки вони покладаються на ідеї, знання, навички та можливість використовувати нові можливості.

Креативна економіка складається з креативних індустрій – засобів масової інформації, кінематографії, музики, розважального програмного забезпечення для ігрових автоматів, комп'ютерних ігор, наукових досліджень, а також інших галузей культури. Креативна економіка покликана сформувати привабливий інвестиційний клімат, сприяти зростанню соціальної злагоди і розвитку соціальної сфери, модернізувати сферу освіти і т. д. У рамках креативної економіки формуються нові економічні моделі, нові типи соціальних відносин, нові культурні парадигми. Тісний зв'язок галузей креативної економіки з іншими індустріями часто ускладнює визначення і виділення їх в окремий креативний блок. Стандартна класифікація галузей економіки не дає змоги визначати креативні галузі.

Під час глобальної фінансової кризи відбувся найбільший прогрес креативної економіки, яка поставила перед світовою спільнотою складні питання, пов'язані з пошуком нових методів удосконалення економіки. Навіть під час глибокої репресії попит на креативні товари не зазнав ніякого спаду, адже суспільство завжди намагається задовольнити свої творчі та культурні потреби. Досить стрімко та мобільно розвивається глобальний ринок креативних індустрій, він потребує від окремих виробників і країн високих адаптаційних здібностей, які відповідатимуть світовим стандартам.

У креативній економіці не лише України, а й усього світу найбільшої популярності набувають різні ІТ-послуги. До них причетна найбільша кількість кваліфікованих працівників ІТ-компаній, які перебувають за межами нашої країни. В Україні сфера ІТ-послуг є затребуваною і поширеною, багато молоді знаходить себе у ній. Статистика показує, що 2018 року в даній галузі функціонувало близько 850 фірм і 14500 спеціалістів.

Однією з поширених тенденцій розвитку креативної економіки є послуги дизайну в сфері моди. Донедавна практично 90% українських виробничих фабрик використовували імпортні розробки, тепер цей показник набув іншого значення – на користь внутрішнього ринку. Статистика показує, що багато світових брендів мають бажання і хочуть співпрацювати з українськими дизайнерами чи фабриками.

Мабуть, однією із найпопулярніших галузей розвитку креативної економіки в країні є фестивальна галузь. У нас організують безліч масштабних концертів, куди запрошують виступати гостей з інших країн і, відповідно, підвищується попит на ці заходи, що призводить до збільшення ціни на квитки та зростання прибутку.

Проаналізувавши дані, бачимо, що понад 470 тис. людей допомагали в Україні організувати музичні заходи, що принесли державі прибуток майже 105 млрд гривень.

Освіта, наука, інновації та технології мають великий вплив на розвиток креативної економіки. На жаль, через реформування вищої освіти, а також воєнний політичний стан на сході України чимало шкіл та ЗВО припиняють своє функціонування.

Якщо ж говорити про інноваційність, то за останні кілька років питома вага підприємств значно збільшилася. Наприклад, у 2017 році ця частка становила 16,8%, а в 2015 році була лише 12,3%. Загалом за останні десять років цей показник зріс на 5,1%.

Наша держава має значні можливості для розвитку креативної промисловості, але для того, щоб не настала криза в галузі цієї індустрії, потрібно якнайкраще посприяти виявленню і розвитку креативного потенціалу та реалізації креативних економічних починань [2].

Література: 1. Культура і креативність. Програма ЄС – Східного партнерства. 2017. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.culturepartnership.eu>. 2. Бакуліна Н., Собко О. Тенденції та перспективи розвитку креативної економіки в Україні / Регіональні аспекти розвитку продуктивних сил України, №. 23, С. 20-23, 2019 р.

## **OULU: ІННОВАЦІЙНЕ СЕРЕДОВИЩЕ МІСТА ЯК ЧИННИК СТАЛОГО РОЗВИТКУ ГРОМАДИ**

Д-р техн. наук, доц. Фесенко Т. Г.,

д-р філос. наук, доц. Фесенко Г. Г.

*Харківський національний університет  
міського господарства імені О. М. Бекетова*

Стійкий розвиток міста передбачає активне залучення громади до соціально-економічних перетворень та утвердження більш високих стандартів якості «життєвого середовища». Водночас стійкість утворює нові можливості для прогресу технологій, зростання бізнесу та покращення рівня трудової зайнятості. Відомо, що концепцією стійкого розвитку передбачено й активне використання інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ). І хоча ІКТ-трансформації й набули глобального характеру, важливим є те, як вони впливають на локальному рівні.

На теперішній час муніципалітети, прагнучі зробити свої міста економічно успішними та комфортними для життя, втілюють концепцію електронного управління [1]. Цифрова інфраструктура дозволяє поєднувати територіальні та соціально-економічні параметри та застосовувати інтегрований підхід у реалізації стратегій сталого розвитку. В рамках нової технологічної парадигми формуються нові форми просторових механізмів міста, так звані «простори потоків» [2, р.146]. Комунікаційні потоки міста, матеріальні та нематеріальні компоненти інформаційних мереж змінюють організаційні практики інституцій. ІКТ-інфраструктура дозволяє надавати містянам різноманітні послуги, що покращують повсякденне буття [3].

Моделі економічного розвитку міст, засновані на технологічному прогресі, У містах, де робочі місця та інвестиції все більше залежать від прогресу в комунікаціях, може формуватися «розумна громада» (urban intelligence community). Така громада спроможна розвивати та підтримувати інноваційне співробітництво, розширювати економічні можливості міста. Серед успішних прикладів творення інноваційного середовища міста є фінське місто Оулу. Економіка цього міста була вибудована у 1980-х роках навколо технологічному парку Nokia та чисельних малих, середніх підприємств, що спеціалізувалися на мобільних. Втім, коли Nokia після тривалого домінування на ринку мобільних бездротових пристроїв почала втрачати лідерство на тлі зростання смартфонів (Apple iPhone та Samsung Galaxy), місто з населенням близько

180 тис. осіб втратило у 2010-2014 роках 3000 робочих місць. Це вплинуло на містян як економічно, так і психологічно.

Втім економічно місто «вижило», завдяки тому, що колишні працівники Nokia активно комунікували між собою з метою вироблення нових стратегій своєї зайнятості. Містяни гуртувалися для створення нових стартапів, з'явилися нові компанії, що фокусують увагу на Інтернет-речах (Internet of Things, IoT), штучному інтелекті (Artificial Intelligence, AI), аналітиці бігг-даних та цифровізації. У підсумку Оулу знов стало економічно успішним містом, створивши 18000 нових високотехнологічних робочих місць.

Важливо, що нові компанії розвиваються в Оулу на «інтелектуальному ґрунті», з одного боку, 50-річного досвіду створення бездротових технологій Nokia, з іншого – міської бізнес-політики щодо розвитку «ділового середовища». Така індустріальна спадкоємність міста дозволяє розробляти продукти та послуги в 5G та 6G екосистеми. При цьому ринок робочої сили став більш диверсифікованим.

В міській раді Оулу за здійснення економічної політики міста в частині «сприяння бізнесу, зайнятості та діловій активності» відповідає спеціальний підрозділ (BusinessOulu). Його місія – залучення та утримання у місті інвесторів, сприяння розширенню ринку зайнятості. BusinessOulu надає послуги з розвитку бізнесу, розвиває ділове середовище та відповідає за міжнародний бізнес-маркетинг міста, сприяє інвестиціям у регіон, а також «талантам». Інноваційне середовище – це «місця зустрічей» ідей, команд та компаній. Сайт BusinessOulu [4] є інформаційно-комунікативною платформою для встановлення кроссекторального співробітництва між новими підприємствами й у різних галузях. Також місто пропонує інші середовища для інновацій – місця, де можна розробити та протестувати нові IT та бізнес-рішення.

Це дозволяє місту успішно адаптуватися до економічних змін, а також зміцнювати місцеву спільноту у цілому. У місті створено безкоштовну мережу PanOULU, що об'єднує Wi-Fi інфраструктурою 17 організацій та 25 000 користувачів, – веб-портал муніципального електронного урядування для надання послуг містянам.

У співпраці з університетом та бізнесом місто сприяло створенню декількох науково-дослідних інститутів – Oulu Living Labs (зосереджується на IoT якості життя, безпеки харчових продуктів, медичних препаратів, безпеки будівництва, контролю якості тощо), Nokia Bell Labs (широкий спектр технологій в галузі цифрового здоров'я – таких, як QuietOn, унікальні беруші для зменшення шуму; Oura, оздоровчого кільця, що вимірює якість сну та ін.). IndoorAtlas – надає розробникам програмного забезпечення хмарну платформу для масштабованих рішення, де можна створювати локальні сервіси. Отже, Оулу, завдяки підтримці інноваційного середовища зберігає провідні позиції в «нових бізнесах».

Примітно, що інноваційне середовище Оулу дозволяє здійснювати глибокі соціально-економічні перетворення, що водночас відповідають й Цілям сталого розвитку в частині забезпечення інтеграції зусиль з економічного зростання та прагнення соціальної справедливості. Далеко не усі економічно успішні міста в умовах поширення IT-економіки спроможні розвиватися так, щоби зменшувати економічний, технологічний розрив між техно-елітою та локальними спільнотами. Це місто є ключовим гравцем у світі ІКТ з близько 420 компаніями та 13 000 співробітників й водночас міською громадою, що успішно застосовує інноваційні практики спільного розвитку та якісного повсякденного життєвого середовища.

Література: 1. Fesenko T. City-Governance: conceptualizing digital maturity model / T. Fesenko, G. Fesenko // SOCRATES: Scholarly Research Journal. – 2017. – Vol.5. – №2. – P.106–122. 2. Castells M. The informational city: information technology, economic restructuring, and the urban regional process / M. Castells. Oxford: Basil Blackwell, 1989. 402 p. 3. Fesenko T. The safe city: developing of GIS tools for gender-oriented monitoring (on the example of Kharkiv city, Ukraine) / T. Fesenko, G. Fesenko, N. Bibik // *Eastern-European Journal of Enterprise Technologies*. – 2017. – Vol.3. – Iss.2 (87). – P. 25–33.

## ФУНКЦІ І МОТИВАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ЛІДЕРА В УПРАВЛІННІ КРЕАТИВНІСТЮ ТА ІННОВАЦІЙНИМИ ЗМІНАМИ

Аспірантка Хомич Л. В.  
*Хмельницький національний університет*

Дослідженням проблем ефективного управління сталим розвитком суб'єктів господарювання в глобальному економічному просторі займаються багато сучасних науковців. В Україні ці питання є предметом наукового пошуку Б. Андрушківа, Л.Мельник, П. Перерви, Г. Савіної, О. Ястремської та багатьох інших. З усією гостротою дана проблема постала за критичного посилення кризових процесів у світовій економіці внаслідок пандемії Covid-19, що зумовило необхідність впровадження карантинних заходів і фактичне призупинення діяльності багатьох підприємств. Як наслідок – розірвання ланцюгів постачання, порушення ритмічності циклу відтворення і втрату підприємствами значної частини оборотних коштів. Вихід із кризи буде складним для багатьох із них. А значить – потребує неординарних рішень від керівників, значна частина яких за своїм змістом відноситься до інноваційних, а за способами генерування і реалізації – до креативних і малоструктурованих.

Зважаючи на те, що сутнісне наповнення більшості заходів виходу економічних систем із кризи або недопущення її подальшого розгортання дає підстави віднести їх до інноваційних, то і процес їх реалізації слід трактувати як процес інноваційних змін і розвитку. Успішність цих змін значною мірою залежить від лідерських здібностей керівника. Функції і ролі лідера є різноплановими і можуть наповнюватися конкретними рішеннями. Конкретизація їх для завдань антикризового управління інноваційними змінами подана на рис.1.

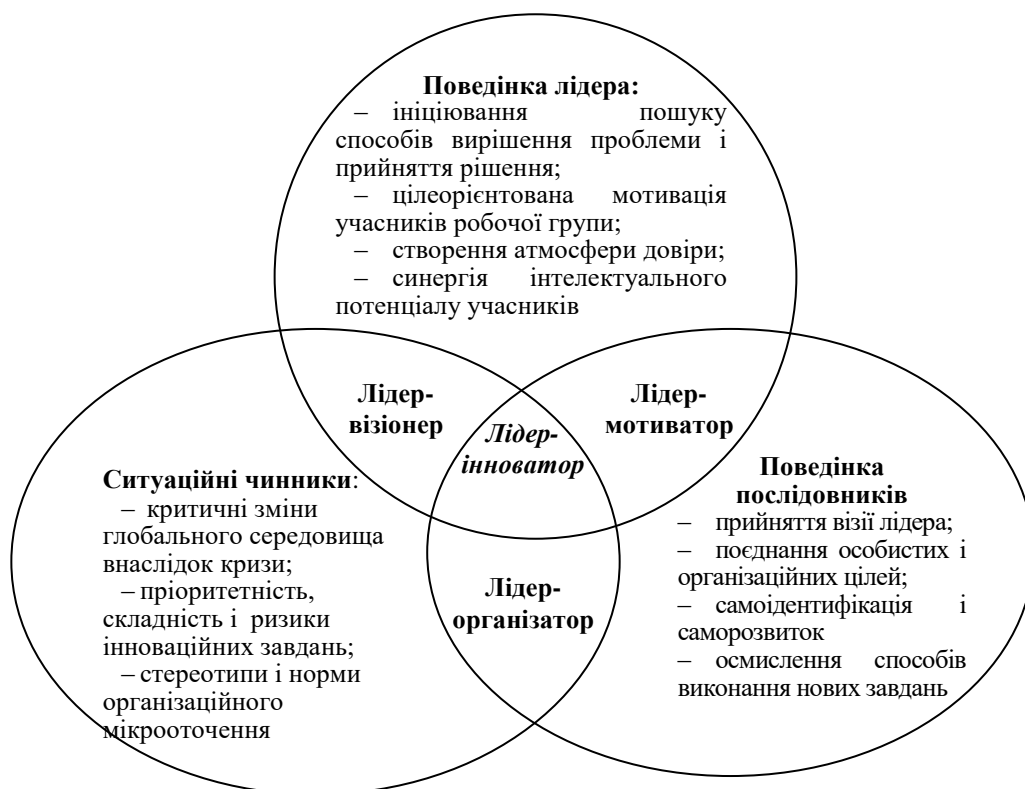


Рисунок 1 – Функції і ролі лідера в управлінні антикризовими інноваційними змінами

Зазначене стосується лідерських якостей і мотиваційного впливу стосовно будь-яких соціально-економічних систем – від мікро- і до макрорівня. В умовах глобальної економічної кризи вплив лідерів на швидкість і результати її подолання набуває особливого значення.

В. Беніс визначає лідерство як «процес, за допомогою якого хтось досягає підпорядкування поведінки інших у потрібному напрямку» [1]. Саме лідер має організувати та мотивувати працівників, партнерів (в деяких випадках і конкурентів) для досягнення визначених цілей, при цьому максимально абстрагуючись від особистісних установок. Тим самим він виступає гарантом високого економічного результату діяльності підприємства, його кількісного зростання і збалансованого розвитку.

Як лідер-візіонер, керівник має проявляти рішучість і впевненість у ситуаціях, що потребують вибору. Для цього він має володіти аналітичним мисленням та інтуїцією, щоб зробити правильний вибір, виходячи із свого бачення логіки розгортання подій. Як організатор процесу змін, він має чітко структурувати роботу підлеглих в просторі й часі, цілеспрямовуючи і мотивуючи членів команди на високі результати праці. Водночас він має будувати свої відносини з колегами в атмосфері довіри і взаємної поваги, бути емоційно чутливим, що перетворюватиме підлеглих у послідовників. У кожній із цих ролей лідер виступає інноватором, творчо підходячи до вирішення проблем, які виникають в процесі планування і реалізації інноваційних змін.

Лідер-інноватор мотивує послідовників з позицій потреб вищого рівня – шляхом визнання цінності кожного у реалізації інноваційних змін, даючи змогу поєднувати свої особисті інтереси із загальними, спонукаючи до самоідентифікації своєї ролі в інноваційному процесі та сприяючи саморозвитку. І, що особливо важливо для творчих команд, він здатний осмислити і гармонізувати організаційні відносини, досягаючи ефекту синергії інтелектуальних можливостей завдяки ефективному обміну в робочій групі знаннями й досвідом та формуванню сприятливого психологічного клімату.

Очевидно, що для результативності інноваційної діяльності лідер не мусить самостійно генерувати нові ідеї, винаходити нові технології виробництва та прогнозувати потенційні запити суспільства; його завдання – вірно оцінювати можливості працівників, розвивати в кожному з них притаманні їм таланти, заохочувати їх до прояву ініціативи та стимулювати до пошуку нових рішень. Але для цього вони мають бути вмотивовані. Тому робота з кадрами (в частині формування компетентнісної і мотиваційної основи їх індивідуальної та групової поведінки) має бути в зоні постійної уваги керівництва сучасного підприємства – адже загальний успіх значною мірою визначається здатністю індивідів до синергії спільної діяльності.

Остання досягається обґрунтованим та адресним вибором важелів стимулювання з урахуванням не тільки якісних характеристик працівників, а також їх здатності до командної роботи. Для розвитку цієї здатності слід урізноманітнювати методи мотиваційного впливу на персонал, дотримуючись, з одного боку, персоналізованого підходу до організації мотиваційного процесу, а з іншого – культивуючи відповідні цінності через корпоративну культуру, яка має значний потенціал формування поведінкових стереотипів у організаційному середовищі.

Література: 1. Bennis W. Leadership Theory and Administrative Behavior: The Iron lens of Authority / W. Bennis. Administrative Science Quarterly. – 1959. – № 4. – Р. 67-92.



## РОЛЬ ІНФОРМАТИЗАЦІЇ В РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА

Чердаклієва І. О., канд. екон. наук, доц. Несторенко Т. П.  
*Бердянський державний педагогічний університет*  
Магістр Вежбік-Строньська М.  
*Вища технічна школа в Катовіце, Польща*

Сьогодні інформація є обов'язковим елементом організації виробництва, основою управління бізнес-процесами. Вона зменшенню рівня ризику під час ухвалення управлінських рішень. Ефективність використання інформаційних ресурсів на підприємстві визначається створюваними інформаційними системами та використовуваними інформаційними технологіями. Важлива роль інформації та інформаційного забезпечення управління підприємством зумовлюють актуальність досліджуваної проблеми.

Для успішної діяльності та прийняття ефективних управлінських рішень на підприємстві необхідна чітко функціонуюча система інформаційного забезпечення.

Інформатизація відіграє значну роль в розвитку та вдосконаленні підприємства. Сучасний розвиток суспільства є інформаційним, і тому оптимальне інформаційне забезпечення підприємств є однією із найважливіших частин успішного розвитку і діяльності для отримання максимального прибутку.

Для якісного відбору ресурсів виробництва необхідна найбільш правдива інформація (нові матеріали, удосконалення, технічний прогрес). Вирішення даних проблем неможливо без використання різних інформаційних систем управління, баз даних і баз знань.

Інформаційна система на підприємстві необхідна для підтримки значної частини процесів, інформаційної інфраструктури підприємства, надання інформаційних сервісів та автоматизації бізнес-процесів підприємства.

В умовах швидкого розвитку ринкової економіки досить важливим є забезпечення підприємств ефективно функціонуючою системою інформаційного забезпечення.

Інформатизація як важливий чинник інноваційного відтворення потенціалу підприємства є основою і водночас головним чинником формування і розвитку інформаційного потенціалу підприємства — найважливішої складової техніко-технологічної та управлінської бази сучасних підприємств.

Ефективний розвиток підприємства на основі раціонального використання та інноваційного відтворення його потенціалу неможливий без адекватного сучасним вимогам інформаційного забезпечення та інформаційного потенціалу — сукупності організаційно-технічних та інформаційних можливостей, які забезпечують підготовку й ухвалення управлінських рішень.

Інформаційне забезпечення підприємства об'єднує всю сукупність інформаційних ресурсів та способів їх організації й обробки. Інструментарієм інформаційного забезпечення є один або декілька кількя взаємопов'язаних програмних продуктів для певного типу комп'ютера, технологія роботи в якому дозволяє досягти поставленої користувачем мети.

Існування малих підприємств залежить від того, наскільки детально, своєчасно і якісно вдається відстежувати інформацію про ринки і товари, з якими вони працюють. Така інформація може забезпечити стратегічну перевагу перед конкурентами. Ситуація істотно ускладнюється при роботі на декількох ринках, які перебувають у різних регіонах. Інформації та джерел її отримання може бути дуже багато [1, с. 15].

Значну частину управлінської інформації керівник може одержувати неформальним шляхом, в результаті щоденного спілкування з колегами, вищим керівництвом, клієнтами. Вся ця, без сумніву, цінна інформація не завжди достовірна,

об'єктивна і дуже мінлива. Ціннішою і, головне, об'єктивною є інформація, зібрана і оброблена за допомогою засобів комп'ютерної техніки на базі системи математичного забезпечення.

Постійно зростаюча конкуренція змушує керівників підприємств шукати нові методи управління, спрямовані на збереження і розширення своєї присутності на ринку, підвищення рентабельності діяльності підприємств, впроваджувати нові методи управління виробництвом і маркетингом. Особливу роль в цьому відіграють інформаційні технології, які повинні забезпечувати підтримку всіх прогресивних нововведень менеджменту. Більш того, часто нові підходи до управління підприємствами з самого початку орієнтуються на можливості сучасних інформаційних технологій і практично нездійсненні без використання комп'ютерних систем [2, с.44].

В даний час обробка інформації на підприємствах виконується з використанням різних технічних засобів: комп'ютерів, засобів комунікації, периферійних і організаційно-технічних засобів, що визначає ступінь їх автоматизації. Автоматизовані інформаційні системи сприяють підвищенню оперативності управління за рахунок зниження трудовитрат на виконання таких рутинних процесів, як збір, пошук, обробка і передача інформації; ступеня наукової обґрунтованості прийнятих рішень на основі аналізу і прогнозу розвитку ситуацій із застосуванням математичного апарату і проведенням комп'ютерних розрахунків.

До основних принципів для забезпечення ефективності інформаційної системи виробничого процесу можна віднести наступні:

- 1) визначення вимог до змісту інформації та її характеру залежно від спрямованості;
- 2) вироблення системи зберігання, використання" подання інформації в централізованому і децентралізованому управлінні;
- 3) розробка програмного забезпечення, створення й використання банків даних;
- 4) автоматизація адміністративно-управлінської праці на основі використання комп'ютерної техніки.

Інформаційне забезпечення є головним фактором ефективності управління. Визначальну роль цього фактора наголошено в працях багатьох учених-економістів.

Створення інформаційної інфраструктури – важливе завдання, яке вимагає чіткого розуміння ролі інформації, що є цінним ресурсом, необхідним для вдосконалення сучасного виробництва. Для прийняття ефективних управлінських рішень в умовах динамічного розвитку ринкової економіки підприємству потрібно доцільна система інформаційного забезпечення, об'єктивно відображає сформовану економічну ситуацію.

За допомогою інформатизації, шляхом створення цілісної взаємозалежної системи нормативних, інформаційних і інструментальних засобів для рішення завдань, досягається інформаційно-аналітичне управління всіма відділами на підприємстві. Поширене використання інформаційних технологій і систем стає запорукою вдалого управління підприємством.

Література: 1. Варналій З. С., Клевчік Л. Л. Вплив розвитку інформатизації суспільства та інформаційно-комунікаційних технологій на інтеграцію у глобальний ринок факторів виробництва. – К., 2015. – С. 66–69. 2. Сисоліна Н. П., Савеленко Г. В. Інформаційне забезпечення підприємницької діяльності. – Кропивницький, 2017. – 61с. 3. Таранюк Л. М. Потенціал і розвиток підприємства: навчальний посібник. – Суми: Видавничо-виробниче підприємство «Мрія-1», 2016. – 278 с.

## ГЛОБАЛЬНІ ПРИНЦИПИ КРЕАТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ: ОБЛІКОВИЙ АСПЕКТ

Канд. екон. наук Черненко К. В.  
*Полтавська державна аграрна академія*

Креативна економіка з початком ХХІ століття стала могутньою перетворюючою силою у сучасному світі. Її потенціал для розвитку величезний, вона є одним із секторів світової економіки, що зростає прискореними темпами. Цей сектор є перспективним не лише з точки зору отримання доходів, але й створення робочих місць та експортних надходжень. Також велика частина світових інтелектуальних та творчих ресурсів зараз інвестуються у культуру на основі галузей, нематеріальні ресурси яких є такими ж реальними та значними як і інші галузі промисловості. Людська творчість та інновації як на індивідуальному, так і на суспільному рівнях є ключовими чинниками цих галузей, і стали справжнім багатством у ХХІ столітті [1].

Креативна економіка може розвиватися тільки там, де існують певні умови. Креативна економіка поводиться зовсім інакше, ніж виробничий сектор. Крім того, вона пред'являє зовсім інші вимоги і до географічного розташування її «підприємств». Креативна економіка формується не там, де існує дешева робоча сила, а перш за все там, де сконцентровані творчі голови і є багатий споживач.

Передумовами зростання питомої ваги креативної економіки в ВВП є освіта і високий рівень доходів споживачів, знання і професійна підготовка зайнятих в креативному секторі, а також відкритий новим ідеям робочий простір, що відрізняється високим економічним і технологічним рівнем з розвинутою інституціональною базою [2].

Відсталі регіони стикаються в цьому плані з масою проблем, оскільки їх економіка не відповідає умовам, необхідним для формування креативної галузі: у них відсутня достатня маса багатих споживачів, немає фінансових коштів для підтримки розвитку сфери культури, діяльності аматорських товариств, надання субсидій. Економіка цих країн знаходиться на низькому технологічному рівні [11, с. 335].

Чи будуть в такому випадку такі країни з вкрай низьким рівнем розвитку ще більше відставати від розвинених країн, які користуються вигодами наявності у них необмежених ресурсів економічного зростання, тобто інтелектуального потенціалу? Незважаючи на це в сучасному, переповненому інформацією і глобалізованому світі і менш розвинені держави можуть користуватися економічними благами креативного сектора.

Сьогодні, в умовах турбулентних економічних процесів, необхідно задуматися над можливістю використовувати новий феномен, яким, безумовно, є творчість, і поєднувати його з технологічної зрілістю і накопиченими людством знаннями. Необхідно вести подальші дослідження в цій галузі, які допомогли б віднайти відповідні інструменти та механізми, що зможуть допомогти Україні скористатися перевагами креативної економіки.

Література: 1. Поснова Т. В., Химорода О. П., Тершак Н. А. Креативна економіка: сутність, особливості та передумови формування. Міжнародний науковий журнал "Інтернаука". 2018. № 3(2). С. 81-87. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/mnj\\_2018\\_3%282%29\\_21](http://nbuv.gov.ua/UJRN/mnj_2018_3%282%29_21) 2. Вакуленко К. М. Розвиток креативного сектору світової економіки. URL: <http://dspace.tneu.edu.ua/bitstream/316497/23132/1/%D0%92%D0%B0%D0%BA%D1%83%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%BA%D0%BE%20%D0%9A.%D0%9C..pdf> 3. Shapiro J. M. (2006): Smart Cities: Quality of Life, Productivity, and the Growth Effects of Human Capital // Rev. of Econ. and Statistics. Vol. 88(2). P. 435

## DIGITAL-МАРКЕТИНГ ЯК ОДНА З КЛЮЧОВИХ СКЛАДОВИХ ФУНКЦІОНУВАННЯ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Аспірант Черній В. О.

*Державний університет інфраструктури та технологій*

Сучасне підприємництво вимагає нових та креативних підходів щодо взаємодії з покупцями і підвищення своєї економічної ефективності, в тому числі і в розрізі поширення інформації про продукт\сервіс та залучення нових клієнтів. Один з видів відображення такого підходу може бути реалізація Digital-маркетингу в діяльності підприємства, можливості якого відкривають нові перспективи для розвитку компанії та створенні додаткового попиту.

Digital маркетинг (цифровий або інтерактивний маркетинг, internet маркетинг, web-маркетинг) - це загальний термін для маркетингу товарів і послуг, який використовує цифрові канали для залучення і утримання клієнтів, це використання всіх можливих форм цифрових каналів в якості основного драйвера маркетингової стратегії організації, а також для он-лайн просування бренду. Друге визначення - це інтерактивний маркетинг просування продукції і послуг з використанням цифрових, IT-технологій. При чому будь-яких - від реклами на онлайн-радіо до оголошення контекстної реклами в інтернеті. Говорячи простими словами, digital-маркетинг [1]- це будь-яке просування, в якому бере участь "цифра", а саме:

- комплексний підхід до просування компанії, її продуктів та послуг в цифровому середовищі, який охоплює також оффлайн споживачів, які використовують ігри, мобільні телефони та інші цифрові засоби зв'язку;
- інтеграція великої кількості різних технологій (соціальні, мобільні, веб, CRM системи і т. п.) з продажами і клієнтським сервісом;
- забезпечення постійним якісним двостороннім зв'язком між рекламодавцем і кінцевим споживачем продукту/послуг: вміння поєднувати технології та людські ресурси, забезпечуючи правильний баланс, виходячи з потреб цільової аудиторії та властивостей пропонованого продукту;
- феноменальна динаміка росту та досягнення маркетингових цілей;
- можливість бути релевантним для ринку, оцінювати і аналізувати результати просування, гнучко реагувати на потреби користувачів та вчасно коректувати свій продукт чи послугу;

Digital-маркетинг тісно переплітається з інтернет-маркетингом, проте він використовує низку інструментів, які дозволяють досягти уваги цільової аудиторії навіть в офлайнсередовищі (використання додатків у телефонах, sms/mms, рекламні дисплеї на вулицях тощо). Digital-маркетинг не є еволюцією розвитку інтернет-маркетингу – це комплексна дисципліна (на основі цифрових технологій), яка використовує різні види маркетингу для просування продукту.

Цифрова економіка задає вектор, по якому будуть розвиватися соціально-економічні системи мікро-, мезо-, макрорівні на довгострокову перспективу, що викликає необхідність дослідження і всебічного аналізу процесів цифрової трансформації. Крім цього збільшується потреба і в креативі, в тому числі і при позиціонуванні, просуванні і поширенні тієї чи іншої інформації. Тобто сьогодні, одним з ключових пріоритетів для підприємств має виступати цифрова трансформація, яка стала масовим явищем, а відповідні проекти – життєво важливими для успіху не тільки самих компаній, але також для регіонів та країни в цілому.

Література: 1. Digital-маркетинг в бізнесі (електронний ресурс): URL <http://uzinform.com.ua/news/2017/09/07/148423.html> (дата звернення: 18.05.2022)

## КРЕАТИВНІСТЬ – УМОВА ТА ДЖЕРЕЛО ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ

Д-р екон. наук, проф. Чорна М. В.,  
канд. екон. наук, проф. Смольнякова Н. М.  
*Харківський державний університет харчування та торгівлі*

Корінні зміни, що відбулись в розвитку цивілізації наприкінці минулого сторіччя – глобалізація та нова економіка (економіка знань) – створили передумови виникнення та розвитку «креативної економіки». Йдеться про економіку, яка використовує досягнення економіки знань і базується передусім на матеріалізації нових ідей та задумів. Основою розвитку креативної економіки стає креативний потенціал людини.

Економіка як наука заснована на теорії обмеженості ресурсів, факторів виробництва, рідкості економічних благ. Підґрунтям креативної економіки є потенціал безмежного джерела – інтелектуального капіталу. Інтелектуально-креативні можливості людини є невичерпним ресурсом, вплив якого на економічні процеси зростає. Ідеї, здатні збільшувати виробництво, креативність і технологічний прогрес, відкривають нові можливості не тільки для перегрупування існуючих джерел. Завдяки технічному прогресу ідеї набувають все більшої ваги в структурі капіталу, і цей феномен має тенденцію до розвитку.

Креативність стає найбільш значущим чинником впливу на виробництво та реалізацію продукції в економічно розвинених країнах, оскільки вона сприяє втіленню задумів в процесі праці та створення капіталу. І хоча креативність нематеріальна, вона, завдяки новим оригінальним ідеям без значних додаткових витрат праці та капіталу, дозволяє підвищити рівень виробництва. Окрім цього, ця здатність людини є необмеженим ресурсом.

Це означає, що сама креативність є безцінним джерелом або вихідним елементом виробничого процесу. А пояснюється це тим, що кількість задумів та ідей, які спираються на платформу сучасної технологічної зрілості та базу накопичених суспільством знань, є необмеженою.

До креативної економіки авторитетні міжнародні дослідницькі інституції та законодавство України відносять такі креативні галузі: засоби масової інформації, кінематограф; музику; культуру, розважальну індустрію; візуальне, сценічне, аудіальне, аудіовізуальне мистецтво; дизайн; літературу і видавничу діяльність; нові медіа та ІТ; архітектуру й урбаністику; рекламу, маркетинг і PR; бібліотеки, архіви та музеї; народні художні промисли [1-3].

На сучасному етапі на частку креативних галузей припадає близько 10% глобального ВВП, а темпи зростання цього сектора економіки (понад 12%) значно перевищують аналогічні показники загальної економіки. Тобто розвиток креативної економіки буде серйозно впливати на зростання країн світу.

В той же час ми вважаємо, що креативна економіка не обмежується креативною індустрією, а характеризує одну з визначальних рис сучасної економічної діяльності – креативність, яка передбачає використання творчих здібностей персоналу у вирішенні завдань розвитку підприємств будь-якого виду діяльності. Особливо це стосується торгівлі, яка не лише безпосередньо контактує зі споживачами нових креативних товарів і послуг, але й намагається створювати їх для зміцнення власних конкурентних позицій.

Розвиток креативної економіки пов'язаний з певними умовами, які визначають найбільш суттєві вимоги до суб'єктів господарювання, що вважають креативність інструментом економічного зростання. Йдеться про споживачів, трудові ресурси та простір (мікроклімат).

Для розвитку креативної економіки важливим є характер споживача, для якого призначається кінцева продукція. Маються на увазі дві основні умови: наявність

широких верств відносно забезпеченого населення та високий рівень інтелектуального розвитку споживача.

Вимоги до здібностей та компетенцій трудових ресурсів за умов креативної економіки відрізняються від тих, що висуваються традиційною. Креативний сектор працює з оригінальними ідеями, творчим потенціалом людини, його продукція та послуги є не серійними, а часто індивідуальними. Від працівників креативного сектору вимагається наявність здатності до творчого мислення, генерації нових ідей, оригінальних рішень. Тому однією з головних вимог стає високий рівень професійної підготовки працівника.

Важливою умовою, що сприяє підвищенню креативності є наявність творчого простору, його відкритість, що дозволяє творчим особистостям генерувати нові ідеї.

Основними рушійними факторами розвитку креативності є: попит; рівень доходів споживачів товарів і послуг; різноманітність; рівень освіти та компетентності; спроможність створення інфраструктури, потрібної для повноцінної реалізації знань; наявність відповідних навичок; відношення суспільства та державних інституцій; інтелектуальний капітал; стан і розвиток системи освіти тощо.

Література: 1. Florida R. (2006): The Future of the American Workforce in the Global Creative Economy. Cato Institute. June 4th. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.cato-unbound.org/2006/06/04/richard-florida/the-future-of-the-american-workforce-in-the-globalcreative-economy>. 2. John Howkins, The Creative Economy. How people make money from ideas, The Penguin Press, 2001, p. 155-158. 3. Закон України «Про внесення змін до Закону України «Про культуру» щодо визначення поняття «креативні індустрії» від 19 червня 2018 року №2458-VIII. [Електронний ресурс]. Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2458-19>

## **ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ**

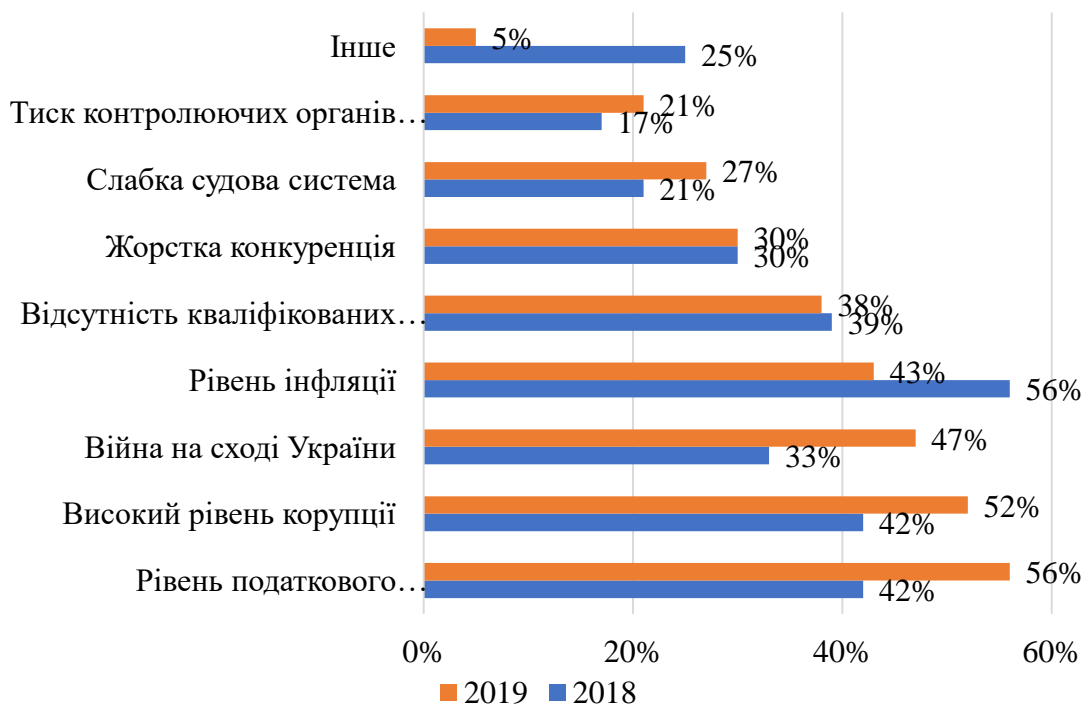
Канд. екон. наук, доц. Шаталова Л. С.,  
ст. гр. ФЕУП-56 Запорожець К. М.

*Одеський національний економічний університет*

В сучасній соціально орієнтованій ринковій економіці, що вибудовується в Україні, важливу роль відіграє малий та середній бізнес. Малий та середній бізнес – це істотна складова ринкового господарства, невід’ємний елемент конкурентного механізму. Цей вид бізнесу дає ринковій економіці гнучкість, мобілізує фінансові та виробничі ресурси населення, несе в собі могутній антимонопольний потенціал, слугує серйозним фактором структурної перебудови і забезпечення проривів науково-технічного прогресу, вирішує проблему зайнятості та інші соціальні проблеми ринкового господарства [1]. Саме у розвитку малого та середнього бізнесу приховані головні резерви щодо розвитку національної економіки України.

На жаль, в Україні державні діячі не приділяють належної уваги проблемам малого та середнього бізнесу, наслідком чого стало його перманентне перебування в тіні великого бізнесу. Як наслідок, значна частина представників малого та середнього бізнесу перебуває на грані «виживання» та ледве працює на принципі самоокупності. Малий та середній бізнес в Україні має високий потенціал, який не можна реалізувати через об’єктивні та суб’єктивні проблеми.

Історично в Україні склалася низка проблем, які перешкоджають розвитку малого бізнесу. З метою визначення цих проблем Європейською Бізнес Асоціацією (СБА) було проведено опитування керівників малих та середніх підприємств [2]. Таке опитування проводиться щорічно і по їх результатам визначається рівень настрою малого бізнесу в країні. У ході якої були встановлені найбільш актуальні для них проблеми (рис. 1).



\*в сумі відсоток більше 100 %, так як респонденти мали можливість надавати декілька варіантів

Рисунок 1 – Актуальні проблеми розвитку малого бізнесу в Україні за результатами опитуванням респондентів проведених ЄБА у 2018-2019 рр. [2]

Відповідно до результатів проведеного опитування найгострішою проблемою для малого бізнесу в 2019 р. став високий рівень податкового навантаження. Цю проблему виділили 56 % опитаних суб'єктів малого бізнесу. На другому місці знаходиться проблема високого рівня корупції, яку хвилюють більше половини малих підприємств. Дана проблема хвилювала малий бізнес протягом тривалого періоду часу і з роками вона не вирішувалась, а лише поглиблювалась.

Слід зазначити, що в 2018 р. на першому місці серед проблем розвитку малого бізнесу був високий рівень інфляції, проте в поточному році зазначена проблема посідає 4-те місце. Розвитку малого бізнесу перешкоджає війна на сході України, слабка судова система, яка не захищає інтереси підприємців, а також тиск контролюючих органів влади. Зокрема, лише у 2019 р. державними контролюючими органами влади було проведено близько 16 тис. перевірок суб'єктів малого бізнесу. Великою проблемою є те, що більшість проблем, які були актуальними для бізнесу в 2018 р. залишилися й у 2019 р. Очевидно, проблеми малого бізнесу накопичуються роками, в наслідок чого гальмується соціально-економічний розвиток.

Таким чином, проведений аналіз дозволив виявити ряд актуальних для розвитку малого бізнесу проблем. Зокрема, за результатами опитування проведеного Європейською Бізнес Асоціацією встановлено, що головними проблемами є такі: високий рівень податкового навантаження та корупції, війна на сході України, високий рівень інфляції, відсутність кваліфікованих кадрів, жорстка конкуренція, слабка судова система, а також тиск контролюючих органів влади. В Україні існує велика кількість проблем, які перешкоджають стабільному розвитку малого бізнесу. Саме у площині вирішення зазначених проблем криються головні резерви щодо поліпшення стану малого бізнесу та підтримки його діяльності.

Література: 1. Дикань О.В. Розвиток малого бізнесу в Україні: проблеми та шляхи забезпечення / О.В. Дикань // Вісник економіки транспорту і промисловості. –

## **ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНІ ЗАСАДИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ**

Канд. екон. наук, доц. Шматковська Т. О.,  
студентка Подолець А. Ю.

*Східноєвропейський національний Університет імені Лесі Українки*

На сьогоднішній день Україна обрала для себе європейський шлях розвитку, що означає повний перехід до ринкової економіки. В таких умовах питання конкурентоспроможності та економічної стабільності вітчизняних підприємств, набуває дуже важливого значення, адже на відміну від планової економіки, коли діяльність всіх підприємств була чітко контрольована державою, в умовах ринку, всі незалежно господарюючі суб'єкти повинні самостійно обирати стратегію розвитку підприємства, для забезпечення його стабільності та прибутковості. Основними завданнями фірми є збереження або розширення займаних позицій на ринку або його секторі, стабільне отримання прибутку або його зростання. Для досягнення цієї мети необхідна орієнтація фірми на максимізацію прибутку, що, в свою чергу, може бути досягнуто шляхом забезпечення високої конкурентоспроможності в сучасних умовах існування.

Не маючи певних переваг перед конкурентами підприємства не матимуть постійних та надійних джерел капіталовкладень, стає неможливим забезпечення розвитку новітніх технологій, сповільнюється процес виробництва товарів, чи надання послуг та можливість ефективного збуту продукції. Це все тягне за собою сповільнення розвитку ринку та держави в цілому.

Конкурентоспроможність є об'єктом досліджень багатьох вчених, її значення і роль вивчались в роботах таких вчених, як: І. Ансофф, К. Боумен, Дж. Гелбрейт, Г.Л. Вознюк, А.Г. Загородній, Абдоков О.О., Бідзюра І.П., Губені Ю.Е., Данько Ю.І., Саблук П.Т., Молдаван Л.В., Якуба К.І. та ін. Однак, незважаючи на значну кількість наукових статей, робіт, монографій на дану тему вона не втрачає свою актуальність та потребує нових ідей та думок.

Проблема підвищення конкурентоспроможності стосується практично всіх сторін життя суспільства. У розвинутих країнах, наприклад, вона постійно перебуває в центрі уваги державних діячів і ділових кіл. Загострення конкурентної боротьби за збут продукції змушує країни постійно шукати нові можливості й резерви для збуту своєї продукції, удосконалювати технологію з метою створення якісних товарів.

В умовах розвитку ринкових відносин в Україні конкурентоспроможність є вирішальним фактором успіху бізнесу й економічної безпеки. Конкуренція як головний елемент ринкового механізму є наразі однією з найпопулярніших економічних категорій. А механізм формування ефективних підходів до вибору конкурентних переваг є найбільш актуальним в сучасному економічному середовищі [1].

Воронкова А.Е. зазначає, що конкурентоспроможність є специфічною ознакою суб'єкта ринкових відносин, яка виявляється в процесі конкуренції та дозволяє зайняти свою нішу в ринковому господарстві для забезпечення розширеного відтворювання, яке передбачає покриття всіх витрат виробництва й отримання прибутку від господарської діяльності. [2].

Важливою характеристикою конкурентоспроможності суб'єктів є конкурентні переваги, які можна поділити на дві категорії: кадрові та переваги безпосередньо на виробництві. Перша група зумовлена ефективністю роботи працівників служби маркетингу і збуту, а саме: запровадження інструментів маркетингу в практичну



діяльність підприємства; обґрунтоване використання інструментів формування попиту споживачів.

Другу групу переваг визначають безпосередньо самі предмети та засоби праці. Прикладом цього можуть бути: фінанси, інноваційний рівень технічних ресурсів; сформована система науково-технічної, виробничої та комерційної співпраці та ін.

Варто зазначити, що в умовах конкуренції кожному підприємству для підтримки належного рівня конкурентоспроможності необхідно вибирати найбільш досконалі способи розвитку, що гарантують йому конкурентні переваги, ті що відрізнятимуть їх від будь-яких інших підприємств, будуть унікальними та високоякісними, такими, що важко скопіювати. При цьому важливо не забувати, що для ефективного функціонування компанії важливою є чітко розроблена конкурентна стратегія.

Для того щоб була підвищена конкурентоспроможність певного підприємства його керуючому апарату слід звернути увагу на вирішення таких питань:

- поліпшення нормативно-правової бази розвитку та вдосконалення конкурентного середовища;

- основою для проведення оцінки конкурентоспроможності повинен стати системний аналіз;

- привернення уваги споживачів до своїх товарів чи послуг, та збільшення попиту, шляхом вдосконалення їх рівня якості та унікальності у своїй ніші;

- оцінка конкурентоспроможності повинна здійснюватися на основі нормування відповідних, достовірних показників, саме тоді буде найбільша ймовірність прийняття вірних та ефективних управлінських рішень.

До основних способів підвищення конкурентоспроможності можна віднести наступні:

- ґрунтовне вивчення запитів споживачів і аналіз конкурентів у даному сегменті ринку;

- ефективна рекламна кампанія;

- покращення якісних характеристик продукції;

- модернізація обладнання, яке дасть змогу створити фізично і морально новий продукт;

- зниження витрат;

- вдосконалення обслуговування у процесі купівлі та після продажного сервісу [3].

Отже, нерівномірність сучасного розвитку національної економіки, нестабільність ринкового середовища, супроводжується ускладненням економічних явищ, що зумовлює об'єктивну необхідність удосконалення механізму забезпечення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств.

Сьогодні практично відсутні загально визначені наукові розробки, що дозволяють вирішувати проблемні питання цього рівня на єдиній діалектичній основі досвіду, сучасного стану і перспективних завдань діяльності суб'єктів господарювання.

Література: 1. Мельник О.Г. Системи діагностики діяльності машинобудівних підприємств: полікритеріальна концепція та інструментарій: монографія / О.Г. Мельник. – Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2010. – 344 с. 2. Воронкова А.Е., Калюжна Н.Г., Оленко В.І. Управлінські рішення в забезпеченні конкурентоспроможності підприємства: організаційний аспект: Монографія: ВД „ІН-ЖЕК”, 2008. 512 с. 3. Должанський І. З., Загорна Т. О. Конкурентоспроможність підприємства : [навч. посібник] [Текст]. – Київ : Центр навчальної літератури, 2006. – 384 с.

## ШЛЯХИ ВИРІШЕННЯ ПРОБЛЕМ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ В ПЕРІОД COVID-19

Д-р екон. наук, доц. Шуміло О. С.,  
здобувач вищої освіти Кієнко Д. В.

*Харківський національний університет будівництва та архітектури*

Із року в рік підприємців та їхні бізнеси спіткають багато найрізноманітніших проблем, але в 2020 році, у зв'язку з поширенням вірусу COVID-19 до них додалась найсуттєвіша - відсутність можливості працювати в звичайному режимі.

Проаналізуємо сучасні проблеми підприємництва, що виникли в період поширення COVID-19 та розглянемо можливі шляхи вирішення їх, з метою бути підготовки бізнесу до відновлення роботи свого підприємства та уникнення неочікуваних неприємних наслідків вірусу COVID-19 [1].

Для підприємців важливим є слідкувати за ситуацією поширення вірусу та за рішеннями кабміну відповідно ситуації, щоб бути в курсі останніх новин, для цього доречно призначити відповідальних співробітників. В еру технологій інформація розповсюджується з великою швидкістю, тому варто бути завжди в курсі того, що відбувається в нашій країні. А при нинішній ситуації - у всьому світі. Тому при дозволу держави на відновлення роботи підприємств, їхні керівники зможуть вчасно та швидко організувати роботу.

Підприємцям слід бути готовим до будь-якого розвитку подій та мати запасний план розвитку підприємства, відхиляючись від основної цілі. Під час такої нестабільної ситуації в країні підприємець повинен бути гнучким та адаптивним до нових обставин, якщо він хоче не тільки зберегти свій бізнес, а й далі розвиватись разом з ним. Слід провести оцінку потенційної небезпеки для свого бізнесу та краще за все придумати декілька сценаріїв, ураховуючи інформацію.

Підприємцям-керівникам потрібно постійно підтримувати тісний зв'язок з постачальниками та співробітниками підприємства. Це робиться з метою оцінки масштабів можливих наслідків для бізнесу. Тобто маючи достовірну інформацію про стан постачальників та співробітників можна далі придумувати сценарій розвитку для вашого підприємства та вносити корективи про альтернативу постачальникам або співробітникам.

Слід проводити оцінювання максимальної спроможності уникнення можливих негативних наслідків та розробити план виходу з цієї ситуації, враховуючи весь новий майбутній розвиток подій.

Зазначимо, що у складний період підприємництву допомагає держава. З початку введення карантину були внесені зміни в Податковий кодекс, що передбачали низку пільг для українського підприємництва. Безпосередньо підприємства були звільнені від податків на землю та нерухомість. Власні кроки для підтримки робить і національний банк України тим, що знизив облікову ставку до 10%. Для підприємців це означає меншу вартість кредитів для бізнесу, а також зменшення ризиків від існуючих кредитів. Також були відмінені планові перевірки підприємств та банків. Але найголовніше, те, що дарує деяку надійність підприємцям, так це те, що були відмінені штрафи та нарахування пеню від банків.

Література: 1. Covid-19: інформаційна підтримка бізнесу Електронний ресурс. Режим доступу: <https://epo.org.ua/covid19/>

## СУЧАСНИЙ СТАН РОЗВИТКУ ТОРГІВЛІ В УКРАЇНІ

Д-р екон. наук, доц. Шуміло О. С.,  
здобувач вищої освіти Літовка К.

*Харківський національний університет будівництва і архітектури*

Сучасний етап розвитку економіки України характеризується реформуванням інституційних, економічних, соціальних, фінансових та інших відносин, у становленні яких особлива роль належить сфері торгівлі. Традиційно вважається, що торгівля – це сфера зайнятості й джерело добробуту людей, системоутворююча ланка господарських зв'язків, канал розподілу товарів, послуг, місце відпочинку, формування суспільних настроїв. Стан розвитку торгівлі свідчить про рівень життя й стан економіки та суспільства; саме тут відбувається процес визнання здійснених витрат як суспільно необхідних. У ролі джерела надходження поточних коштів торгівля є як одна з передумов забезпечення фінансової стабільності держави. Задоволення потреб населення, попередження соціальної напруженості в суспільстві, вагомий внесок у валову додану вартість – найбільш значимі функції роздрібно торгівлі. Окрім того, усе частіше індекс цін у роздрібній торгівлі країн, що стабільно розвиваються, визнається індикатором соціально-економічного розвитку суспільства [1].

Сьогодні ситуація с торгівлею не найкраща. На це вплинула, по-перше, нестабільна політична ситуація, неспроможність влади встановити повний контроль над територію України. По-друге, криза яка була вікликана пандемією COVID-19, яка охопила не тільки Україну, а весь світ. По-третє, знецінення національної валюти, що мало місце у 2014-2015 роках, при тому, що заробітна плата не змінювалася. По-четверте, криза вітчизняної банківської системи та виведення значної кількості вітчизняних банків з ринку. По-п'яте, нестача спеціалістів.

Крім перерахованих аспектів на результат роботи торговельних підприємств впливають і позитивні чинники:

- масове використання технологічних новинок;
- запровадження єдиних підходів у торговельних мережах до впровадження автоматизації обліку закупок, зберігання товарів, контролю за операціями тощо;
- пропозиція єдиних е торговельних мережах підходів групування асортименту товарів;
- знання і розуміння клієнта на основі даних функціональних менеджерів; - динамічна реклама товарів і послуг;
- використання багатоканальної комунікації в обслуговуванні покупців (по телебаченню, поштових розсилках, Інтернету, мобільних телефонах тощо);
- можливість виробництва товарів власної торгової марки тощо [2].

Також, зазначимо, що розвиток торгівлі в Україні відбувається хаотично, без належного нормативно-правового регулювання. Таким чином, органам державного управління необхідно концентрувати зусилля на подолання дисбалансів розвитку внутрішньої торгівлі, оскільки чим вищий розвиток внутрішньої торгівлі тим вищі темпи розвитку економіки країни.

Україна може конкурувати на торговельному ринку та бути одним з лідером на ньому за умов, якщо вирішить всі свої проблеми або частково усуне їх.

Література: 1. Інноваційний розвиток підприємств сфери торгівлі: світові тенденції та практика в Україні : монографія / С. А. Давимука, Л. І. Федулова, інш.– Львів, 2016. – 432 с. 2. Антонюк Я.М. Тенденції розвитку ритейлу в Україні. Електроний ресурс. Режим доступу: <http://www.lute.lviv.ua/fileadmin/www.lac.lviv.ua/>

## ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА ПЛАТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА

Д-р екон. наук, доц. Шуміло О. С.,  
здобувач вищої освіти Рубашенко Г. В  
*Харківський національний університет будівництва та архітектури*

Економічний стан підприємства визначається рядом факторів, розгляд яких є важливим аспектом теорії стану підприємства з економічної точки зору. Під факторами які впливають на поточний та прогнозують майбутній стан підприємства розкриваються причини, які його породжують. До них належать явища і процеси, які визначають низку фактів що мають безпосередній вплив на стан підприємства. Отже, виникає необхідність дослідження таких факторів разом з системою в яку вони входять, а саме в систему платоспроможності підприємства. Ця необхідність обумовлена певною взаємозалежністю факторів між собою.

Якщо, розглядати платоспроможність як стан підприємства до низки негативних впливів, як внутрішніх так і зовнішніх, то можна зазначити, що наявність цих негативних чинників сприяє дуже швидкому досягнанню стану неплатоспроможності, що скоріше за все призведе до стану банкрутства підприємства.

Щоб уникнути зустрічі з негативними факторами пов'язаними з неплатоспроможністю, не допустити банкрутства підприємства та вижити в сучасних нестабільних умовах ринкової економіки, необхідно добре знатися на факторах платоспроможності та аналізі стану підприємства.

Задля подальшого дослідження пропонуємо розглянути основні фактори, якими оцінюється рівень платоспроможності на підприємстві.

Класифікація факторів платоспроможності та ліквідності за думкою більшості науковців відбувається шляхом розділення на дві групи впливу: на вплив зовнішнього середовища та внутрішнього.

Стосовно підприємства зовнішні фактори впливу це ті, на які само підприємство взагалі не має засобу впливу або має проте з невеликим ефектом, бо підприємство не може в значній мірі впливати на економічний стан усієї країни чи на рівень стабільності валютного ринка та на інші соціально-політичні інститути.

Зовнішні фактори впливу показують положення підприємства на товарному ринку; можливий потенціал підприємства в діловому співробітництві; ступінь залежності від зовнішніх кредиторів та інвесторів; наявність платоспроможних дебіторів; ефективність господарських і фінансових операцій тощо. Ще одним з найбільш масштабних і несприятливих зовнішніх факторів, що дестабілізують фінансову стійкість та платоспроможність підприємства, є інфляція [1].

До внутрішніх факторів відносять наявність та стан таких факторів як: управління ліквідністю, грошові кошти та їх еквіваленти, сума короткострокових зобов'язань, фінансове планування, дебіторська, кредиторська заборгованість та інші. Тобто, саме ті фактори, які безпосередньо формуються у внутрішньому середовищі підприємства.

Проте варто затвердити, що внутрішні та зовнішні фактори впливу на платоспроможність мають певний зв'язок та впливають на результати діяльності підприємства в цілому протилежним способом, одні мають позитивний вплив, інші - негативний.

Для більш повного дослідження впливу факторів на платоспроможність підприємства пропонуємо їх класифікацію за ознакою, видами та характеристиками (табл.1).

Таблиця 1 – Класифікація факторів впливу на платоспроможність підприємства за ознакою, видами та характеристиками

Класифікація ознаки	Вид факторів	Характеристика
Місце виникнення	Внутрішні	Залежать від діяльності працівників підприємства та планування
	Зовнішні	Залежать від економічного середовища в якому функціонує
Ступінь впливу	Основні	Ступінь впливу факторів має велике значення
	Другорядні	Вплив факторів є несуттєвими для підприємства
Результати впливу	Позитивні	Покращують показники підприємства
	Негативні	Знижують показники підприємства
Взаємопідтримність	Залежні	Фактори пов'язані між собою та мають послідовний характер виникнення
	Незалежні	Фактори не пов'язані між собою і мають несподіваний характер виникнення
Вірогідність впливу	Фактичні	Змінюють стан підприємства
	Потенціальні	Ймовірність складання змін на підприємство
Час дії	Постійні	Впливають на підприємство протягом усього життєвого циклу
	Тимчасові	Мають періодичний характер впливу

Проводячи групування факторів впливу на платоспроможність підприємства, слід враховувати, що вони діють не ізольовано один від одного, а разом у великому комплексі. У той же час, залежно від стадії розвитку суб'єкта господарювання, вплив окремих факторів буде то знижуватися, то посилюватися [2, с. 84].

Запропонована класифікація факторів, може сприяти для подальшого процесу оцінювання платоспроможності підприємства та управління нею.

Література: 1. Богданов М. Х., Бужимська К. О. Фактори впливу на платоспроможність підприємства. <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2019/12/53-1.pdf> 2. Харченко О. С. Вплив чинників зовнішнього та внутрішнього середовища на рівень платоспроможності підприємств машинобудування, с. 84 Національний технічний університет України «КПІ» [http://www.agrosvit.info/pdf/8\\_2015/18.pdf](http://www.agrosvit.info/pdf/8_2015/18.pdf)

## ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ БАНКРУТСТВА В УКРАЇНІ ТА ЗАРУБІЖНИХ КРАЇНАХ

Д-р екон. наук, доц. Шуміло О. С.,  
здобувач вищої освіти Толочкеев Д. В.

*Харківський національний університет будівництва та архітектури*

Сьогодні найбільш поширена процедура банкрутства, виходячи з статистичних даних, є саме процедура ліквідації підприємства. Також, важливим буде згадати, що частка збиткових, тобто, неплатоспроможних підприємств, набагато більша ніж частка порушених справ про банкрутство. Це свідчить про те, що, до моменту повного банкрутства підприємство, в своєму життєвому циклі, перебуває на стані неплатоспроможності, а існуючі правові механізми не в змозі урегулювати цю ситуацію. Також враховуючі проведені дослідження та досвід існування інституту за існуючим державним регулюванням, показує, що процент своєчасного виявлення кризової ситуації дуже малий, враховуючі, що методики щодо регулювання банкрутства спрямовані більш на розробку ймовірності у короткостроковому періоді, тобто на фіксування кризи. Це свідчить про необхідність вивчення та проведенню порівняння щодо регулювання банкрутства в межах країни та за її кордонами.

Вивчаючи дослідження науковців, щодо державного регулювання банкрутства в Україні, зазначимо, що більшість науковців схильна вважати збитковість підприємств протягом року, як основний і єдиний критерій неспроможності. Однак, на нашу думку, неможливість використання даного критерію підчерпнута рядом умов, насамперед ми говоримо про функціонування податкової системи України, де найкращим методом спрямованим до мінімізації оподатковування є саме відбиття в бухгалтерській і податковій звітності збиткових результатів, свідомо занижених.

Процедура банкрутства в Україні в середньому триває 2,9 року, що на 1,2 більше, ніж у країн – членів Євросоюзу. Крім того, в середньому вдається відшкодувати близько 9% вимог кредиторів, а в розвинутих європейських країнах середній показник становить 67%, у державах Східної Європи та Азії – 28% [1].

Досліджуючи досвід зарубіжних систем регулювання банкрутства необхідно підкреслити, що в більшості країн для моделей регулювання банкрутства використовують критерії неплатоспроможності та неоплатності.

Законодавча система Великобританії використовує одночасно як неплатоспроможність так і неоплатність, виконує макроекономічну мету. Найбільш використовувана модель «плаваюча» дає можливість вибору щодо процесу банкрутства: ліквідація підприємства або відновлення платоспроможності. Боржником у Великобританії встановлюється суб'єкт відносин, який не в змозі відповідати за свої боргові зобов'язання в тому випадку, коли вони перевищують 750 фунтів, і при умові не задоволення письмової вимоги з боку кредитора в установлені законом строки - три тижні. Також борги повинні перевищувати активи підприємства та представлені відповідні докази суду.

У Франції законодавство про неспроможність, функціонує за критерієм неоплатності, а також виконує макроекономічну мету. Головною метою державного управління банкрутства є збереження підприємств які функціонують на ринку, задоволення вимог кредиторів а також збереження робочих місць.

В Австралії державним органом з питань банкрутства є державна комісія з корпоративних справ, яка має такі повноваження: аналізувати фінансовий стан підприємств, які проходять у справах про банкрутство; забезпечувати достовірність інформації про боржника; робити висновки про відповідальність керівників боржника за доведення підприємства до банкрутства; дискваліфікувати винних керівників самостійно [2].

У свою чергу німецька система державного регулювання банкрутства базується на неплатоспроможності при додатковій умові неоплатності, а також виконує макроекономічну вигоду. Такий комбінований метод одночасно спрямований на відновлення неспроможного підприємства а мікроекономічна вигода підприємства, в свою чергу, зменшує переслідування макроекономічної мети. У Німеччині застосовується критерій неплатоспроможності боржника й надзаборгованості.

У Сполучених Штатах Америки існує багаторічний багатий досвід державного регулювання банкрутств. На сьогодні у Сполучених Штатах справи про банкрутство законодавчо регулюються на федеральному рівні Кодексом законів про банкрутство. Американська система регулювання неспроможності, де неплатоспроможність передбачає ознаки неоплатності, побудована таким чином, що явна перевага надається реорганізаційній процедурі. Окремі штати не мають законодавчих повноважень в частині банкрутства. Судочинство у процедурах банкрутства в США здійснюють федеральні суди, у справах про банкрутство - спеціалізовані суди, що входять до складу федеральних окружних судів США. Спеціальний орган, що займається адміністративним управлінням справ про банкрутство, входить до складу міністерства юстиції і називається Виконавче бюро федеральних керуючих США. Воно виступає як наглядач за процедурою банкрутства від імені генерального прокурора США. Його члени, федеральні керуючі керівники, є службовцями федеральному уряду і призначаються генеральним прокурором [3].

Підводячи підсумки, проаналізував процес державного регулювання банкрутства, зазначимо, що удосконалення законодавства в даній сфері є недостатнім. Необхідно забезпечити діючу структуру державного моніторингу й контролю, ввести особливі адміністративні й карні міри відповідальності за ініціацію ворожого банкрутства. Особливу увагу при цьому необхідно приділяти впровадженню контролінгової функції державного регулювання економіки.

Література: 1. С. Онисько, О. Агрес. Інститут банкрутства: Економічна сутність та оцінка функціонування. УДК 336.279.003.12 2. Державне регулювання процедури банкрутства. [Електронний ресурс] <https://www.bestreferat.ru/referat-203194.html> 3. Державне регулювання процедури банкрутства. [Електронний ресурс] <https://www.bestreferat.ru/referat-203194.html>

## **КРЕАТИВНА ЕКОНОМІКА ТА ПІДПРИЄМНИЦТВО**

Студ. Щербатюк М. М.,  
науковий керівник: канд. екон. наук, доц. Капленко Г. В.  
*Львівський національний університет імені Івана Франка*

Креативна економіка стала одним з найважливіших напрямків інноваційного розвитку. Термін «креативність» може бути пояснений як творчий підхід до чогось із залученням нових, раніше не використаних ідей. Таким чином, можна відзначити безперечний зв'язок інновацій та креативних індустрій. Тому виникає необхідність у дослідженні проблем і тенденцій розвитку креативної економіки в сучасних умовах.

За даними ООН, на частку креативної економіки припадає 3,4% світового ВВП, що становить майже 1,6 трлн дол. США й удвічі перевищує обсяги щорічних надходжень від міжнародного туризму. Щорічні темпи зростання у різних країнах варіюють від 4,3% до 17,6%, удвічі перевищуючи темпи зростання сфери послуг, і в чотири рази вищі, ніж темпи зростання сфери промислового виробництва. При цьому частка зайнятих у креативній економіці досягла 25% населення світу.

Обсяги світового експорту креативних товарів і послуг у вартісному виразі в середньому за рік зростають на 8,7%. Доходи креативних індустрій ЄС, де зайнято

5,6 млн осіб, мають темп зростання на 12,3% вище від темпів збільшення доходів від загальної економічної діяльності. Розвиток креативної економіки полягає у спроможності провести певну лінію, яка поєднує технології, інженерію, науку, освіту, культуру, ідентичність, спадщину, суспільні проблеми.

Термін «креативність» у широкому значенні означає творчість. У наш час поняття креативності дедалі більшою мірою почало асоціюватися зі здатністю особистості в процесі вирішення проблем, що виникають, знаходити нові, нестандартні, оригінальні підходи, базовані на принципово нових знаннях, уміннях, навичках. Виникло поняття «креативна особистість». У цьому зв'язку поняття «креативна економіка» асоціюється, по-перше, з оригінальною специфічною формою економічного мислення, що відрізняється від загальноприйнятих логічних типових схем і здатністю знаходити й реалізувати нові соціально-економічні зв'язки й моделі між явищами й процесами; по-друге, зі здібностями привносити щось нове, оригінальне в різні сфери практичної діяльності; по-третє, постійною готовністю до розв'язання нестандартних проблем і ситуацій [4].

Тобто, його основою є використання творчої уяви людей, щоб підвищити цінність конкретної ідеї. Творча економіка дає нове життя виробництву, послугам, торгівлі та галузі розваг. Це змінює середовище, в якому люди хочуть жити, працювати та навчатися, де вони думають, винаходять і створюють.

Суть креативної економіки полягає в тому, що саме свобода і вільний ринок дають унікальний шанс перетворювати свої власні ідеї на товари чи послуги [1].

Креативна економіка є однією з динамічних секторів світової економіки з потужною трансформаційною силою для соціально-економічного розвитку. Креативна економіка займається питаннями взаємозв'язку між економікою, культурою, технологією та соціальними аспектами. Володіючи креативністю як основним рушійним сигналом, цей сектор зосереджений навколо продуктів та послуг, що мають творчий зміст, культурну цінність та ринкові цілі. Креативні товари та послуги є еластичними продуктами, оскільки вони покладаються на ідеї, знання, навички та можливість використовувати нові можливості [3].

За оцінками ЮНЕСКО, саме креативний бізнес служить важливим фінансовим і економічним драйвером, генеруючи більше \$2 трильйонів в рік, що становить майже 3% світового ВВП, в той час як у містах і регіонах з високою концентрацією населення цей показник вище в три-п'ять разів. Креативні індустрії створюють робочі місця, але головне – вони стимулюють творче і інноваційне мислення, формують культуру людей. Велику роль у розвитку цього сегменту економіки відіграє соціально-відповідальний бізнес, здатний за допомогою творчих підходів привертати увагу до глобальних проблем, знаходити унікальні способи і створювати продукти для їх вирішення.

У креативній економіці не лише України, а й усього світу найбільшій популярності набувають різні ІТ-послуги. До них причетна найбільша кількість кваліфікованих працівників ІТ-компаній, які перебувають за межами нашої країни. В Україні сфера ІТ-послуг є поширеною, багато молоді знаходить себе у ній. Статистика показує, що 2018 року в даній галузі функціонувало близько 850 фірм і 14500 спеціалістів.

Наша держава має значні можливості для розвитку креативної промисловості, але для того, щоб не настала криза в галузі цієї індустрії, потрібно якнайкраще посприяти виявленню і розвитку креативного потенціалу та реалізації креативних економічних починань. Підприємці і споживачі стали більше уваги звертати на те, який внесок вносить бізнес в життя суспільства. Все частіше в цьому контексті згадується концепція сталого розвитку, можливого тільки завдяки креативним індустріям. Газ, нафта – всі ці ресурси вичерпні, креативність – нескінченна. Продовжує зростати і попит на творчий контент – особливо цифровий. Коли базові потреби людини задоволені, вона завжди звертається до культури, до того, що викликає у неї емоції і з



чим вона може себе ідентифікувати. Люди купують не просто продукт, а історію. Також важливо пам'ятати, що в центрі інновацій завжди лежать не технології, а людська креативність

Отож, можна зробити такі підсумки: креативна економіка в Україні набуває значного розвитку, але не є настільки прогресивною та популярною, як у країнах Європейського Союзу. Проте наша держава має досить великий потенціал, і з кожним роком він зростає, однак необхідне і державне стимулювання. Насамперед, потрібно покращити перелік всіх статистичних даних, беручи до уваги ринки сектору креативної економіки, й активно працювати над їх вдосконаленням. Надзвичайно важливе значення має і відсутність бар'єрів у взаєминах між державними представниками влади та представниками креативних галузей. Також є необхідність об'єднання всіх складових економіки з креативною промисловістю і вдосконалення досліджень у культурній сфері. Саме так в Україні можна створити належне майбутнє, де інновації та творчість відіграватимуть далеко не останню роль у процесі економічного розвитку.

Література: 1. Ірі Шерер. Техніки креативності: як за 10 кроків знайти, оцінити і втілити ідею / Ірі Шерер: [пер. з нім. О. Гляйснер]. – М.: СмарБук, 2009. – 136 с. 2. Креативне мислення в бізнесі / Пер. з англ. – 3-є вид. - М.: ТОВ "Юнайтед Пресс", 2011. – 227 с. 3. Бакуліна Н., Собко О.: Тенденції та перспективи розвитку креативної економіки в Україні 4. [Електронний ресурс] – Режим доступу: [http://www.dnu.dp.ua/docs/ndc/konkysr\\_stud/ES/2\\_4.pdf](http://www.dnu.dp.ua/docs/ndc/konkysr_stud/ES/2_4.pdf)

## **СТАТИСТИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ЗВ'ЯЗКУ РІВНЯ БЕЗРОБІТТЯ З КАПІТАЛЬНИМИ ІНВЕСТИЦІЯМИ В УКРАЇНІ**

Д-р екон. наук, проф Янковий О. Г.,  
здобувач ступеня «магістр» Запорожець К. М.,  
*Одеський національний економічний університет*

Зайнятість та безробіття є однією з проблем сучасного етапу розвитку. Безробіття призводить до марнування робочої сили. При неповному використанні наявних ресурсів робочої сили економічна система працює, не досягаючи меж своїх виробничих можливостей, і підйом економіки стає неможливим. Чимало проблем безробіття наносить і життєвим інтересам людей, не даючи їм можливості реалізувати свій потенціал і що найголовніше, різко погіршуючи матеріальне становище сімей безробітних сприяючи зростанню захворюваності та злочинності, загострюючи соціальну напруженість у суспільстві.

Безробіття становить макроекономічну проблему, оскільки чинники, які на нього впливають, є передусім економічними. У ринковій економіці завжди існує певна кількість людей, які не мають роботи. Однак не всяка непрацююча людина є безробітним. Очевидно, що діти, люди похилого віку та інваліди не відносяться до працездатного населення. Таким чином, безробітний – це людина, яка не має роботи або якогось іншого доходу, який шукає відповідну роботу і готовий приступити до неї.  
[1]

Існує зв'язок між кількістю безробітних в країні та обсягом капітальних інвестицій, що і досліджено у роботі. Дані про динаміку капітальних інвестицій та кількості безробітного населення наведені у табл. [2]

Здійснивши кореляційно-регресійний аналіз у редакторі Excel, було знайдено коефіцієнт кореляції, який становить -0,947. Показник є високим, тобто зв'язок між капітальними інвестиціями та кількістю безробітних тісний та обернений, оскільки коефіцієнт від'ємний. При зростанні капітальних інвестицій в країну кількість безробітних зменшуватиметься.

Таблиця – Динаміка обсягу капітальних інвестицій та безробітного населення в Україні

Роки	Капітальні інвестиції, млрд. грн.	Безробітне населення (за методологією МОП), тис. осіб
2015	382,75	1654,0
2016	326,2	1677,5
2017	381,6	1697,3
2018	526,34	1577,6
2019	584,45	1486,9

*Джерело: побудовано авторами на основі [2]*

Коефіцієнт еластичності між показниками становить -4,41. Це означає, що при збільшенні обсягу капітальних інвестицій на 1% кількість безробітного населення в Україні зменшиться на 4,41 %.

Проаналізувавши отримані дані, можна дійти висновку, що не всі інвестиційні кошти направляються на розбудову економічної системи України.

Література: 1. Борисов Є. Ф. Економічна теорія: Навчальний посібник. М.: Юрайт-М. 2000. № 2. С. 384. 2. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 15.05.2020).

## **КРЕАТИВНА ЕКОНОМІКА: СУТНІСТЬ, ОСОБЛИВОСТІ ТА ПЕРЕДУМОВИ ФОРМУВАННЯ**

Канд. екон. наук, доц. Янченко Н. В.,  
студент Дибіна Д. Р.

*Харківський національний університет будівництва та архітектури*

Креативна економіка з початком XXI століття стала могутньою перетворювальною силою у сучасному світі. Її потенціал для розвитку величезний, вона є одним із секторів світової економіки, що зростає прискореними темпами. Цей сектор є перспективним не лише з точки зору отримання доходів, але й створення робочих місць та експортних надходжень. Також велика частина світових інтелектуальних та творчих ресурсів зараз інвестуються у культуру на основі галузей, нематеріальні ресурси яких є такими ж реальними та значними як і інші галузі промисловості. Людська творчість та інновації як на індивідуальному, так і на суспільному рівнях є ключовими чинниками цих галузей, і стали справжнім багатством у XXI столітті.

Метою статті є визначення сутності креативної економіки, її особливостей та умов формування. Основними завданнями є: зрозуміти сутність креативної економіки та її становлення; дослідити вплив креативної економіки на економічно відсталі регіони та оцінити наслідки цього впливу; визначити розв'язання проблем щодо формування креативної економіки.

Варто зазначити, що поняття «креативна економіка» є досить нове і з'явилося вперше у 2000 році, проте до сьогодні, концепція креативної економіки значно еволюціонувала та стала об'єктом досліджень у багатьох країнах світу. Дослідження креативної економіки здійснюються переважно з позиції трьох підходів: галузевого (креативні індустрії), просторового (креативне середовище, креативні міста) та професійного (креативний клас). Унікальність креативної економіки полягає у тому, що вона базується на використанні потенціалу необмеженого глобального ресурсу: людської творчості, а не на оптимізації обмежених ресурсів (як у традиційних галузях промисловості). Крім того, креативна економіка на відміну від традиційних

економічних систем характеризується особливо тісним зв'язком культури, мистецтва, економіки, бізнесу, соціуму, інновацій, науки. [1]

Креативна економіка виконує такі важливі функції:

- 1) підвищення добробуту суспільства;
- 2) стимулює самоповагу в окремих людей;
- 3) сприяє поліпшенню якості життя в цілому.

Отже, до основних чинників зростання креативної економіки можна віднести: інвестиції, інновації, людський потенціал, внутрішній попит. Численні дослідження показують, що країни з високим рівнем людського потенціалу мають стабільне економічне зростання. Креативна економіка, крім економічних вигод, створює нематеріальні цінності, які роблять важливий внесок до забезпечення стійкого розвитку, орієнтованого на людину. На зміну таким важливим ресурсам, як земля, робоча сила та капітал приходять інтелектуальна власність. І головним інструментом тут виступає людський мозок, як найбільш коштовний економічний ресурс. А креативність, як одна з його головних властивостей, допомагає досягти найкращих результатів.

Взагалі, виділяють вісім основних факторів успіху, які грають важливу роль в розвитку креативної економіки. Крім того, опис найбільш значущих чинників, які вплинули на розвиток креативної економіки, таких, як, наприклад, університети, в розвитку сприятливого креативного клімату або освіти географічних центрів творчої активності, можна знайти й в роботах Р. Флориди. Р. Флоріда у своїй праці «Креативний клас: люди, які змінюють майбутнє» розглядає креативну економіку через призму креативного класу (людей креативних професій), який характеризується як частина зайнятого населення, що створює нові ідеї, нові технології або креативний зміст, а також відзначається творчістю та індивідуальністю. При цьому, основою розвитку креативної економіки є реалізація трьох принципів Т: «технології, таланту і толерантності». [2]

Спираючись на результати вищеназаних досліджень, можна більш повно і точно визначити наступні фактори, що впливають на розвиток креативної економіки, а саме: попит, рівень доходів споживачів, рівень освіти та компетентності, здатність створювати інфраструктури, що необхідні для повноцінної реалізації знань, наявність відповідних навичок, рівень розвитку громадського сектора, відношення громадських і державних інституцій, інтелектуальний капітал, наявність великих комерційних структур, вищих навчальних закладів. [3]

Креативна економіка може розвиватися тільки там, де існують певні умови. Креативна економіка поводиться зовсім інакше, ніж виробничий сектор. Крім того, вона пред'являє зовсім інші вимоги й до географічного розташування її «підприємств». Креативна економіка формується не там, де існує дешева робоча сила, а перш за все там, де сконцентровані творчі голови та є багатий споживач. Передумовами зростання питомої ваги креативної економіки в ВВП є освіта і високий рівень доходів споживачів, знання і професійна підготовка зайнятих в креативному секторі, а також відкритий новим ідеям робочий простір, що відрізняється високим економічним і технологічним рівнем з розвинутою інституціональною базою. [4]

Сьогодні, в умовах турбулентних економічних процесів, необхідно задуматися над можливістю використовувати новий феномен, яким, безумовно, є творчість, і поєднувати його з технологічною зрілістю і накопиченими людством знаннями. Необхідно вести подальші дослідження в цій галузі, які допомогли б віднайти відповідні інструменти та механізми, що зможуть допомогти Україні скористатися перевагами креативної економіки.

Література: 1. Вахович І. Розвиток креативних індустрій: регіональний вимір: монографія / Ірина Вахович, Олена Чуль. – Луцьк : Вежа-Друк, 2014. – 288 с.  
2. Флоріда Р. Креативний клас: люди, які змінюють майбутнє / Р. Флоріда. // Классика

XXI. – 2005. – С. 251. 3. Дорошенко О. Становлення креативного сектору глобальної економіки / О. Дорошенко // автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.00.02 – світове господарство і міжнародні економічні відносини / О.С. Дорошенко. – К.: КНЕУ, 2014. – С. 9-10. 4. Вакуленко К.М. Розвиток креативного сектору світової економіки/ К.М. Вакуленко. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://dspace.tneu.edu.ua/bitstream/316497/23132/1/%D0%92%D0%B0%D0%BA%D1%83%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%BA%D0%BE%20%D0%9A.%D0%9C..pdf>

## **КРЕАТИВНА ЕКОНОМІКА: СУТНІСТЬ ПОНЯТТЯ ТА ЗНАЧЕННЯ**

Канд. екон. наук, доц. Янченко Н. В.,  
ст.гр. А-43, Дорохова А. М.

*Харківський національний університет будівництва та архітектури*

Що б зрозуміти, що ж таке креативна економіка, потрібно розглянути поняття, а саме, креативне підприємництво. Термін «креативне підприємництво» отримав розвиток з терміна «креативне руйнування», вперше використане німецьким економістом Вернером Зомбартом в книзі «Війна і капіталізм» і популяризувати австро-американським економістом і соціологом Йозефом Шумпетером в його книзі «Капіталізм, соціалізм і демократія». Вони використовували його для позначення «процесу реконструкції, який полягав в руйнування старої структури і створення нової».

Крім того, креативна економіка характеризується з точки зору креативного підходу, в основі якого лежать проектне мислення, креативне уяву (моделювання), практична спрямованість. Поняття «креативна економіка» було введено журналом *Business Week* в серпні 2000 року.

На даний момент, економіка стає на новий шлях розвитку, креативний шлях. За деякими визначенням креативна економіка чи економіка знань - особливий сектор економіки, що базується на інтелектуальній діяльності. Основними характеристиками є:

- висока роль нових технологій і відкриттів в різних областях діяльності людини;
- високий ступінь невизначеності;
- великий обсяг вже існуючих знань і гостра необхідність генерації нових знань.

На даному рівні розвитку людства, можна сміливо говорити, що робота в промисловому секторі різко скорочується за рахунок автоматизації виробництва. Вивільняється людський капітал і повинен з'явитися стимулом до появи креативної економіки. Люди, які цінують час і свободу дії, які марять своїми ідеями і розробками.

Інноваційна та креативна економіка дуже схожі, їх дуже важко розрізнати. Інноваційна економіка - економіка знань, інтелектуальна економіка - тип економіки, заснованої на потоці інновацій, на постійному технологічному вдосконаленні, на виробництві та експорті високотехнологічної продукції з дуже високою додатковою вартістю і самих технологій.

Креативна економіка заснована на інноваційному, але в той же час, креативний підхід. Будь-яка інновація - це є креатив. По суті, креативне мислення допускає створення нового (інновації), але і не відкидає старих, доопрацьованих рішень з внесенням в них креативних змін. Головна відмінність в людському капіталі, в інноваційній економіці - це люди, спрямовані на вивчення науки, а в креативній - люди, які цінують свободу дії, творчість.

Креативна економіка в найближчому майбутньому стане основою економічної переваги країни в цілому. На даному етапі розвитку гостро постає питання не в технології вирішення проблеми, а в швидкості та оригінальності цього рішення. На ринку праці будуть затребувані креативні люди, які зможуть оригінально підходити до

вирішення поставлених завдань. Так як, швидше за все ця проблема вже вирішувалася і звичайне рішення вже відомо, і знайти його в інтернеті не становить праці. Але такі рішення (кліше), як відомо, не завжди бувають ефективними, або не дають бажаного результату.

Якщо порівняти креативну сферу України та західних країн, то можна сміливо сказати - у нас в країні є величезна пропаща через сировинної політики країни, але все ж варто відзначити позитивні тенденції. Такі, як створення креативних просторів, коворкінг зон та ін., які сприяють розвитку креативу у молодого покоління.

Підсумком вище сказаного, хотілося б відзначити, що креативна економіка сама собою поступово замінить існуючі економічні порядки. У деяких галузях вона вже давно вжилася, але конкретизувати неможливо через дуже розпливчастого визначення креативної економіки і її суміжності з іншими поняттями економіки. Але навіть зараз очевидно, що майбутнє країни цілком і повністю залежить від креативної економіки. А в креативній економіці ядром розвитку креативної економіки стають люди, що володіють принципом 3-х «Т»: «технологія, талант і толерантність». Так вважає Річард Флорида в своїй роботі «Креативний клас: люди, які змінюють майбутнє».

## **КРЕАТИВНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО ЯК РЕСУРС ЕКОНОМІКИ**

Канд. екон. наук, доц. Янченко Н. В.,  
ст. Константинова К. Г.

*Харківський національний університет будівництва та архітектури*

У вужчому розумінні, креативне підприємництво відноситься до бізнесу, який працює в рамках культурних і творчих індустрій. У різних країнах ці галузі мають різні визначення, але, в принципі, креативне підприємництво включає в себе області, які ґрунтуються на культурній творчості і капіталізують інтелектуальну власність. Креативне підприємництво, як і креативні індустрії, охоплює такі культурні сфери та види діяльності: – аудіовізуальна творчість (ТБ, радіо, медіа, музика, фільми тощо); – туризм; – спорт; – преса та друкарська справа; – національна культурна спадщина (історичне середовище, в тому числі, музеї та бібліотеки); – перформативні мистецтва (театр, виконавське мистецтво, хореографія тощо); – візуальні мистецтва (галереї, архітектура, дизайн, ремесла). У більш широкому контексті креативне підприємництво також включає в себе перетин аспектів креативних галузей, що означає те, що культура і культурна творчість пов'язані з іншими напрямками і галузями виробництва, і вони взаємовигідні. Наприклад, культурний туризм – культура і творчість – це завжди привід для туристів відвідати країну, але це також робить економічний вплив на ряд інших галузей (розміщення, логістику, громадське харчування тощо). Таким чином, до креативного підприємництва відносяться всі галузі діяльності та виробництва, які мають на увазі обов'язковий творчий підхід і пошук нових, нестандартних рішень.

Культурні індустрії та креативне підприємництво є відносно новим поняттям в економічній та соціокультурній сфері України, однак, практичний аспект застосування цих понять не є новим явищем.

Ключова особливість креативної економіки – те, що вона заснована на знаннях, інформації та емоціях. Нова економіка будується підприємцями-творцями, які окрім знань одночасно використовують уяву та творчу енергію задля створення нових ідей та впровадження цінностей. Відповідно, сучасний успіх підприємницької діяльності в сфері культури все частіше залежить від синтезу творчості, підприємництва та технологічних інновацій.

Культурне підприємництво передбачає перетворення творчого та інтелектуального ресурсу в «творчий продукт», наприклад відеофільм, дизайнерську річ, музичну композицію тощо. Важливу роль у креативній економіці відіграють нові

технології в різних сферах життєдіяльності та аналіз існуючих та відкриття нових знань. В рамках креативної економіки створюються нові парадигми і моделі бізнесу. Також важливо відзначити, що на сьогоднішній день саме сектор креативної економіки створює найбільш високооплачувані робочі місця. Креативне підприємництво застосовано в будь-яких сферах бізнесу. В умовах високотехнологічного буму, коли кожен день на ринку з'являються тисячі продуктів і рішень, складно придумати щось абсолютно нове. Засновник креативного простору і коворкінгу «Часопис», співзасновник Dream Kyiv, «Цікавий Київ» Макс Яковер коментує це питання так: «Креативність в сучасному бізнесі, в першу чергу, полягає в тому, щоб, поєднуючи вже існуючі ідеї, створювати нові цінності».

Креативне підприємництво в корені відрізняється від звичних норм роботи, воно вимагає великих навичок, мобільності і здатності постійно вчитися. Без цього залишатися «на хвилі» просто не представляється можливим.

Креативне виробництво – це підприємства майбутнього. Більшість креативних компаній – це маленькі або навіть мікро підприємства, дуже мобільні, часто сезонні, засновані на проектах. Вони значно відрізняються від старої моделі виробництва, побудованої на роботі з 8 до 17, де люди проводять більшу частину свого життя. Креативне підприємництво вимагає різних навичок і використання різноманітних методів роботи. І найскладніше те, що на даний момент ще не розроблені хороші моделі.

Підприємництво відіграє важливу роль у галузі культури і дає поштовх регулюванню останнього. І головним механізмом впливу є ринок. Раніше, на початку капіталістичного підприємництва, багаті торговці та продюсери підтримували розвиток художньої культури, отримували оплату за зображення власних образів або сімейних портретів. Це багатство, достаток, тісно пов'язані з культурою, що забезпечує розквіт живопису, скульптури, архітектури, музики, видавництва. Зараз ринок знаходиться у вільному доступі для будь-кого. Тому кожен може стати підприємцем в креативному просторі. Однак, креативним підприємцем стати не складніше, ніж простим, звичним бізнесменом, з однією поправкою – працювати доведеться з творчими людьми, до яких потрібен особливий підхід. З одного боку в такому випадку потрібен лише талант – культурний креатив – це ключ до успіху такого бізнесу. Тим не менш, неможливо очікувати, що креативні, талановиті співробітники будуть, в той же час, і відмінними бізнесменами, інженерами або гуру маркетингу. Тому основний успіху є створення чудової команди, яка об'єднує в собі всі можливі функції, від управління до технологій.

Традиційно інноваційну діяльність прийнято пов'язувати зі сферою матеріального виробництва. Її базове значення для розвитку інноваційного підприємництва, впровадження досягнень науки, новітніх технологій безсумнівне. Але нововведення виникають і реалізуються в невиробничих сферах. Особливе місце інновації в підприємницькій діяльності займають в соціокультурній сфері. Україна володіє сильним інтелектуальним потенціалом, але з іншого боку, в креативному підприємстві нам не вистачає вагомих трьох ключових складових – освіти, інфраструктури та інтеграції в західний світ. Однак, враховуючи велику кількість творчих стартапів та компаній, які за останній час стрімко зросли – надія на розвиток більш грамотного креативного підприємництва в Україні є.

Література: 1. Варналий, З. С. Мале підприємництво: основи теорії і практики. Київ: Знання, 2001. 277 с. 2. Новікова О. Ф. Соціальна орієнтація економіки: механізми державного регулювання. Донецьк: Інститут економіки промисловості, 2009. 219 с. 3. Ткачук О. М. Назаренко Н. С. Формування економічного, морального і духовного потенціалу суспільства. Полтава : АСМІ, 2013. 54 с. 4. Frey S. Arts & Economics: Analysis & Cultural Policy. Switzerland : Press, 2010. 117 p.

## ПІДПРИЄМНИЦТВО В УКРАЇНІ: ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Канд. екон. наук, доц. Янченко Н. В.,  
ст. Константинова К. Г.

*Харківський національний університет будівництва та архітектури*

Підприємництво – є однією з найважливіших ознак ринкової економіки і основною передумовою розвитку народного господарства будь-якої країни. Крім цього, розвиток підприємництва країни є своєрідним індикатором характеру змін у зовнішньому середовищі. Слід пам'ятати, що позитивні зміни у зовнішньому середовищі, зокрема, в економіці країни є неможливими без розвитку підприємництва. Особливо це стосується малого підприємництва як найбільш гнучкої за відношенням споживчого попиту ланки.

Індивідуальна споживацька поведінка, яка проявляється у диференціації попиту, розвиток нових технологій (в першу чергу, інформаційних і комунікаційних), глобалізація конкуренції – ще не повний перелік суттєвих зрушень, які відбулись за останні роки у сфері розвитку українського підприємництва. Проте військові дії, що ведуться на території нашої держави; стрімке падіння курсу національної валюти та, як наслідок, різке зниження інвестиційної привабливості української економіки – проблеми, які ставлять під сумнів перспективи розвитку підприємництва в Україні. У таких складних умовах сьогодення здається неможливим перехід України до Європейських стандартів ведення бізнесу. Втім, слід зазначити, що багатьом країнам, які на цей момент є повноправними членами Європейського Союзу, це з успіхом вдалось здійснити у дуже складні періоди свого розвитку і становлення.

Аналіз наявного стану сучасного підприємництва дає змогу стверджувати, що нестабільність політичного середовища наносить відчутну шкоду економічному розвитку нашої країни. Підприємництво, особливо мале і середнє, у першу чергу, реагує на негативний вплив дестабілізаційних факторів. Така реакція найчастіше знаходить своє вираження у формі скорочення кількості підприємств приватного сектору, зниження обсягу виробництва та чисельності працюючих.

Проблеми у сфері підприємництва України спостерігаються як на макро-, так і на мікрорівні. Деякі з них носять настільки глобальний характер і так вкоренились на вітчизняних теренах, що їх вирішення можливе лише у випадку запровадження кардинальних економічних реформ або повного демонтажу існуючої економічної системи. Зокрема щодо проблем вітчизняного підприємництва на мікрорівні, то до них можна віднести: – незначну чисельність підприємств малого і середнього бізнесу, а також нетривалість їх життєвого циклу, що обумовлено відсутністю їх державної підтримки (зокрема, в Україні менше 60% від загальної чисельності підприємств складають малі та середні підприємства і забезпечують до 11% наповнення ВВП, тоді як у країнах Європейського Союзу і США цей показник становить 99 % і наповнює ВВП на більше, ніж на 50%. Це і є той середній клас, на якому тримається економіка розвинених країн. Зауважимо, що лише 5% населення України можна віднести до середнього класу згідно з критеріями ЄС. Крім цього, у рейтингу країн за рівнем захисту прав на приватну власність Україна займає 135 місце з 144, що не могло не відобразитись на скороченні тривалості життєвого циклу малих і середніх підприємств); – високі витрати часу на проходження офіційних процедур для започаткування підприємства, наприклад, отримання дозволів, ліцензій, перевірки (зокрема, у Македонії цей процес триває 3 дні, Угорщині – 4, Албанії та Білорусі – 5, Словенії – 6 днів, тоді як в Україні на проходження аналогічних процедур витрачається 27 днів), а також збереження значних обсягів витрат, пов'язаних із ліквідацією підприємств (зокрема, такі витрати становлять 42 % від розміру середнього доходу на особу, тоді як у 2010 р. у Бельгії, Данії, Словенії цей показник становив 4 %, Росії,

Молдові – 9 %); – високі витрати часу і коштів підприємців на реєстрацію власності (зокрема, у 2009 р. для реєстрації власності необхідно було 93 дні, то у 2010 р. цей показник зріс до 117 днів, що перевищує середнє значення аналогічного показника для країн ЄС більше, ніж у 3 рази. Зросла і вартість адміністративних послуг під час реєстрації власності – з 2,6 % від вартості власності у 2009 р. до 4,1 % у 2010 р.); – торгівельна, а не виробнича орієнтація діяльності підприємницького сектора (зокрема, у структурі експорту сировинна економіка займає 57%);

– нарощування імпорту продукції і послуг замість налагодження національного виробництва; – непривабливий інвестиційний клімат (зокрема, за рівнем привабливості податкового законодавства для іноземних інвесторів Україна займає 137 місце з 144); – відтік інвестицій та інших коштів за кордон (зокрема, щорічний відтік прибутку підприємств з України оцінюється в \$ 8 млрд); – низька конкурентоспроможність вітчизняних підприємств (зокрема, за Індексом конкурентоспроможності (Global Competitiveness Index) Україна займає 76 місце з 144); – відсутність внутрішнього попиту на інновації у підприємстві (зокрема, країни ЄС і США вкладають значні кошти у розвиток науково й інтелектуально-многого виробництва); – невідповідність сучасним вимогам і нерівномірність розташування інфраструктури, функції якої зводяться до обслуговування підприємницької діяльності; – наявність прямих та опосередкованих злочинних, кримінальних посягань, так званого "рейдерства", а також дискримінаційних дій щодо підприємців тощо (зокрема спроби протиправного захоплення підприємств здійснюються шляхом подання до державних реєстраторів підроблених документів); – посилення тінізації економіки, зростання нелегальної частки та перерозподіл тіньового ринку реального сектора економіки (особливо гостро проявилось у систематичних актах незаконного надкористування (наприклад, незаконний видобуток піску та піщано) гравійної суміші у Львівській області. У більших обсягах зросли такі негативні явища щодо видобутку бурш) тину у Волинській та Рівненській областях, червоного каменю у Тернопільській області); – загальне зниження платоспроможності населення і, зокрема, окремих його категорій, що негативно відображається у зниженні споживчого попиту; – низька результативність регіональних програм підтримки малого бізнесу; – неефективна державна регулятивна політика (зокрема, за рівнем корупції Україна 118 в світі з 144 країн) учасниць рейтингу, що впливає на привабливість інвестиційного клімату, як і на функціонування підприємств загалом. Крім того, спостерігається гострий брак кваліфікованих фахівців у системі державно) го управління, які б могли відповідним чином реорганізувати підприємницький сектор, оскільки на сьогоднішній день регуляторна політика держави спрямована на продовження процесу цілеспрямованого знищення малого та середнього бізнесу). На мікрорівні сфера підприємництва стикається з такими основними проблемами: – низька продуктивність праці та мотивованість працівників (зокрема, у середньому в рік в Києві працюють на 292 години більше ніж у Парижі. При цьому продуктивність праці в 3 рази нижче, ніж у Білорусі, в 4 рази нижче, ніж в Європі та в 6,5 разів нижче, ніж в США); – високі витрати часу на підготовку податкових документів, ухилення від оподаткування, проведення тіньових операцій та виведення капіталу за межі країни та інші факти порушення норм господарського права (зокрема, кількість часу, витраченого на підготовку податкових документів, в Україні складає 657 годин і перевищує середній показник країн ЄС у 2,9 разу. Кількість виплат у 2010 р. складала 135, що у понад 7 разів перевищувала середнє значення для країн ЄС); – невисокий рівень кваліфікації підприємців, що значно ускладнює перспективи інноваційного розвитку; – неефективний менеджмент, що спричиняє до зниження конкурентоспроможності підприємств; – недостатність коштів у підприємців для розвитку власної справи.

На основі аналізу вищезазначених проблем і даних, що їх підтверджують, можна зробити висновок про те, що у порівнянні з розвинутими країнами рівень



підприємницької діяльності є незадовільним та потребує суттєвого покращення. Відповідно, несприятливе економічне та правове середовище щодо ведення підприємницької діяльності в Україні сприяє створенню бар'єрів для повноцінного розвитку підприємництва. Висновок про це можна зробити, зважаючи на результати двох впливових міжнародних досліджень – Світового банку "Ведення бізнесу – 2010" і "Рейтинг глобальної конкурентоспроможності" Всесвітнього економічного форуму.

Література: 1. Варналій З. С. Основи підприємництва: навч. по) сібник / З.С. Варналій. – 3-є вид., випр. і доп. – К.: Знання-Прес, 2006. – 350 с. 2. Горбачевська О.В. Проблема підприємництва в економічній теорії / О.В. Горбачевська, Н.Н. Рим // Науковий вісник. – 2006. – №16.1. – С. 242-249.

## **ТРЕНДИ РОЗВИТКУ КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ В УКРАЇНИ**

Канд. екон. наук, доц. Янченко Н. В.,  
студентка IV курсу, гр ЕП-41, Нгуен Т. Х. В.

*Харківський національний університет будівництва та архітектури*

На фоні нестабільної загальноекономічної ситуації в Україні, ІТ-індустрія активно розвивається. Україна все ж ІТ-індустрія залишається однією з найбільш привабливих у країні для інвестицій. Після спаду у 2014-2015 рр., пов'язаного з революцією та війною, у 2016 р. на ринку помітне невелике зростання. За кількістю кваліфікованих ІТ-спеціалістів Україна займає одне з перших місць у світі, і наші спеціалісти виділяються на фоні інших своєю креативністю, амбіційністю, високою кваліфікацією та постійним самовдосконаленням, що впливає на високу якість кінцевого продукту. Саме тому на сучасному етапі українські розробники створюють програмне забезпечення для понад 100 іноземних компаній. Це в сьогоденних реаліях є суттєвим досягненням, вигідним для українських фірм, оскільки розробка програмного забезпечення, на відміну від апаратного, передбачає інтелектуальний ресурс, якого в Україні є достатньо, без великих затрат для закупівлі спеціального обладнання. Вони також створюють імідж України для іноземних інвесторів, які після ознайомлення з нашими розробками можуть зовсім по-іншому поглянути на Україну.

ІТ-ринок України активно розвивається як в кількісних, так і в якісних параметрах: збільшується кількість ІТ-компаній, відокремлених підрозділів, філій і чисельність їх працівників, зростає вклад галузі у ВВП країни. Упродовж останніх років розвивається ігрова ІТ-індустрія як представник креативної економіки. Основна частина результатів виробництва галузі експортується. Саме завдяки кадровому забезпеченню Україна, згідно з даними Міністерства економічного розвитку і торгівлі, стала в 2016 р. четвертим у світі експортером ІТ-послуг і продуктів [101] (недержавні консалтингова аудиторські фірми називають дещо менші цифри, проте всюди Україна перебуває в Топ-20). За період з 2011 по 2015 роки експортно орієнтований сегмент цього ринку збільшився у 2,5 рази, з 1,1 млрд дол. США до 2,6 млрд дол. США, а його внесок у ВВП країни, відповідно – з 0,6% до 3,3%. Понад 70% експорту ІТ-послуг України складає розробка ПЗ на замовлення.

На думку фахівців, привабливою умовою для приходу в Україну глобальних компаній може слугувати саме сильний креативний клас: «ІТ-гіганти мають прийти в Україну завдяки талантам та ідеям, а не за дешевими ресурсами. Тому нам необхідно інвестувати в людей, освіту і за активної участі суспільства, держави і бізнесу розвивати в Україні креативний клас».

Інший великий ринок у сфері креативної економіки – це медіа. До нього входить кілька напрямів: телебачення, онлайн-ЗМІ, продакшн, реклама, PR, радіо, кіно, друкована преса. Ринок українських медійників, на відміну від ринку ІТ-технологій, здебільшого внутрішній. Він відносно невеликий. Обсяг ринку медійної реклами в 2016

р., за оцінками ВРК, склав 11,6 млрд грн. А в 2017 р., за її прогнозами, він зросте на 27% до 14,8 млрд грн. Головна проблема цього ринку – витік кадрів в інші більш перспективні сфери креативної економіки – ІТ і стартапи.

Традиційний сегмент економіки креативності – видавництво книг. Як зазначає генеральний директор харківського видавництва «Фоліо» Олександр Красовицький, зараз цей ринок можна оцінити в Україні в 160 млн дол. США (4,3 млрд грн). Понад половину ринку все ще приносить продаж російських книг (попри заборону ввезення комерційних партій). Тенденції в Україні такі, що видання стають якіснішими, видавці ідуть на ризики. З'являються нові гравці на видавничому ринку, які поєднують і видавництво, і мистецтво. Останніми роками з'являється більше перекладів світових бестселерів, популярного нон-фікшену, бізнес-літератури. Ринок почав розвиватись досить бурхливо

Ринок архітектурного дизайну в Україні ще дуже молодий, ще не так давно в Україні не було як таких архітектурних студій. Усі роботи вели проектні інститути, які просто допомагали виробляти квадратні метри забудовникам. Сьогодні ринок поступово починає змінюватися. З'являються приватні команди, готові пропонувати нові концепти в архітектурі. Але їх поки дуже мало. І Buro-o.com без особливих проблем виграє останні тендери, адже конкуренція поки слабка. За кордоном наших архітекторів майже ніхто не знає.

**Висновок:** Та все ж дослідження показують, що потенціал ринку креативних індустрій в Україні величезний. Усі вони мають ресурси для створення і просування креативного продукту, власну інфраструктуру збуту і зростаючий потенціал ринку, а також мають суттєвий вплив. Креативна економіка в Україні на розвиток креативної економіки. Слід враховувати, що ефект вимірюється не лише прямим або опосередкованим вкладом того або іншого виду діяльності креативних індустрій в економіку, а ще і так званий «невимірний» ефект – це зміна якості життя, формування культурної ідентичності, розвиток плюралізму і толерантної атмосфери в суспільстві. Проте на цьому шляху в Україні ще багато перешкод і перепон.

Література: 1. Суворова А. В. Особенности инновационного процесса в контексте креативности / А. В. Суворова // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. – 2012. – №8. – <http://uecs.ru/innovacii-investicii/item/>  
2. Чуль О. М. Система креативних індустрій як основа формування креативної економіки в регіоні /». – Серія «Облік та фінанси». – Проблеми економіки. – 2014. – №3. – С. 182-186. 3. Вахович І. М., Чуль О. М. Формування стратегічних орієнтирів креативного регіонального розвитку на основі кластерного аналізу / І. М. Вахович, О. М. Чуль // Бізнес Інформ. – 2014. – № 9. – С. 57-65. 4. Хопкинсон Л. Поддержка инновации на уровне регионов и муниципалитетов: руководство для государственных служащих / Л. Хопкинсон. – Симферополь: ЮИИС, 2013. 50. See more at: <http://www.nlobooks.ru/node/4231#sthash.fbnLkE7D.dpuf> 5.«Креативна економіка – це наш пріоритет» / Андрій Садовий. – <http://city-adm.lviv.ua/news/city/lviv-changes/235158-kreatyvna-ekonomika-tse-nash-prioritytetandrii-sadovyi>

## СУТНІСТЬ ПРЯМИХ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТИЦІЙ

Канд. екон. наук, доц. Янченко Н. В.,  
здобувач вищої освіти Рубашенко Г. В.

*Харківський національний університет будівництва та архітектури*

На сьогоднішній день доцільно ствердити, що прямі іноземні інвестиції виступають в ракурсі одних з самих важливих чинників для прискорення розвитку економіки. У сучасних економічних умовах ПІІ вважається найбільш бажаною формою капіталовкладень для економік, що розвиваються, завдяки тому, що вона надає

можливість надходження в країну нові практики корпоративного управління, нові технології та інше.

Теоретичні основи інвестиційної діяльності зароджувалися в ХХ ст. Трансформація класичної інвестиційної концепції відбулася під впливом змін в самій класичній теорії. Представники неокласичної концепції, зокрема І. Фішер, А. Пігу, Р. Хоутри, ще в 30-ті роки ХХ ст. акцентували увагу на тому, що економічний розвиток має ґрунтуватися на інвестиційних процесах. Це обумовлено тим, що інвестиції безпосередньо пов'язані, по-перше, з виробництвом капітальних благ (інвестиційних товарів), а, по-друге, з ринком споживчих благ. Інвестиції є частиною сукупного попиту в національній економіці, їх зростання створює об'єктивні передумови для подальшого збільшення сукупного попиту і обсягів національного виробництва. Інвестиціям, як важливому компоненту витрат підприємств, властива значна мінливість, яка пояснюється тривалим терміном використання капітальних благ, нерегулярністю значних нововведень, мінливістю прибутку і очікувань. Зміни в обсягах інвестицій можуть істотно змінювати обсяги національного виробництва, зайнятості. Отже, в короткостроковому періоді інвестиції через вплив на сукупний попит обумовлюють обсяг національного виробництва, а в довгостроковому періоді через зростання основного капіталу забезпечують економічне зростання і впливають на сукупну пропозицію [2].

Так, з економічної літератури можна почерпнути, що генетичне походження терміну “інвестиції” більшість науковців, спираючись на англійський варіант терміну “investment”, пов'язують із латинським словом “invest”, що означає “вкладати”. [1].

Дослідженням даної проблеми займалися такі вчені, як: М. М. Богуславський, В. М. Грідасов, О. Є. Ісаєва, О. М. Бандурка, О. М. Свінцов, С. В. Кривченко, О. О. Удалих, О. М. Вінник, та інші. Тож на основі досліджень науковців нами здійснено узагальнення визначень науковців стосовно поняття ПІІ (табл.1).

Таблиця 1 – Поняття прямих іноземних інвестицій на основі думок науковців

Автор	Визначення
Дж. Даннінг [3]	Інвестиції здійснюються поза межами країни базування, але всередині компанії-інвестора. Контроль за ресурсами, що переводяться, залишається в інвестора. Вони складаються з набору активів та проміжних продуктів, таких, як капітал, технологія, вміння та знання у галузі управління, доступ до ринків та підприємливість
О. Рогач [4]	Реальні капіталовкладення в підприємства, землю, обладнання, технологію або послуги, що створюють матеріальну базу для розширення бізнесу за нац. кордони
С. Тесля [5]	Це матер.і нематер.капітали, які вкладають держава, компанія чи підприємець в інші підприємства за кордоном для отримання підприємницького прибутку, за умови довготермінового екон. інтересу та наявності права брати участь в управлінських рішеннях
С. Хаймер [6]	ПІІ – це термін, що описує операцію отримання за кордоном фізичних активів, за якої поточний контроль залишається у багатонаціональної компанії у неї на батьківщині. Іншими словами контроль – це ключовий елемент ПІІ
СОТ [7]	Такий вид інвестицій, за якого інвестор-резидент однієї країни (країни-господаря), розміщує свої активи в межах іншої країни (країна-реципієнти) за умови отримання (збереження) контролю за цими активами

Підсумовуючи теоретико-методологічні підходи до визначення поняття “прямі іноземні інвестиції”, ми пропонуємо їхню сутність трактувати таким чином: “Прямі іноземні інвестиції — це вкладення капіталу в підприємство за кордоном, що забезпечує набуття довгострокового економічного інтересу через отримання інвестором контролю над об’єктом вкладення капіталу й передбачає одержання підприємницького прибутку (доходу) та/або ж досягнення соціального, інноваційного, екологічного та інших видів ефектів”. Тобто із запропонованого визначення випливає, що ключовою ознакою ПІ є набуття довгострокового економічного інтересу, коли інвестор отримує чи зберігає контроль над об’єктом вкладення капіталу через володіння значною частиною капіталу підприємства. Але тут необхідно зазначити, що в світовій практиці мінімальна частка участі інвестора у статутному капіталі інвестованого підприємства значно відрізняється. Законодавство України визначає мінімальну частку участі у статутному капіталі інвестованого підприємства на рівні 10 % акцій підприємства [8].

Література: 1. Говорушко Т. А., Сутність прямих іноземних інвестицій та їх класифікація. УДК 33.025:339.727.22 (477) 2. Свінцов О. М., Скірка Н. Я., Гаврилко П. П. Стимулювання інвестиційної діяльності: теоретичні аспекти // Науковий вісник НЛТУ України. 2011. Вип. 21.11. С. 276-282. 3. Dunning, J. H. Multinational Enterprises and Global Economy / Dunning, J. H. – Reading: Addison – Wesley Publishing Company. – Chapter 3. 4. Рогач О. І. Міжнародні інвестиції: Теорія та практика бізнесу транснаціональних корпорацій: [Підручник] / О. І. Рогач. – К.: Либідь, 2005. – 720 с. 5. Тесля С. М. Прямі іноземні інвестиції як економічна категорія, їх суть та класифікація / С. М. Тесля // Науковий вісник НЛТУ України. – 2009. – Вип. 19.3. – С. 131-139. 6. Hymer, Stephen H. The International Operations of National Firms: A Study of Direct Foreign Investment / Hymer, Stephen H. – (MIT Press), 1976. – 253 п. 7. Приходько С. В. Российские прямые инвестиции за рубежом: основные тенденции и последствия для национальной экономики / С. В. Приходько, А. А. Пахомов, Н. П. Валовик // Институт экономики переходного периода. – 2008. – 126 с. 8. Про режим іноземного інвестування : Закон України від 19.03.1996 р. №93/96 : за станом на 15.01.2011 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua>

## **КРЕАТИВНА ЕКОНОМІКА: СВІТОВИЙ ДОСВІД ТА УРОКИ ДЛЯ УКРАЇНИ**

Канд. екон. наук, доц. Янченко Н. В.,  
студент Татаренко А. А.

*Харківський національний університет будівництва та архітектури*

У розвинених країнах Заходу знання, інтелектуальні ресурси та інтелектуальна власність усе більше усвідомлюються як найважливіша рушійна сила нової економіки. У стратегії європейських країн підкреслюється важливість креативності, інновацій та підприємництва. Креативна економіка є одним із пріоритетних напрямів ЄС, в умовах глобальної економічної нестабільності вона є більш стійкою до кризових ситуацій. Сектор креативної економіки в Україні поступово розвивається. У цілому можна констатувати, що в країні є вже достатня кількість ініціатив дрібних, малих і середніх бізнесів, які з кожним роком привертають усе більше уваги. У Києві, Львові, Харкові, Донецьку, Запоріжжі, Одесі та інших крупних містах України створюються творчі кластери, реалізуються спеціальні артпроекти у сфері актуальних видів мистецтв та традиційної художньої культури, створюються нові інституції, такі як агентства креативних індустрій, творчі резиденції, приватні галереї тощо.

Але потрібно рухатися далі, використовуючи позитивний досвід країн світу, необхідно підтримувати розвиток творчої економіки як із боку приватних підприємців, так і з боку держави. Перед нами постає мета проаналізувати світовий досвід впровадженні креативної економіки, оцінювання можливостей, перспектив і перешкод

щодо подальшого розвитку цього сектору економіки в Україні, спираючись на досвід зарубіжних країн.

Креативна економіка загалом зосереджена в Азії, Європі та Північній Америці. Азіатсько-Тихоокеанський регіон посідає перше місце у світі з креативу, він генерує \$743 млрд., або 33% світової економіки, та налічує 12,7 млн. робочих місць. Європа займає друге місце з \$709 млрд. (32%) і 7,7 млн. робочих місць. Північна Америка займає третє місце, генеруючи \$620 млрд. (27%) і 4,7 млн. робочих місць. Найбільш успішними в економічному плані є сектори реклами, теле- і радіомовлення, дизайну і архітектурного проектування, інформаційних технологій.

Дані творчі сектори обслуговують потреби місцевого бізнесу. Архітектура, дизайн і проектування обслуговують будівельний бізнес і девелоперські проекти. Сфера дизайну розвивається повільними темпами і більшою мірою обслуговує ринок реклами, інформаційно-комунікаційних та медіатехнологій. Художній та антикварний ринки, музична індустрія, видавничий і літературний сектори, мода за всієї унікальності їхнього творчого продукту нестійкі в часі. Великобританія має одну з найбільш розвинених креативних економік світу, яка глибоко історично укорінена та становить одну десяту всієї економіки країни. У креативному секторі залучено 2,5 млн. осіб. В останні роки кількість творчої робочої сили зростає швидшими темпами, ніж робоча сила у цілому. Креативна економіка Великобританії генерує майже £10 млн. на годину і зростає майже на 9% у рік. Як зазначив професор Лондонського міського університету Енді Пратт, «Велика Британія не має централізованої політики щодо креативної економіки, але різні державні організації інвестують у неї гроші і час, надаючи підтримку діячам і підприємствам у креативній сфері». До найбільш креативно орієнтованих міст Великобританії слід віднести Внутрішній Лондон, Беркшир, Бакінгемшир, Оксфордшир та Західний Сассекс. Найпотужнішим регіональним кластером креативних бізнесів в Європі, як і слід було очікувати, залишається Внутрішній Лондон. Франція у 2012 р. створила France Créative – об'єднання учасників усіх напрямів культурних і творчих секторів. Партнери France Créative представляють 10 секторів, які сьогодні становлять багатство культури і творчості у Франції: музику, живий виступ, графічне і пластичне мистецтво, кіно, відеоігри, пресу, видавництво, радіо, телебачення та рекламу. Результат креативної діяльності французів виражається у різних галузях:

- охорона здоров'я: система охорони здоров'я вважається найкращою у світі, а дослідницькі центри – одними з найбільш ефективних, наприклад такі, як інститут Пастера;

- розкіш, мода і дизайн: Франція – одна зі світових лідерів моди, парфумерії, вина, косметики, ювелірних виробів;

- туризм: 83 млн. відвідувачів на рік, Франція є одним із найбільш популярних туристичних напрямків у світі. Нідерланди сьогодні є однією з найбільш стійких в економічному відношенні країн. Вона замикає десятку найбагатших країн у світі.

Тут суспільство не поляризоване за розмірами доходів, а голландську економіку, орієнтовану на експорт, називають економікою знань і інновацій. У Нідерландах 13 шкіл дизайну. Маленьку європейську країну (її населення – 15 млн. осіб) можна сміливо назвати країною архітекторів і дизайнерів. Дизайн став невід'ємною частиною розроблення будь-яких продуктів у Нідерландах – від банкнот до кораблів. Мода, комп'ютерні технології, комунікації та навіть їжа – всюди присутня креативність. Нідерланди займають лідируючі позиції у світі зі створення робочих місць, реєстрації брендів і патентів світової креативної індустрії. Нідерландські архітектори спроектували найбільш видатні проекти по всьому світу. У їх числі музей Mercedes-Benz, Штаб-квартира телемовлення корпорації CCTV у Пекіні, Беттері-парк у Нью-Йорку на Манхетені. Мета Нідерландів – запровадити найрозвиненішу креативну економіку в Європі до 2020 р. Міцна основа, яка вже закладена, дає країні можливість

вийти за межі власних кордонів і почати співпрацю з відповідними сторонами за кордоном.

Формування креативної економіки – це складний, багатоплановий та тривалий процес, що зачіпає інтереси великої кількості регіонів, підприємств, організацій і підприємців, а також фахівців, які в них працюють. Реалізація концепції креативної економіки відкриває нові горизонти соціально-економічного прогресу. Світовий досвід показує, що за умов зацікавленості та підтримки уряду, розроблення відповідних програм розвитку можна створити креативну економіку досить високого рівня, яка забезпечуватиме економічне зростання країни протягом багатьох років. Тому Україні дуже важливо, спираючись на досвід зарубіжних країн, формувати власний креативний простір та створювати для його розвитку належні умови. Перспективою подальших досліджень є формування напрямів розвитку окремих секторів креативної економіки в Україні.

Література: 1. The Global Creativity Index 2015. URL: <http://martinprosperity.org/media/Global-Creativity-Index-2015>. 2. Comparing the Creative Economies of Canada, the U.K., and the U.S. URL: <https://www.citylab.com/life/2016/04/how-do-the-worlds-top-creative-economies-stack-up/479022/>. 3. Pratt A.C., Jeffcutt P. Creativity, Innovation and the Cultural Economy: Snake oil for the 21st Century? Creativity, innovation in the cultural economy. London, Routledge, 2009. P. 1-20. 4. Креативна економіка в Європі: 5 кроків для злету. URL: [https://life.pravda.com.ua/culture/2016/03/21/209710/view\\_print/](https://life.pravda.com.ua/culture/2016/03/21/209710/view_print/). 5. France Créative. URL: <https://www.economie.gouv.fr/creative-industry-promouvoir-excellence-industriellefrancaise>. 6. Créative France: notre pays, champion de la créativité et de l'innovation. URL: <https://www.economie.gouv.fr/creative-france-campagne-innovation>. 7. Голландський дизайн. URL: <http://www.interior.ru/design/event/2123-gollandskij-dizajn-brend-i-drajver.html>. 8. Creative Economy Report 2016. URL: <http://www.creativeeconomies.com/creative-economy-report-2016>. 9. The Conference Board of Canada. URL: [https://www.conferenceboard.ca/topics/education/symposia/creative\\_economy.aspx?AspxAutoDetectCookieSupport=1](https://www.conferenceboard.ca/topics/education/symposia/creative_economy.aspx?AspxAutoDetectCookieSupport=1). 10. The National Endowment for the Arts. URL: <https://www.arts.gov/news/2016/arts-and-cultural-productioncontributed-7042-billion-us-economy-2013>. 11. BOP Consulting. URL: <http://bop.co.uk/articles/a-snapshot-of-chinas-creative-industries>. 12. Чевганова В.Я., Свистун Л.А. Креативна економіка як основа інтегрованого розвитку міст України. Механізм регулювання економіки. 2017. № 4. С. 58–69. 13. Як українці перетворюють ідею на гроші. URL: <http://project.liga.net>. 14. Міжнародний валютний фонд. URL: <https://www.imf.org/external/index.htm>. 15. Howkins J. The Creative Economy: How People Make Money from Ideas. NY: The Penguin press, 2001. 16. Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее; пер. с англ. URL: <http://www.twirpx.com/file/745279>. 17. Сиваш Ю.М. Оцінка креативного потенціалу регіонів України. Міжнародні економічні відносини та економіка господарювання. 2017. № 15. С. 117-120.

## **СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЇ ПІДБОРУ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА**

Канд. екон .наук, доц.Янченко Н. В.,  
студент Татаренко А. А.

*Харківський національний університет будівництва та архітектури*

У сучасних умовах, мабуть, вже нікого не потрібно переконувати у тому, що успіх підприємства в першу чергу обумовлений правильно підібраним та належним чином мотивованим персоналом. Тому одним з першочергових завдань підприємця є вміння правильно підібрати персонал. Для цього можна скористатися різноманітними способами та методиками, залежно від досвіду та фінансових можливостей роботодавця. Час ставить нові вимоги як до персоналу, так і до вмінь керівника

правильно його підібрати, розподілити по робочих місцях та мотивувати на ефективну роботу. У зв'язку з цим питання підбору персоналу є вкрай актуальними та потребують всебічного вивчення. Пошук і залучення висококваліфікованих, талановитих робітників, фахівців, керівників і спеціалістів є одним з першочергових завдань для багатьох організацій, але не всі з них достатньо обізнані з сучасними технологіями підбору персоналу, діючи інтуїтивно, що в кінцевому підсумку не завжди призводить до позитивних наслідків. Тому особливого значення набуває повноцінне використання всіх переваг сучасних технологій підбору персоналу в контексті існуючих вимог з кадрового забезпечення підприємства.

У сучасному становищі тільки на деяких підприємствах впроваджена якісна система управлінського обліку в області підбору персоналу. Більшість з них не веде статистику таких показників, як звільнення протягом іспитового строку, не враховує причини звільнень співробітників. Не маючи статистики за цими показниками, важко точно оцінити, на якому етапі підбору і з якої причини підприємство втрачає співробітників.

Оцінити ефективність підбору персоналу можна напрямах:

1. вартість закриття вакансії;
2. час роботи над вакансією;
3. кількість закритих вакансій;
4. якість підбору;
5. задоволеність бізнес-менеджерів найнятими спеціалістами;
6. задоволеність менеджерів процесом підбору персоналу (роботою
7. відділу)
8. Ефективно управляти діяльністю відділу підбору персоналу, оцінювати його
9. роботу, можна за допомогою наступних інструментів:
10. система ключових показників ефективності (KPI);
11. бенчмаркінг;
12. регулярна звітність;
13. опитувальник задоволеності роботою відділу підбору персоналу

Зважаючи на досить високу вартість послуг з пошуку претендентів на посаду, в сучасних умовах все більшої популярності набувають пошук резюме і перевірка здобувачів через соціальні мережі. При проведенні з'явилася тенденція використовувати Skype, відео-чат у Twitter, Google, Facebook. Підприємства приділяють велику увагу набору внутрішніх рекрутерів - для більш точного підбору та швидкої адаптації в колективі співробітників, стимулювання їх на роботу всередині компанії, пошук нових талантів та плекання своїх «зірок» всередині компанії.

Така взаємодія дозволить подолати незбалансованість попиту та пропозиції на ринку праці; підвищити конкурентоспроможність окремих категорій громадян, допоможе швидше отримати інформацію про стан ринку праці.

Залучення кваліфікованих фахівців – першорядне завдання для будь-якого підприємства, то, з чого починається його створення або трансформація. Основна мета цієї HR-функції: швидко, якісно і з мінімальними витратами підібрати потрібних компанії фахівців. В умовах ринкової конкуренції актуальність підбору кадрів стали одними з найголовніших факторів, що визначають виживання і економічний стан підприємств. Підбір персоналу - найбільш відповідальний етап в управлінні персоналом. Уміння наймати на роботу найбільш підходящих людей гарантує отримання доходу, а не роботу в збиток, а також знижує плинність кадрів. Грамотна людина в організації є її важливим ресурсом, а вибрати грамотного людини серед цілого ряду кандидатів на вакантну посаду представляє собою велику проблему. Таким чином, тема вдосконалення системи підбору кадрів в даний час є дуже актуальною.

Література: 1. Иванова С. Как найти своих людей: Искусство подбора и оценки персонала для руководителя / С. Иванова. – М. : Альпина Паблицер, 2013. – 173 с.

2. Науменко Л. М. Хедхантинг в управлінні персоналом на етапі сучасного розвитку економічної науки [Електронний ресурс] / Л. М. Науменко. – Режим доступу: <http://intkonf.org/naumenko-lm-hedhanting-v-upravlinni-personalom-na-etapi-suchasnogo-rozvitku-ekonomichnoyi-nauki/> 3. Писаревська Г. І. Розвиток ринку рекрутингових послуг в Україні / Г. І. Писаревська // Бізнесінформ. - 2013. - № 10.- С. 227-231. 4. Куприянов А. Н. Развитие рекрутинга на рынке труда в России: Автореферат диссертации кандидата экономических наук. – М., 2011. – 26 с. 5. Веснин В. Р. Основы менеджмента. – М.: Институт международного права и экономики им. Грибоедова, 2004. – 480 с. 6. Виханский О. С., Наумов А. И. Менеджмент. – М.: Фирма Гардарика, 2001.– 365 с. 7. Дятлов В. А., Кибанов А. Я., Пихало В. Т. Управление персоналом. – М.: ПРИОР, 2004. – 365 с.

## **УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ПРОМИСЛОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ**

Канд. екон. наук, доц. Янченко Н. В.,  
студент Татаренко А. А.

*Харківський національний університет будівництва та архітектури*

Національна економіка – економічно і організаційно єдина система взаємопов'язаних галузей і сфер діяльності людей. Щоб національна економіка мала можливість створювати матеріальні блага, надавати послуги, необхідні наявні в країні ресурси: виробничі, трудові, природні, фінансові, інформаційні, науково-технічні, тощо. Величину економічного потенціалу характеризують фактичний обсяг і структура виробництва матеріальних благ.

Чим більші масштаби і вища інтенсивність виробництва, тим суспільство є багатшим, воно має більші можливості для подальшого розширення виробництва і задоволення будь-яких матеріальних і духовних потреб населення.

Промисловість – одна з провідних галузей національної економіки, що забезпечує життєві інтереси країни, її економічну безпеку, соціальний та культурний рівень життя народу. На сучасному етапі трансформаційних процесів, коли головними завданнями і критеріальними ознаками економічного розвитку стають інноваційність, ефективність і конкурентоспроможність, промисловість набуває ролі ключового фактора технологічної модернізації економіки. Це обумовлює підвищений інтерес суспільства, зокрема вчених і практиків, до її можливостей виконувати роль технологічного лідера і продуцента інноваційних чинників економічного розвитку. Промисловість як галузь економіки являє собою сукупність промислових підприємств, згрупованих за видами економічної діяльності. Іншими словами, економічний потенціал виступає як форма уособлення досягнутого рівня виробничих сил та їх можливосте щодо подальшого зростання. Для розвинених країн основу економічного потенціалу держави становить рівень розвитку промисловості. В умовах України, коли розробка стратегії промислового розвитку набуває пріоритетного значення в системі заходів державного управління економікою, комплексне дослідження промислового потенціалу як економічної категорії і матеріальної основи продуктивних змін стає особливо актуальним.

Промисловий потенціал порівняно з потенціалом підприємства також значно поширює свої можливості за рахунок комплексної, системної взаємодії всіх його структурних елементів – підприємств, видів економічної діяльності, використання загальносистемних ресурсних та інституціональних компонентів промислового розвитку, проведення на державному рівні прогресивної науково-технологічної політики, спрямованої на підвищення ефективності виробництва, покращення умов



праці, підвищення кваліфікації персоналу, зростання інтелектуалізації і привабливості трудової діяльності.

Проте виробничі сили – засоби виробництва і люди, знання, виробничий досвід і навички до праці – лишаються провідними рисами промислового потенціалу.

Трансформація економічної системи до ринкової моделі господарювання зумовлює появу нових організаційних форм функціонування виробництва та принципово нових для української економіки механізмів взаємодії промислових підприємств та фінансових установ. Процес структурних перетворень економіки пов'язаний з формуванням багатогалузевих компаній, холдингів, промислово-фінансових груп, концернів, корпорацій тощо.

Головний стратегічний інтерес входження у ПФО промислових підприємств полягає у підвищенні конкурентоспроможності продукції та отриманні реальних можливостей для виживання в нових економічних умовах. Одним із шляхів вирішення проблеми пошуку нових коопераційних форм, у межах яких можлива реалізація довготермінових інвестиційних програм для промислових підприємств, є їх участь у ПФО.

Суттєву роль у формуванні і розвитку промислового потенціалу відіграє промислова політика, як частина загальноекономічної політики держави. Проте економічна теорія не дає однозначної відповіді на зміст, сутність і доцільність промислової політики як інструменту державного регулювання промислового розвитку в умовах ринкової економіки.

Література: 1. Геєць В. М. Інноваційні перспективи України / В. М. Геєць, В. П. Семіноженко. – Харків : Костанта, 2006. – 272 с. 2. Бабаєв В. М. Управління міським господарством: теоретичні та прикладні аспекти / В. М. Бабаєв / Національна академія держ. управління при Президентові України. Харківський регіональний ін-т. – Х.: Видавництво ХарРІ НАДУ, 2004. – 204 с. 3. Базилевич В. Д., Ільїн В. В. Інтелектуальна власність: креативи метафізичного пошуку. – Монографія / В. Д. Базилевич, В. В. Ільїн // Київський національний університет імені Тараса Шевченка. – Київ: Знання, 2008. – 687 с. 4. Законодавство України про охорону інтелектуальної власності (Офіційне видання) – К.: Парламентське видавництво, 2007. – 208 с.

## **ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ПРАЦІ ЗА РАХУНОК КРЕАТИВНОГО ПІДХОДУ ДО ВИБОРУ РОБОЧОГО МІСЦЯ**

Канд. екон. наук, доц. Янченко Н. В.,  
студент гр. ЕП-50 Тихомирова А. О.

*Харківський національний університет будівництва та архітектури*

Тенденція системи економічних відносин вимагає нових креативних підходів до ведення бізнесу. Економічне зростання компанії залежить від підвищення ефективності праці. У цьому контексті досить важливе практичне та теоретичне значення використання комфортних та незвичних умов праці для досягнення її ефективності. При даному економічному розвитку досить важливо розуміти, що вибір вдалих умов праці буде впливати на мотивацію та успіх компанії.

Коворкінг – це можливість придумати проект і завтра почати повноцінно над ним працювати (повноцінно – у комфортному офісі з переговорними кімнатами, а не вдома). Аналогічним чином залишити коворкінг можна в будь-який момент. У такому місці творчій особистості буде краще і комфортніше. Коворкінг дає змогу працювати в орендованому місці певний час, залишаючись незалежними і вільними, використовуючи спільне приміщення для своєї діяльності [2].

На сьогодні статистика показує, що у всьому світі налічується більше 35 000 гнучких робочих місць, що становить 521 мільйон квадратних футів коворкінг

простору. Очікується, що до 2022 року кількість коворкінг-майданчиків буде рости зі швидкістю 6% в рік в США і 13% в інших місцях [1].

Зараз фірми все частіше застосовують гнучку робочу область - або розширюють використання такого простору з якісних та кількісних причин, які обумовлені певними перевагами коворкінг простору (рис. 1).

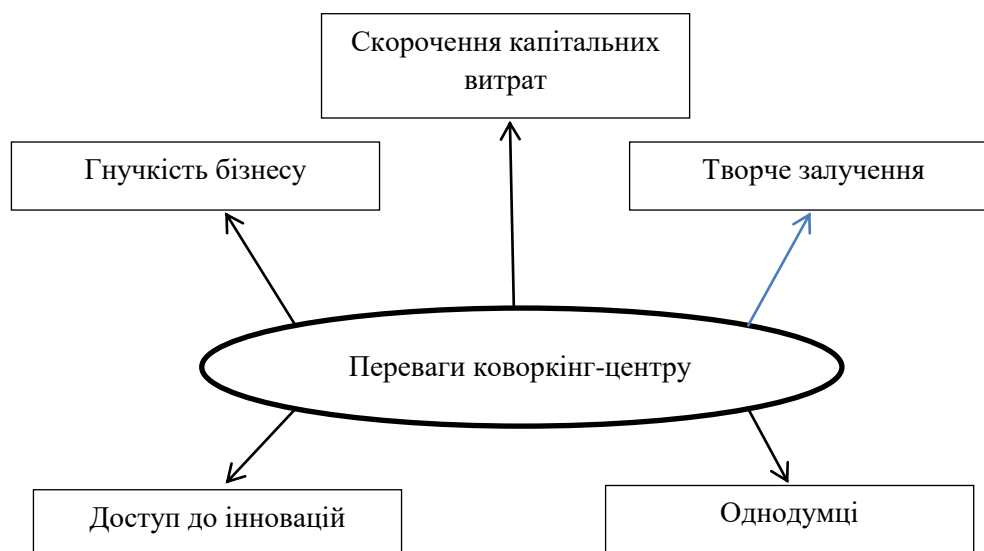


Рисунок 1 – Переваги коворкінг-центру

*Розробка автора на основі джерела [3].*

При розгляді причин використання колективних приміщень, що впливають на підвищення ефективності праці персоналу та розвиток креативного мислення, було виявлені такі переваги:

1) гнучкість бізнесу. Підприємства можуть захотіти забезпечити гнучкість для вже створеної робочої сили, щоб спробувати нове місце або встановити трамплін на новому ринку;

2) скоротити капітальні витрати. В той час як кінцевий користувач в кінцевому підсумку робить операції оплати, амортизуються витрати на обробку. І при цьому вони не заплатять за все це відразу. Ця фінансова функція пропонує додатковий рівень гнучкості для кінцевого користувача і допомагає знизити ризики;

3) творче залучення. Традиційне корпоративне середовище може бути несвіжим. Невеликі офіси часто бувають нудними, при цьому не вистачає динамізму. Добре зарекомендували себе наукові дослідження (Беккер і Сімс з Корнельського університету і Хейнс з Шеффілдського університету Халлам і інші Опитування (НОК, Gensler, Steelcase і Hayworth), які показують, що різноманітне середовище сприяє інноваціям і продуктивності [3];

4) доступ до інновацій. Як і раніше, фірми хочуть бути ближче до інвесторів, щоб отримати вигоду з їх мислення і потенційних інвестицій в них;

5) однодумці. Працюючи в оточенні таких же фрілансерів, їм легше створити оригінальний креативний продукт, ніж одному. Найбільш успішні рішення зазвичай є відображенням колективної свідомості.

Але головним недоліком є те, що праця в такому місці є не безкоштовною. Але зараз платити треба за все, тому це є необхідним.

### **Висновки та пропозиції.**

Було визначено, що коворкінг поєднує в собі переваги роботи в домі та класичному офісі і тому робота саме в ньому впливає на продуктивність праці найкраще. Робота в коворкінг центрі на рівні платформи для бізнесу призведе до підвищення економіки в цілому. Креативний підхід у виборі робочого місця дає змогу підвищити продуктивність роботи підприємства за рахунок гнучкості бізнесу, доступу до інновацій, роботи з односторонніми, творчого залучення та дасть змогу скоротити капітальні витрати.

Література: 1. Статистика розвитку коворкінгу. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://allwork.space/2019/05/coworking-is-the-new-normal-and-these-stats-prove-it/> 2. Благой В.В. Коворкінг у контексті розвитку бізнес-туризму / В.В. Благой, В.В. Блага, А.О. Тихомирова // Глобальні та національні проблеми економіки: електронне наукове фахове видання. – № 16. – Миколаївський національний університет імені В.О. Сухомлинського, 2017 – с. 119–121. 3. Гнучкі робочі місця та коворкінг. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://U.S.Flexible-Workspace-and-Coworking/Established-Expanding-and-Evolving/>

## **ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ЕКОНОМІКИ**

Канд. екон. наук, доц. Янченко Н. В.,  
здобувач вищої освіти Толочкєєв Д. В.

*Харківський національний університет будівництва та архітектури*

Сучасний стан економіки України та світу в цілому потребує змін та процесів, які спрямовані на налогодження ринкової економічної системи та сприяють до більш ефективного впливу для суспільства. Для сприятливих умов налогодження ринкової економічної системи держава виступає «фундаментом» та сприяє таким процесам, тим самим пітримує усі сфери господарства, забезпечує задоволення потреб населення.

З огляду на історію світової економіки, можемо побачити, що держава завжди була в центрі економічних процесів тією чи іншою мірою. Справедливо буде затвердити, що втручання держави в економічні процеси на етапах розвитку економічних відносин та свуту було неоднаковим. Сьогодні ж, у всіх економічних системах держава регулює економіку.

Вперше, найбільш глибоко обґрунтував необхідність державного впливу на економіку англійський економіст Джон М. Кейнс. У 1936 р. він опублікував працю «Загальна теорія зайнятості, процента і грошей», де чітко окреслив коло специфічних макроекономічних проблем, запропонував засадні принципи методології та методики їхнього аналізу, сформулював завдання економічної політики держави. Державне управління економікою – це організуючий і регулюючий вплив держави на економічну діяльність суб'єктів ринку з метою її впорядкування та підвищення результативності. [1].

Сьогодні у науковій літературі поняття «державне регулювання» розглядається як його різноманітні форми та методи. Так, визначення сутності державного регулювання можна розглянути в табл. 1.1.

Тож можемо побачити, що значні розбіжності з'являються при з'ясуванні сутності державного регулювання економіки. Так, у "Сучасному економічному словнику" регулювання економіки охарактеризовано як "вплив на економіку з боку органів управління з метою підтримки процесів, які в ній протікають на певному рівні, або попередження, пригнічення несприятливих явищ". У "Великому економічному словнику" ця категорія розглядається як "цілеспрямовані процеси, що забезпечують підтримку або зміну економічних явищ та їх зв'язків". В "Економічній енциклопедії" за редакцією Л. Абалкіна економічне регулювання господарства потрактовано як

"розподіл ресурсів і формування пропорцій, які відповідають суспільним потребам на даному етапі розвитку національної економіки, за допомогою певних механізмів – сукупності інститутів, форм та інструментів». [6]. Сучасний стан ринкової економіки України потребує дієвого механізму державного регулювання економічних процесів та потребу в ефективному та оперативному реагуванні на зміни в них.

Таблиця 1.1 – Поняття державне регулювання на основі думок науковців

Автор	Поняття
С. Мочерний [2, с. 379]	Державне регулювання представляється як комплекс основних форм і методів впливу на певний процес чи об'єкт. «Державне регулювання – комплекс основних форм і методів цілеспрямованого впливу державних установ і організацій на розвиток суспільного способу виробництва (у тому числі продуктивних сил, техніко-економічних, організаційно-економічних та соціально-економічних відносин) для його стабілізації та пристосування до умов, що змінюються»
Л. Дідківська, Л. Головка [3, с. 14]	Л. Головка: «державне регулювання – вплив держави на соціальний розвиток країни». Д. Стеченко: «державне регулювання – вплив держави на відтворювальні процеси в економіці відповідними засобами з метою зорієнтувати суб'єктів господарювання та окремих громадян на досягнення цілей та пріоритетів державної політики суспільного розвитку».
В. Орешина [4, с. 92]	«державне регулювання економіки – це діяльність органів влади щодо впливу їх на процес суспільного відтворення з метою досягнення суспільно корисних результатів». Це визначення є дуже загальним і не відображає специфіки власне державної діяльності.
Л. Ходов [5, с. 45]	«Державне регулювання економіки в умовах ринкового господарства є системою типових заходів законодавчого, виконавчого і контролюючого характеру, здійснюваних правомочними державними установами і громадськими організаціями з метою стабілізації і пристосування існуючої соціально-економічної системи до умов, що змінюються».
А. Булатов [2, с. 371]	«державне регулювання економіки в умовах ринкового господарства – система типових заходів законодавчого, виконавчого та контролюючого характеру, здійснюваних уповноваженими державними установами та громадськими організаціями з метою стабілізації та пристосування соціально-економічної системи до умов, що змінюються»

Література: 1. Необхідність і сутність державного регулювання економіки [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://buklib.net/books/33723/>  
2. Мочерний С. В. Економічна теорія: навч. посіб. / С. В. Мочерний. – 4-те вид., стереотип. – К.: ВЦ «Академія», 2009. – 640 с. 3. Дідківська Л. І., Головка Л. С. Державне регулювання економіки: Навч. посіб. / Л. І. Дідківська, Л. С. Головка. – К.: Знання-Прес, 2008. – 213 с. 4. Малиш Н. А. Макроекономіка: навч. посіб. [для студ. вищ. навч. закл.] / Н. А. Малиш. – [3-тє вид. стереотип.]. – К.: МАУП, 2007. – 184 с. 5. Ходов Л. Г. Основы государственной экономической политики: Учебник /

Л. Г. Ходов. – М.: Изд-во БЭК, 2007. – 332 с. 6. Державне регулювання економіки [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://pidruchniki.com/ekonomika/derzhavne\\_regulyuvannya\\_ekonomiki](https://pidruchniki.com/ekonomika/derzhavne_regulyuvannya_ekonomiki)

## МІЖНАРОДНІ ТА ВІТЧИЗНЯНІ ТЕНДЕНЦІ РОЗВИТКУ КРЕАТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ

Канд. екон. наук, доц. Янченко Н. В.,  
здобувач вищої освіти Чумак Е. В.

*Харківський національний університет будівництва та архітектури*

Глобальний розвиток креативних індустрій має дещо вищі темпи зростання, ніж в цілому економіці, що стало наслідком підвищення їх значення для національних економік: внесок креативних індустрій в глобальну економіку оцінюється у 7% ВВП при майже 9-відсотковому щорічному прирості. В країнах ЄС частка креативного сектора в економіці у 2003- 2012 рр. виросла на 1,3 в.п. – з 1,9% до 3,2%. При цьому в таких країнах, як Швеція, Фінляндія, Нідерланди, Великобританія роль креативного сектора перевищує середнє значення по ЄС майже в 2 рази. В США креативні індустрії формують понад 3% ВВП, показуючи незначне падіння в ретроспективі, що пов'язують з рецесією, яка затягнулася після фінансової кризи. Активний розвиток креативного сектора стає неодмінною особливістю не лише розвинених країн, а й тих, що розвиваються. Зокрема, в Китаї цей сектор протягом останнього десятиліття показує щорічне 25-відсоткове зростання, внаслідок чого внесок креативних індустрій у ВВП країни виріс до 3%. Схожа динаміка розвитку креативного сектора відмічається й серед інших країн, що розвиваються (перш за все Аргентині, Бразилії, Індії, Уругваї та ін.). Це дає підстави для обґрунтованих висновків про можливість розгляду креативного сектора як важливого фактора майбутнього глобального розвитку. Окрім зростаючої економічної функції розвиток креативних індустрій забезпечує підвищення соціального добробуту через залучення все більшої кількості робочої сили. Серед європейських країн рівень зайнятості в креативному секторі варіюється від 3% у Польщі, Болгарії та Румунії до 5% у Норвегії, Швейцарії й Великобританії та до 7% у Швеції. Разом з тим найвищий рівень зростання зайнятості в креативних індустріях характерний переважно для невеликих економік: у 2003-2009 рр. цей показник складав на Кіпрі 26%, у Словаччині 26%, Естонії 11%, Латвії 10%. В країнах, що розвиваються, ринок зайнятих в креативному секторі також динамічно зростає й оцінюється в середньому у 5-7%, причому в окремих з них (Таїланд, Філіпіни тощо) перевищує 10%. Варто зауважити, що креативний сектор висуває високі вимоги до якості трудових ресурсів. Оскільки креативні індустрії діють у площині тісної взаємозалежності між підприємництвом та креативністю, надзвичайно актуальною є проблема пошуку кадрів із збалансованим набором характеристик, які мають відповідати потребам мобільного менеджменту, необхідності залучення фінансових ресурсів та інформаційно-комунікаційної діяльності. Крім того, динамізм розвитку галузі потребує прискореного оновлення старих та освоєння нових знань та навичок, а також здібностей щодо прогнозування майбутніх тенденцій. Для сектору креативних індустрій характерним є одночасна робота різних за організаційно-правовими формами та масштабами фірм. Навіть у секторах, де домінують великі міжнародні компанії, участь мікро-, малих та середніх фірм не применшує їх значення у розвитку галузі. Так, наприклад, в Австрії у сфері креативних індустрій функціонує понад 38 тис. підприємств, 63% з яких – індивідуальні (засновник – єдиний працівник), що вдвічі вище, ніж в цілому в економіці. Крім того, більше 25% креативних підприємств мають 2-4 найманих працівника й лише 5% фірм – понад 10 зайнятих.

Специфіка виробничої та організаційної діяльності креативних індустрій вимагає використання великої кількості жіночої праці, що створює широкі можливості для підтримання політики гендерної рівності. Число зайнятих жінок в усіх секторах креативних індустрій, окрім «нові медіа», перевищує середнє значення в економіці. Більше того, частка самозайнятих жінок в креативних індустріях в декілька разів перевищує аналогічний показник в цілому в економіці: наприклад, в Німеччині ці показники становлять 44% (в креативному секторі) та 7% (в цілому в економіці) відповідно. Розвиток креативних індустрій має чітко виражений урбанізаційний характер. Великі мегаполіси та міста внаслідок вищої частки креативного класу притягують капітал для розвитку креативних індустрій, підтвердженням чому є двох-трьох-кратне перевищення рівня креативної зайнятості в мегаполісах по відношенню до загальнонаціональних показників: наприклад, зайнятість у креативних індустріях в Берліні складає 8%, тоді як в цілому в Німеччині лише 3%; для Нью-Йорка та США ці показники становлять відповідно 8,1% та 2,2%; для Відня та Австрії – 14% та 4%. Незважаючи на це, ми розділяємо й підтримуємо думку про те, що для сільських територій нова модель розвитку економіки на основі креативних індустрій може бути прийнятною з огляду на наявний потенціал та перспективи синтезу традиційних та новітніх (креативних) форм й видів діяльності.

Особливість розвитку вітчизняного креативного сектору полягає в тому, що поряд з комерційними товарами та послугами реалізується велика кількість творчих ідей, що мають на меті не створення прибутку, а задоволення передусім духовних цінностей людини, формування особливої атмосфери. Відсутність належного сприятливого середовища в Україні стало наслідком асиметричного розвитку креативних індустрій. Можливості отримання високих прибутків стали рушійним фактором прискореного розвитку теле- й радіоіндустрій. Крім того, в останні роки більш активно розвивається сфера дизайну, що спричинено підвищенням попиту з боку медіа-індустрій та креативного оздоблення інтер'єрів та екстер'єрів у галузі будівництва (переважно з боку приватного сектору). Решта секторів креативних індустрій «...існують у нестійкому положенні». Такий стан справ в креативному секторі економіки України певною мірою обумовлений низкою об'єктивних причин, в тому числі: низький попит в цілому в Україні та суттєва його диференціація за регіонами, відсутність якісного кадрового забезпечення, прогалини у сфері захисту авторських прав й, нарешті, відсутність виваженої політики розвитку креативних індустрій.

Креативність – неподібність, автентичність й специфічність, тому кожен товар, кожен ринок, кожна країна має свій власний потенціал, а особливість підходів, прийнятих рішень та механізмів реалізації забезпечує їм певну автентичність, а отже й попит на креативні товари й послуги. Попит на креативні товари та послуги навіть в період глибокої рецесії не зазнав суттєвих змін – люди потребують певного задоволення своїх культурних та творчих потреб, але при цьому відчутно змінюються форми та джерела їх задоволення, що вимагає й від самих креативних галузей високої мобільності й адаптивності.

Література: 1. Клоудова Й. Влияние развития креативной экономики на экономически отсталые регионы / Й. Клоудова // Журнал новой экономической ассоциации. – 2010. – № 5. – С. 110-125. 2. Where's the Money? US Arts and Culture Economy By the Numbers [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://hyperallergic.com/97423/wheres-the-money-us-arts-and-cultureeconomy-by-the-numbers/>. 3. CCI's vital statistics [Електронний ресурс] / CECCIA. – Режим доступу: <http://www.ceccia.org/en/index.php>. 4. Power D. (2011) Priority Sector Report: Creative and Cultural Industries. Europe Innova paper № 16, 52 p.

## СУТНІСТЬ КРЕАТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ

Канд. екон .наук, доц. Янченко Н. В.,  
здобувач вищої освіти Чумак Е. В.

*Харківський національний університет будівництва та архітектури*

На початку 21 ст. сформувалася нова модель глобалізації в основі якої лежить розвиток людського капіталу, що формується на основі процесів інтернаціоналізації інтелектуалізації та креативізації науково-технологічної, соціально-економічної, культурної сфер діяльності суспільства. Корінні зміни, що відбулися у розвитку цивілізації в кінці минулого століття, глобалізація та нова економіка (економіка знань), створили передумови для виникнення та розвитку так названої «креативної економіки». Термін «креативність» в широкому значенні означає творчість. До останнього часу і у вітчизняній, і у зарубіжній науковій літературі ці два терміни розглядалися як взаємозамінні. Разом з тим, в останній час ряд авторів схильні розділяти ці два поняття. Креативна економіка виконує такі важливі функції:

- 1) підвищення добробуту суспільства;
- 2) стимулює самоповагу в окремих людей;
- 3) сприяє поліпшенню якості життя в цілому.

Отже, до основних чинників зростання креативної економіки можна віднести: інвестиції, інновації, людський потенціал, внутрішній попит. Численні дослідження показують, що країни з високим рівнем людського потенціалу мають стабільне економічне зростання. Креативна економіка, крім економічних вигод, створює нематеріальні цінності, які роблять важливий внесок до забезпечення стійкого розвитку, орієнтованого на людину. На зміну таким важливим ресурсам, як земля, робоча сила та капітал приходить інтелектуальна власність. І головним інструментом тут виступає людський мозок, як найбільш коштовний економічний ресурс. А креативність, як одна з його головних властивостей, допомагає досягти найкращих результатів. Креативність проявляється в активізації творчого потенціалу людини, його вмінню творчо підходити до генерації ідей та вирішення проблемних ситуацій. Креативність також проявляється у здатності індивідуума правильно та вчасно реагувати на різні нововведення та новації. Таким чином, основою креативної економіки виступає людський потенціал.

Розвиток креативної економіки пов'язаний з певними умовами. Вимоги, які необхідно дотримуватися для розвитку креативного сектора, можна класифікувати за трьома основними сферами. Йдеться про споживачів, трудові ресурси і простір (мікроклімат). Передумовою зростання вкладу креативного сектора економіки в виробництво ВВП є рівень інтелекту і фінансової забезпеченості споживачів, здатності і рівні професійної підготовки робочої сили, а також високорозвинений економічний і технологічний простір, відкритий для нових оригінальних рішень, що володіє розвиненою інституціональною базою. Простір, в якому відбувається динамічний розвиток креативного сектора, відрізняється високим рівнем економічного розвитку, коли у більшій частині населення не виникає проблем в задоволенні своїх потреб, а надлишок фінансових коштів витрачається на придбання продуктів креативного сектора (відвідування концертів, кіно, театру, придбання предметів мистецтва, інтер'єру і т.д.).

Взагалі, виділяють вісім основних факторів успіху, які грають важливу роль в розвитку креативної економіки. Крім того, опис найбільш значущих чинників, які вплинули на розвиток креативної економіки, таких, як, наприклад, університети, в розвитку сприятливого креативного клімату або освіти географічних центрів творчої активності, можна знайти і в роботах Р. Флориди.

Спираючись на результати вищеназваних досліджень, можна більш повно і точно визначити наступні фактори, що впливають на розвиток креативної економіки, а саме: попит, рівень доходів споживачів, рівень освіти і компетентності, здатність створювати інфраструктури, що необхідні для повноцінної реалізації знань, наявність відповідних навичок, рівень розвитку громадського сектора, відношення громадських і державних інституцій, інтелектуальний капітал, наявність великих комерційних структур, вищих навчальних закладів.

Наявність високого споживчого попиту є найважливішим фактором розвитку креативного сектора. Характер попиту визначається рівнем освіти, розвитком творчого потенціалу, здібностями і сприйняттям людини. Необхідно, щоб в суспільстві цінувалися високо насамперед естетика і культурна освіта. Істотним фактором є платоспроможність споживачів, обумовлена їх фінансовими можливостями. Продукція креативної економіки не є предметом першої необхідності. Щоб попит на її продукцію був досить високим, необхідна наявність широких верств багатих людей.

Здатність створювати великі комерційні структури необхідна для того, щоб забезпечити максимально ефективний взаємообмін знаннями, оригінальними ідеями, які можна було б перетворити, розширити і перетворити, розширити і перетворити в предмет комерції. Суттєвим аспектом у справі створення комерційних структур є взаємообмін знаннями і вміннями. Більшу частину креативного сектора становлять малі та середні фірми з високим потенціалом росту, для яких взаємне співробітництво і взаємний обмін є найважливішим фактором успіху. Саме існування в даній сфері великих комерційних структур сприяє проведенню нових експериментів і впровадженню інновацій, а також найбільш ефективному використанню оригінальних ідей, продукованих невеликими креативними фірмами. Університети і їх якісна робота, як в області підготовки фахівців, так і науково-дослідницької діяльності, є основою інфраструктури креативної економіки і важливим джерелом конкурентних переваг. Університети є рушійною силою освіти і розвитку талантів, що тісно пов'язано з розвитком інтелектуального капіталу, інноваціями та новими технологіями. Результатами розвитку креативної та культурної економіки будуть постійне зростання концентрації креативних галузей і творчих людей у великих міських агломератах (географічних «креативних центрах»), географічна сегрегація, поглиблення нерівності доходів і відмінностей між розвиненими країнами та рештою світу.

Література: 1. Степанов А.А., Савина М.В. Креативная экономика: сущность и проблемы развития / А.А. Степанов, М.В. Савина [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://uecs.ru/marketing/item/2667-2013-12-26-08-35-52> 2. Стратегія інноваційного розвитку України на 2010-2020 роки в умовах глобалізаційних викликів / Комітет з питань освіти і науки [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://kno.rada.gov.ua/komosviti/control/uk/doccatalog/list?currDir=48718> 3. Флоріда Р. Креативний клас: люди, які змінюють майбутнє / Р. Флоріда. // Классика XXI. – 2005. – С. 251.

## МОДЕРНІЗАЦІЯ І ЕКОЛОГІЗАЦІЯ ЕКОНОМІКИ

Канд. екон. наук, доц., Янченко Н.В.,  
здобувач вищої освіти Шебалкова Є.І.

*Харківський національний університет будівництва та архітектури*

Інноваційні стратегії світових промислових компаній в останні роки значно трансформуються під впливом глобальних викликів, до числа яких, без сумніву, належить проблема екологічно орієнтованої технологічної перебудови виробництв в рамках загального переходу світового господарства до «зеленої» економіки.



Зелена економіка визначається як економіка, яка підвищує добробут людей і забезпечує соціальну справедливість і при цьому істотно знижує ризики для навколишнього середовища і її деградації. Важливими рисами такої економіки є:

- низькі вуглецеві викиди,
- ефективне використання природних ресурсів;
- збереження, збільшення і відновлення природного капіталу;
- запобігання втрати біорізноманіття та екосистемних послуг;
- зростання доходів і зайнятості.

Зелена економіка часто розглядається в контексті боротьби з глобальною зміною клімату і перспективного напрямку подолання глобальної економічної кризи. Пріоритетною рисою її зростання є радикальне підвищення енергоефективності. Надалі пропонується мобілізувати і перебудувати глобальну економіку в напрямі збільшення інвестицій в чисті технології і «природну» інфраструктуру, стимулювати екологізацію економіки, повернути ринки до нормального функціонування і уникнути катастрофічних наслідків глобальної зміни клімату.

Реалізація нового зеленого курсу передбачає мінімізацію використання невідновних корисних копалин для виробництва електроенергії за рахунок інвестицій в поновлювані енергоносії, а також обов'язковість енергозбереження. Всі ці заходи дозволять знизити попит і витрати на енергію, а також її вартість. За оцінками ЮНЕП, досить 2% світового ВВП в «озеленення» 10 секторів для зміни характеру світового розвитку, зниження викидів парникових газів та ефективного використання ресурсів.

Ключовим визначенням для передових економік світу стане «низьковуглецева економіка» з її високою енергоефективністю і мінімальним впливом на кліматичну систему.

А реалізація енергетичних та кліматичних пріоритетів автоматично означає різке зниження екологічного тиску в силу тісної кореляції величин енергоспоживання, використання природних ресурсів, викидів парникових газів і обсягів забруднень.

Важливим результатом модернізації і критерієм переходу до сталого розвитку є ефект дікаплінга, що відображає неузгодженість трендів зростання економіки, з одного боку, і споживання природних ресурсів і забруднення навколишнього середовища, з іншого, - економічні результати повинні рости швидше, ніж споживання і екологічний вплив. У лексиконі вчених і політиків термін «дікаплінг» став останнім часом загальноживаним. Ефект дікаплінга особливо бажаний для актуальною в світі ситуації в енергоспоживанні і макроекономічних трендах - він відбивається в випередженні темпів зростання ВВП над темпами споживання енергетичних ресурсів. Цей важливий ефект досягнуто практично у всіх розвинених країнах. Наприклад, Данія за останні три десятиліття змогла подвоїти ВВП при збереженні обсягів споживання енергоресурсів.

Для реалізації ідей сталого розвитку необхідний перехід від гуманітарних закликів до економічної зацікавленості, підтримки екологічного спрямування модернізації.

Це повинно увійти в «правила гри» для бізнесу, що забезпечить розвиток економіки в правильному напрямку. При визначеній значущості пріоритету підвищення цінності природи рух в цьому напрямку має бути вигідно (що забезпечується економічними важелями рівнем культури).

Намічений зараз магістральний шлях, націлений на зниження природоємності і підвищення енергоефективності економічного зростання, є реалізація пріоритету підвищення цінності природи. У вирішенні цього завдання об'єднуються екологічні та економічні інтереси. Різна мотивація забезпечує головне - підвищення цінності природи як умова сталого розвитку.

Загальна тенденція підвищення цінності природи в розвитку людства не викликає сумнівів і не має відношення до короточасних коливань ринкових цін на певні природні ресурси. Стає все більш очевидним, що таке підвищення стає

найважливішим пріоритетом для світової економіки. Фактично зусилля людства за останні два десятиліття були спрямовані на його реалізацію. Особливо яскраво це проявилось в розвинених країнах. Глобальна модернізація технологій, спрямована на зменшення використання традиційних природних ресурсів і забруднень, радикальне збільшення кінцевого виходу товарів і послуг з одиниці сировини, зелене зростання і екологізація економіки, підвищення уваги до цінності кліматичної системи, енергоефективність та відновлювані джерела енергії, розширення спектра економічних і правових інструментів для переходу до екологічно стійкого розвитку і багато іншого – все це ланки ланцюга, за допомогою якої людство намагається витягнути суспільство і економіку до нового типу розвитку.

Отже, незважаючи на те, що «зелена» економіка знаходиться в стадії становлення, в світі спостерігається досить активна розробка стратегій економічної політики, а також нових бізнес-моделей, структур і технологій для адаптації економіки і бізнесу до змін природних і ринкових умов. Провідні світові компанії прагнуть використовувати розглядаються тенденції і зміни при максимальному створенні довгострокових конкурентних переваг для власного розвитку в ХХІ ст., включаючи формування загальносвітових корпоративних стандартів звітності, створення нових ринків і секторів економіки.

Література: 1. Глобальний зелений новий курс. Доповідь. – березень, 2009. – Published by the Green European Foundation aisbl Gel, Belgium, 2009. 2. Видение – 2050. Новая повестка дня для бизнеса. 2010. [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: [www.wbcsd.org/web/vision2050.htm](http://www.wbcsd.org/web/vision2050.htm). Англ. 3. Галушкіна Т. П., Гордійчук Є. Г. Екологічна сертифікація в системі екологічного управління. Монографія. – Харків: Бурун Книга, 2010. – С. 130-220. 4. Герасимчук З. В. Регіональна політика сталого розвитку: методологія формування, механізм реалізації: Монографія. – Луцьк: “Надстир’я”, 2001. – 526 с.

**СЕКЦІЯ 2**  
**ІНСТРУМЕНТИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОЗОРІСТІ ПУБЛІЧНОГО СЕКТОРУ**  
**РЕАЛІЗАЦІЯ ПРИНЦИПІВ КОНЦЕПЦІЇ СТАЛОГО РОЗВИТКУ В**  
**ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

Здобувач вищої освіти ФЕБА Арасланова О.Ю.,  
науковий керівник: канд. екон. наук, доц. Кудрицька Ж.В.  
*Національний авіаційний університет*

На сьогодні одним з актуальних завдань є прийняття концепції сталого розвитку, яка спонукає до зміни парадигми традиційної економічної системи та пошуку нових підходів щодо узгодження інтересів економічної і екологічної сфери при умові дотримання соціальної захищеності та справедливості. В умовах переходу до інноваційного типу економіки необхідно приділяти особливу увагу розвитку концепції сталого розвитку підприємств, оскільки на етапі первинної ланки економіки проходить апробація численних нововведень, комерціалізація науково-технічних розробок, введення і випуск абсолютно нових товарів.

Концепція сталого розвитку базується на синтезі трьох основних компонентів: соціального, економічного та екологічного. Економічна складова являє собою збереження та розвитку сукупного капіталу, який у свою чергу забезпечує утворення необхідного для поточного та перспективного розвитку комплексу всіх ресурсів.

Та розглядати економічну систему лише з вищезначених трьох позиції стає дедалі не актуально. Кризові явища, спричинені непередбачуваними і непрогнозованими подіями, як показала світова практика, можуть дуже похитнути стабільність економічної системи та вплинути на її сталий розвиток. Тут мова йде про різно масштабовані економічні системи: від мікро- рівня до макро- . Сталість розвитку у світі цифровізації залежить зараз напряму від готовності до змін, швидкості реакції на непередбачувану подію, яку вже стало модним називати «чорним лебедем», та гнучкості всіх складових до перебудови системи у короткі терміни.

В масштабах країни сталий розвиток характеризує функціонування народногосподарського комплексу, разом з тим з забезпеченням висхідних духовних та матеріальних потреб населення, раціональне і екологічне господарювання та найбільш ефективне споживання природних ресурсів, надання покращених екологічних умов життєдіяльності для здоров'я людини, відтворення, збереження і примноження чистоти довкілля та природно-ресурсного потенціалу суспільного виробництва. Досліджуючи перспективи і проблеми довготривалого соціального екологічного розвитку Е. В. Гірусов та Г. В. Платонов визначили шість аспектів терміну «сталий розвиток»: політико-правовий, економічний, екологічний, соціальний, міжнародний та інформативний [1, с.187].

Для прийняття ефективних управлінських рішень щодо запровадження стратегії сталого розвитку мають особливе значення міжнародні оцінки, які показують відповідність функціонуванню держави нормам і показникам. Звісно норми та оцінки, показники та індикатори не враховують, появу таких факторів як COVID-19, розв'язання війни, зменшення території тощо. Дані оцінки утворюються з використанням системи індикаторів, що кількісно і якісно визначають процес модернізації держави щодо екологічно стабільного розвитку. Кожний індекс є середньозваженим показником, що розраховується на основі системи індикаторів. Міжнародні рейтинги є зручним інструментом визначення країни у світовій системі. З використанням світових досліджень є можливість подати та проаналізувати стан України у розумінні економічної, екологічної та соціальної сталості [2, с.18]. Узагальнення матеріалів зі сторони аналізу міжнародних рейтингів дає можливість

проаналізувати ситуацію в межах соціально-економічних та еколого-природних чинників. Державна політика в аспекті сталого розвитку повинна ґрунтуватися на таких основних принципах, які забезпечують [3, с.20]:

- зрівноваження розвитку українського суспільства, паритетність соціального, економічного та екологічного складників, погодження неможливості тривалого поступового розвитку суспільства в умовах повної деградації довкілля;
- екологічно та техногенно безпечні та комфортні умови життєдіяльності населення;
- утвердження демократії, гуманізму та загальнолюдських цінностей;
- еколого-економічну збалансованість розвитку окремих регіонів та її відповідність стандартам щодо загальнонаціональних потребам.

Треба наголосити, що все більше і більше широко в суспільстві використовуються інформаційні технології. На нашу думку, показники та індикатори потребують перегляду з точки зору оцінки рівня цифровізації економічних систем та використання інформативної складової для забезпечення сталого розвитку, адже зараз це питання стоїть аджентою в межах країни.

Загалом, система показників сталого розвитку має бути не лише орієнтована на створення збалансованого та адекватного уявлення про економічні, екологічні та соціальні показники діяльності при реалізації концепції сталого розвитку суб'єкта економічної діяльності в рамках єдиної концепції сталого розвитку країни, а й рамках цифровізації.

Література: 1. Деркач М. І. Концепт сталого розвитку як домінантна ідеологія людської цивілізації у ХХІ ст. / М. І. Деркач // Вісник Дніпропетровського університету. – 2009. - Випуск 3/1 – С. 185-191. 2. Хвесик М. А. Концептуальні засади сталого розвитку в контексті глобалізації і регіоналізації / М. А. Хвесик, Л. М. Горбач. // Науковий вісник Волинського національного університету імені Лесі Українки. – 2008. - №7. – С. 107-113. 3. Данилишин Б0, Україна в міжнародних рейтингах сталого розвитку / Б. Данилишин, О. Веклич // Економіка України. – 2008. –№7. – С. 13-23.

## **НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ДОКУМЕНТООБІГУ НА ПІДПРИЄМСТВІ**

Ас. Божидай І.І., здобувач вищої освіти Білко Д.О.  
*Харківський національний університет будівництва та архітектури*

Термін «документообіг» на поточний момент вживається надзвичайно широко і зустрічається в описі практично кожної інформаційної системи. Об'єм документообігу складається з вхідних, вихідних та внутрішніх документів, які оброблені за період одного календарного року.

Метою впорядкування документообігу є пришвидшення руху документів. На кожному робочому місці документ повинен знаходитися мінімальний термін, необхідний для його обробки. Час на обробку визначають за типовими нормами часу, хронометражем, на підставі досвіду та за допомогою інших методів. Крім того, раціоналізація документообігу полягає в максимальному обмеженні осіб, які беруть участь у складанні певного документа, їх ліквідації, а також автоматизації процесу складання та руху документів.

Можна виділити три основних напрями удосконалення документування господарських операцій та документообігу (рис. 1).

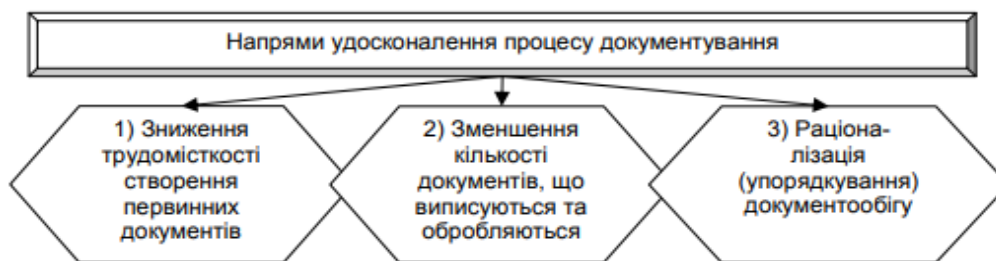


Рисунок 1 – Основні напрями удосконалення документообігу. Джерело [1]

Документування господарських операцій й обробка первинних документів займають понад 50% обсягу обліково-розрахункових робіт, тому у зниженні трудомісткості виписки та обробки первинних документів існують суттєві резерви підвищення продуктивності праці. Зниження трудомісткості при заповненні документів забезпечується завдяки комп'ютеризації даного процесу з автоматичним заповненням незмінних реквізитів. Як показує практика, заповнення первинних документів на комп'ютері знижує витрати часу в 5–6 разів [2]. Суттєво знизити кількість документів, що виписуються і обробляються, можна також шляхом застосування багатострокових форм документів замість однострокових.

Електронний документообіг має ряд переваг перед паперовим. Порівняльний аналіз основних відмінностей паперового та електронного документообігу на різних етапах наведено в таблиці 1.

Повністю автоматизована система збору, реєстрації, передачі та обробки облікової інформації змінює традиційне бачення облікових прийомів документування й інвентаризації на підприємствах. На перший план виходить інформаційна функція документа. Виходячи з цього, традиційне поняття “документ” у первинному обліку В. Муравський [4] пропонує замінити на “інформаційний потік”. Крім того, оскільки документування як фізичне створення документа у будь-якій (паперовій чи електронній) формі перестає існувати, втрачають актуальність і звичні прийоми обліку. Зокрема, вищезгаданий автор вважає, що прийом документування необхідно замінити прийомом реєстрації інформації, що точніше відповідатиме технологічному ланцюжку перетворення (збору, реєстрації, обробки, передачі) облікової інформації без участі людини.

Таблиця 1

Основні відмінності паперового та електронного документообігу на різних етапах

№ з/п	Етапи документообігу	Паперовий документ	Електронний документ
1.	Створення	Оформлення лише в паперовому вигляді	Оформлення в електронному вигляді, за необхідності в паперовому вигляді
2.	Оброблення	Лише ручна обробка даних і фіксація в реєстрах бухгалтерського обліку	Обробка даних за допомогою інформаційних систем і фіксація в електронних реєстрах бухгалтерського обліку
3.	Відправлення	Відправлення через відділення пошти або співробітниками (кур'єрами)	Здійснюється через телекомунікаційні та інформаційні системи або через електронні носії інформації
4.	Одержання	Може займати декілька хвилин або годин, днів, тижнів	Може займати від декількох хвилин, не враховуючи відправку через носії електронної інформації
5.	Зберігання	Зберігаються згідно зі строками, установленими законодавством, у спеціально відведених архівах	Зберігаються згідно зі строками, установленими законодавством, на спеціальних електронних носіях
6.	Знищення	Підлягають знищенню за актом відповідною комісією	Згідно з інструкцією, знищення відбувається спеціально призначеною особою, яка також відповідальна за програмне забезпечення, що перевіряє факт знищення документів

Джерело [3]

Принциповим моментом у системі комп'ютеризації документообігу на підприємстві є використання електронного цифрового підпису, який не дає можливості

підробити підпис користувача без знання його секретного ключа підписування. Кожний підпис містить:

- дату підпису;
- термін закінчення дії ключа підпису;
- інформацію про особу, що підписала файл (ПІБ, посада, назва фірми);
- ідентифікатор людини, що підписала (ім'я відкритого ключа);
- власне цифровий підпис.

Таким чином, упровадження системи автоматизації документообігу забезпечує реєстрацію, облік і зберігання документів, оперативний доступ до документів та звітної інформації, ефективне управління процесами руху та обробки документів, скорочення часу процедур узгодження документів та прийняття рішень, підвищення виконавської дисципліни, скорочення невиробничих витрат робочого часу співробітників, мінімізацію фінансових витрат на документообіг і діловодство, а документ як факт здійснення господарських операцій стає основою комунікаційних зв'язків учасників ринкового середовища.

Література: 1. Рожельюк В.М., Денчук П.Н. Організація документообігу як основного інструмента забезпечення функціонування ефективної системи комунікації на переробному підприємстві / Рожельюк В.М., Денчук П.Н. // Сталий розвиток економіки. – 2014. – № 2. – С. 114 – 121. 2. Сушкевич А.Н. Организация бухгалтерского учета в субъектах хозяйствования / А.Н. Сушкевич. – Мн. : ред. журн. «Пром.-торговое право», 2004. – 252 с. 3. Захарченко Н.В., Маслій Н.Д., Мамуненко М.С. Вплив електронного документообігу на ефективність діяльності підприємства / Захарченко Н.В., Маслій Н.Д., Мамуненко М.С. // Молодий вчений. – 2017. – № 5 (45). – С. 582 – 587. 4. Муравський В. Документування в умовах повної автоматизації обліку / В. Муравський // Бухгалтерський облік і аудит. – 2008. – № 5. – С. 49.

## **ЗНАЧУЩІСТЬ ДОКУМЕНТООБІГУ В СИСТЕМІ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ**

Ас. Божидай І.І., здобувач вищої освіти Ветчинкін О. С.  
*Харківський національний університет будівництва та архітектури*

Інформаційне забезпечення управлінських рішень – це сукупність єдиної системи класифікації та кодування інформації, уніфікованої системи документації, схем інформаційних потоків, що циркулюють в організації та поза її межами, а також методологія побудови баз даних [1].

Інформаційне забезпечення управлінських рішень здійснюється значною мірою за допомогою обігу документів на підприємстві. Інформаційне забезпечення управлінських рішень полягає у наданні інформаційних ресурсів у розпорядження особи, котра приймає рішення. Мета інформаційного забезпечення на підприємстві – це своєчасне постачання необхідною достовірною інформацією для розроблення та прийняття управлінських рішень. Використання документів дає змогу досягнути поставленої мети максимально ефективно.

Документ – матеріальний носій інформації про факти, події, явища об'єктивної дійсності та розумової діяльності людини. Документ є головним засобом подання юридично оформлених відомостей про об'єкт управління.

Документообіг – проходження документів усередині системи управління – від джерела їх формування до використання в управлінні. Документообіг становить основну частину інформаційних потоків у системі управління. Стадії цього процесу показані на рис. 1.

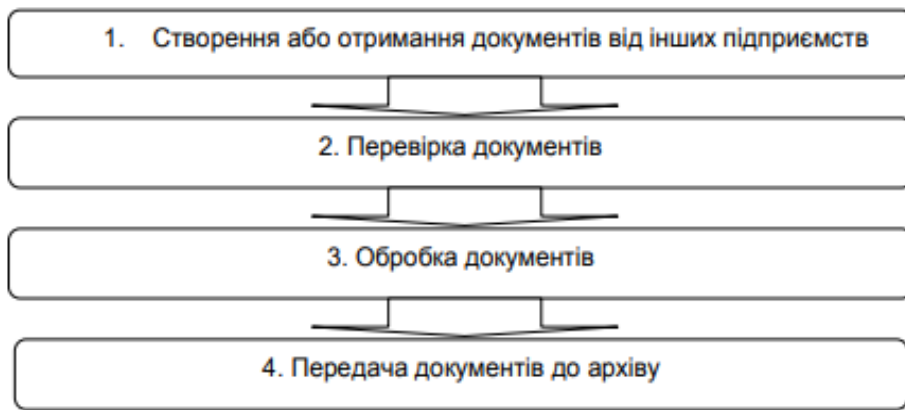


Рисунок 1 – Стадії документообігу на підприємстві

Документи бувають у письмовій та електронній формі. Відповідно виділяють паперовий, електронний та змішаний документообіг.

Паперовий документообіг полягає у роботі з паперовими документами. В Україні застосовують переважно традиційну пострадянську систему паперового документообігу. Ця система базується на централізованому контролі документів на всіх стадіях їх підготовки та єдиних нормах документообігу. Однією з переваг паперового документообігу є його звичність для користувачів, котрі мають недостатній досвід та знання сучасних інформаційних технологій.

Однак паперовий вид документів неминує призводить до таких проблем під час роботи з великими обсягами документації [9]:

- тривалі процедури передавання документів всередині організації;
- можливість втрати інформації про місцезнаходження документів;
- відсутність ефективного контролю як за роботою окремих працівників, так і за діяльністю організації загалом з боку керівництва;
- високі витрати на інфраструктуру збереження і руху паперових документів;
- висока трудомісткість рутинних операцій у діяльності працівників і брак часу на підготовку якісних рішень.

Часто ці проблеми призводять до надмірно затягнутих строків розглядання питань, неефективності роботи і поганої керованості організації. Усе це свідчить про недоліки паперового документообігу, які можна долати за рахунок автоматизації діловодства та запровадження електронного документообігу.

Автоматизація діловодства полягає у підвищенні ефективності існуючих процедур роботи з документами та базується на тому, що під час реєстрації паперового документа він цілком або частково переводиться в електронну форму, і подальша робота здійснюється переважно з електронними реєстраційними картками і поданням документів.

Автоматизація діловодства дає змогу:

- прискорити рух документів по організації;
- гарантувати своєчасне розглядання документів;
- забезпечити ефективний контроль виконання документів і прийняття управлінських рішень;
- підвищити ефективність роботи як окремих працівників, так і організації загалом;
- знизити витрати на розмноження, передавання і збереження безлічі копій паперових документів;
- у разі прийняття рішень підвищити їхню обґрунтованість і якість за рахунок надання виконавцю максимально повної бази документації.

Найлегшим та найефективнішим є запровадження електронного документообігу для ведення внутрішньої документації.

Змішаний документообіг полягає у паралельному існуванні систем паперового та електронного документообігу, що взаємно доповнюють одна одну. Перевагами змішаного документообігу є зменшення витрат на підготовку внутрішньої документації та збереження централізованого контролю за важливими документами. Недоліками змішаного документообігу порівняно із електронним є менша ефективність та більші витрати. Проте паралельне використання паперових та електронних документів іноді є виправданим з погляду безпеки. А також змішаний документообіг може бути перехідним етапом у роботі підприємства для поступового переходу до винятково електронного обігу документів.

Основною сучасною світовою загальною тенденцією у інформаційному забезпеченні є перехід від паперового до електронного документообігу в організації. Необхідність переходу до електронного та змішаного документообігу є неминучим для українських підприємств. Оскільки Україна інтегрується у світове товариство та глобальну економіку для наших підприємств стає надзвичайно важливою проблема конкурентоспроможності, яку можна забезпечувати різноманітними факторами, зокрема ефективним веденням документообігу, що призводить до кращого інформаційного забезпечення прийняття управлінських рішень на підприємстві.

Література: 1. Міщак Т.В. Роль документообігу у розвитку інформаційного забезпечення процесу прийняття управлінських рішень / Міщак Т.В. – 2006. – С. 100 – 106. URL: [http://ena.lp.edu.ua/bitstream/ntb/35817/1/18\\_100-106.pdf](http://ena.lp.edu.ua/bitstream/ntb/35817/1/18_100-106.pdf). 2. Батюк А.Є., Дзуліт З.П., Обельовська К.М., Огородник І.М., Фабрі Л.П. Інформаційні системи в менеджменті. – Львів: Інтелект-Захід, 2004. – 517 с.

## **НЕОБХІДНІСТЬ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ЕКОНОМІКИ**

Ас. Божидай І.І., здобувач вищої освіти Круглов І.А.

*Харківський національний університет будівництва та архітектури*

Державне регулювання ринкової економіки – це вплив держави на відтворювальні процеси в економіці за допомогою прямого інвестування, правових та економічних важелів з метою орієнтації господарських суб'єктів і окремих громадян на досягнення цілей і пріоритетів державної соціально-економічної політики.

Необхідність державного регулювання ринкового механізму обумовлюється негативними наслідками, які можуть мати місце та повинні бути попередженими або обмеженими.

Зокрема ринкові притаманні такі недоліки:

– не сприяє збереженню невідтворюваних природних ресурсів; не має економічного механізму захисту навколишнього середовища; не може регулювати використання ресурсів, що належать всьому людству та що мають загальносвітову цінність;

– він ігнорує потенційно негативні соціальні наслідки рішень, що приймаються; не стимулює виробництво товарів та послуг колективного використання (дороги, комунікації, транспорт та інше);

– сприяє виникненню масового безробіття та майнової нерівності серед працездатного населення;

– не забезпечує перерозподілу доходів між багатими та бідними верствами населення, дотримання відповідного рівня добробуту громадян і, особливо, працевлаштування населення;

– не забезпечує фундаментальних досліджень в науці, розвитку освіти, культури, безкоштовної охорони здоров'я;



- не забезпечує виробництва соціально-необхідних товарів за низькими цінами;
- схильний до нестабільного розвитку з притаманним йому загостренням соціальної напруженості у суспільстві та розвитком інфляційних процесів.

Держава може виконувати свої функції впливу на економіку прямо (через фінансування розвитку державного сектора, науки, культури, освіти, соціального захисту населення) або непрямо (через систему правових та економічних регуляторів, надаючи їм можливість орієнтувати діяльність господарських суб'єктів і окремих громадян на досягнення цілей і пріоритетів соціально-економічної політики). За допомогою правових регуляторів держава встановлює "правила гри" на ринку, а через систему економічних регуляторів-цілеспрямовано "настроює" ринковий механізм, щоб на його основі стимулювати або стримувати ділову активність у раціональних рамках.

Про необхідність державного регулювання економіки говорить весь світовий досвід. Держава через свою особливу роль у суспільстві за всіх часів тією чи іншою мірою втручалася в економічні процеси. Але спочатку це втручання було зумовлене її власним виникненням і необхідністю, що випливає з цього факту, вилучення на свою користь певної частини суспільного продукту для утримання державної машини: апарату чиновників, державної влади, армії, поліції, судів та ін. Таке вилучення і перерозподіл вимагали від держави створення відповідного законодавства, яке б стояло на сторожі державних інтересів і визначало обов'язки усіх членів суспільства. Зазначені суто утриманські інтереси держави визначали її обмежену, пасивну роль у регулюванні економіки.

За цих умов активну роль відіграв ринковий механізм. Ринкова конкуренція, впливаючи на ціни і доходи, автоматично і досить оперативно пристосовувала розрізнені дії господарських суб'єктів, що постійно змінювалася, регулювала рівновагу між попитом і пропозицією, забезпечувала макроекономічну стабільність. Проте в міру розвитку товарного виробництва, його монополізації і ускладнення відтворювальних процесів стали виразно проявлятися обмеження у регулюючих можливостях ринкового механізму. В економіці стали виникати істотні вади: тривалі порушення рівноваги між сукупним попитом і пропозицією, інфляція, безробіття. За зазначених умов виникла об'єктивна необхідність активізації ролі держави у регулюванні економіки.

## **К ВОПРОСУ ФОРМИРОВАНИЯ КОММУНИКАТИВНОЙ КОМПЕТЕНЦИИ ГОСУДАРСТВЕННЫХ СЛУЖАЩИХ**

Канд. филол. наук Босько О.В.

*Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники*

В современных условиях стремительно интенсифицируются и усложняются коммуникации, повышаются требования к коммуникативной компетенции отдельных личностей и целых профессиональных групп. Особые требования предъявляются к уровню коммуникативной компетенции государственных служащих, поскольку в процессе своего взаимодействия с гражданами они формируют в общественном сознании мнение не только о себе, но и обо всей системе управления.

В современной трактовке наличие коммуникативной компетенции предполагает знание различных средств коммуникации, умение эффективно пользоваться ими как при непосредственных контактах, так и при опосредованном взаимодействии в том числе с использованием онлайн-коммуникаций, способность осуществлять речевую деятельность в соответствии с целями и ситуацией, устное и письменное общение в рамках определенной сферы деятельности, владение ораторским искусством, навыками активного слушания, умение соблюдать этику и этикет общения, наличие навыков работы в команде и налаживания взаимодействия с руководством, подчиненными, коллегами, посетителями, владение новыми техническими средствами коммуникации,

навыки и умения адекватного использования иностранного языка в конкретной ситуации общения и т.д.

Наличие сформированной коммуникативной компетенции позволяет человеку формулировать собственные мысли в соответствии с правилами используемого языка, получать информацию и оценивать ее, понимать собеседника и общаться с ним. Таким образом, коммуникативная компетенция включает: знание языковых норм; наличие достаточного уровня речевой культуры; способность устанавливать и поддерживать различного рода контакты с другими людьми с целью решения задач общения.

Современный подход к вопросу развития коммуникативной компетенции взрослых состоит в том, что этот процесс рассматривается как саморазвитие на основе собственных действий, а диагностика уровня коммуникативной компетенции специалиста является самодиагностикой, самоанализом.

Эффективность работы по совершенствованию коммуникативной компетенции государственных служащих будет выше, если у них будут сформированы теоретические представления о коммуникативных технологиях и создана возможность отрабатывать навыки деятельности, определяемые данной компетенцией. При этом наибольшую эффективность будут иметь индивидуально-ориентированные и дистанционные технологии, которые включают в себя:

- программы самообразования, сопровождающиеся соответствующим теоретическим контентом и практическими заданиями, позволяющими закреплять усвоенный материал;
- контрольно-оценочный компонент, содержащий среди прочего тестовые задания, разработанные с использованием информационно-коммуникационных технологий, и позволяющий проводить самооценку уровня усвоения материала.

Целенаправленная и методичная работа, проводимая государственными служащими в направлении более глубокого овладения языковыми нормами, освоения культуры речи и основ ораторского мастерства позволит избежать ситуации, когда неправильно сформулированные и невнятно высказанные мысли и идеи остаются непонятыми и не воспринятыми, несмотря на их важность и своевременность.

## **ОСНОВОПОЛОЖНІ ЗАСАДИ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ПРОЗОРОСТІ В ОРГАНАХ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ**

Здобувач вищої освіти Вовк В.В.,  
науковий керівник: канд. екон. наук, доц. Капленко Г.В.  
*Львівський національний університет імені Івана Франка*

На сучасному етапі розвитку держави важливою умовою постає впровадження у процес управління принципу прозорості, який забезпечував би підвищення ефективності в діяльності органів державної влади та громадських інститутів. Важливим аспектом цього є вільний доступ громадськості в процес суспільного розвитку та прийняття рішень. Такий механізм дозволить посилити демократичний режим в країні та сприятиме розвитку громадянського суспільства на основі європейської моделі. Впровадження принципу прозорості в діяльність органів управління дасть можливість в найближчому майбутньому досягти таких результатів як економічна та соціальна стабільність, краща результативність менеджменту, вищий показник довіри населення.

Під прозорістю слід розуміти принцип організації державних органів влади та органів місцевого самоврядування, який відображає ступінь обізнаності суспільства про процес прийняття, способи реалізації управлінських рішень, а також про матеріальну сторону такої діяльності. [1]

Основною складовою в даному процесі є інформаційна забезпеченість в відносинах між владою та громадянами, а саме покращення нормативної та законодавчої бази. Процес інформування відбувається з допомогою засобів масової інформації, прес-конференцій, поширення потрібних матеріалів в бібліотека та в звітах, консультативних органів, «гарячих» ліній тощо. За допомогою таких заходів в країні збільшилася роль громадянських об'єднань щодо питань в сфері державної політики з наданням їм належних повноважень. Головною ціллю в такій системі стала прозорість діяльності органів державної влади та місцевого самоврядування. Це забезпечить підвищення рівня відповідальності посадових осіб органів влади у реалізації своїх функцій та для уникнення прийняття нераціональних державно-управлінських рішень.

Хоча в Україні і проводиться модернізація законодавства в галузі інформаційної прозорості, однак європейська модель вимагає більшого нормативно-правового забезпечення в цій сфері. [2] Процес встановлення прозорості діяльності державних органів влади та органів місцевого самоврядування повинен враховувати такі законодавчі аспекти як потреба формування в суспільства єдиних уявлень про сутність та форму роботи таких органів; створення належного рівня інформативного забезпечення населення щодо управлінських рішень з можливістю участі в них; відповідність між наявним станом управління та доступної оцінки умов і результатів управлінськими структурами. З метою регулювання взаємовідносин між населенням, організаціями та органами управління в законодавстві України прописано правову сторону таких зв'язків, а саме: надається право подавати до регулюючих установ власні пропозиції в питаннях розробки проектів регуляторних актів, а також щодо їх оприлюднення та відкритого обговорення; суб'єкти господарської діяльності можуть залучатися органами управління під час формування експертних висновків щодо впливу ухвалених рішень і контролювати за ефективністю даних рішень; при цьому надається можливість отримувати офіційні відповіді на свої звернення щодо діяльності державних органів.[3]

Державний комітет телебачення і радіомовлення проводить моніторинг інформаційного наповнення офіційних веб-сайтів центральних та місцевих органів виконавчої влади двічі на рік.

За результатами аналізу моніторингу у другому півріччі 2019 року інформаційної прозорості офіційних веб-сайтів міністерств та інших центральних органів виконавчої влади встановлено наступне: середнє значення показника інформаційної прозорості становить 87,72 %; 33 веб-сайта мають показники інформаційної прозорості більші за середній, 28 веб-сайтів мають показники інформаційної прозорості менші за середній; максимальне значення показника інформаційної прозорості мають веб-сайти Адміністрації Державної прикордонної служби України та Державної служби України з лікарських засобів та контролю за наркотиками (100 %); найменше значення показника інформаційної прозорості має веб-сайт Державної служби України з безпеки на транспорті (66,83 %). За результатами аналізу динаміки інформаційної прозорості офіційних веб-сайтів міністерств та інших центральних органів виконавчої влади виявлено, що: середнє значення показника динаміки інформаційної прозорості складає 0,42 %; 8 веб-сайтів мають позитивну динаміку інформаційної прозорості; рівень інформаційної прозорості 11 веб-сайтів в порівнянні з результатами попереднього моніторингу не зазнав змін. За результатами моніторингу встановлено, що зберіглася позитивна динаміка інформаційного наповнення офіційних веб-сайтів суб'єктів владних повноважень, зокрема збільшилися кількісні показники представленої інформації, вона стала більш актуальною, доступною та систематизованою. Найкращими серед центральних органів виконавчої влади визначено офіційні веб-сайти Адміністрації Державної прикордонної служби України, Державної служби України з лікарських засобів та контролю за наркотиками, Дніпропетровської, Івано-Франківської, Хмельницької, Волинської, Закарпатської,

Рівненської, Херсонської, облдержадміністрацій. Значну динаміку зростання інформаційної прозорості серед центральних органів виконавчої влади продемонстрували Міністерство фінансів України, Державне агентство резерву України, Український інститут національної пам'яті, Міністерство охорони здоров'я України, Національна служба здоров'я України, а серед місцевих органів виконавчої влади – Черкаська, Львівська, обласні держадміністрації, що обумовлено насамперед реалізованими заходами щодо адаптації власних веб-сайтів до потреб осіб з порушеннями зору та слуху. [4]

Отже, прозорість та відкритість органів публічного управління є важливим елементом становлення демократичної та правової держави, відповідно до європейського зразка. В Україні на даний час наявні певні проблеми в реалізації даного принципу, які потребують ширшого сприйняття громадськістю та чиновниками відповідальності та власні дії з морально-етичного та законодавчого боку. Встановлення прозорості в органах влади забезпечить більший доступ населення до ухвалення рішень, а відповідно і до процесу моніторингу за їх ефективністю виконання.

Література: 1. Пухкал О. Прозорість як важливий чинник модернізації державного управління [Електронний ресурс] / Олександр Пухкал // Вісник Національної академії державного управління. – 2010. – Режим доступу до ресурсу: <http://visnyk.academy.gov.ua/wp-content/uploads/2013/11/2010-1-4.pdf>. 2. Слїнько Т.М. Конституційно-правові засади відкритості діяльності органів публічної влади [Електронний ресурс] / Слїнько Т.М., – Режим доступу до ресурсу: [http://dspace.nlu.edu.ua/bitstream/123456789/14429/1/Slinko\\_49-52.pdf](http://dspace.nlu.edu.ua/bitstream/123456789/14429/1/Slinko_49-52.pdf). 3. Законодавче регулювання: прозорість і відкритість публічного управління [Електронний ресурс]. – 2011. – Режим доступу до ресурсу: [https://osvita.ua/vnz/reports/gov\\_reg/18338/](https://osvita.ua/vnz/reports/gov_reg/18338/). 4. Державний комітет телебачення і радіомовлення в Україні URL: <http://comin.kmu.gov.ua>

## **ПРОГРАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ТА ПРОГНОЗУВАННЯ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ СТРУКТУР БУДІВЕЛЬНОЇ ГАЛУЗІ**

Канд. екон. наук, доц. Гелеверя Є. М., здобувач вищої освіти Сафронова К. В.  
*Харківський національний університет будівництва та архітектури*

Макроекономічне програмування є одним з способів управління національним господарством, що був започаткований у середині ХХ ст. Першими країнами, що стали на шлях програмування були Японія та Франція [4], але на сучасному етапі розвитку майже всі держави світу здійснюють розробку різного роду економічних програм і прогнозів.

Сутність програмування в сучасних реаліях полягає в: аналізі стану економіки та виявленні проблем, що не можуть бути вирішені ринковим механізмом; розробці та реалізації окремих економічних програм; складанні узагальненого прогнозу розвитку національної економіки на майбутнє; визначенні оптимального з позиції держави варіанта розвитку економіки; розробці і реалізації заходів з досягнення поставлених цілей.

Питанням удосконалення організаційно-економічних і методичних основ програмування та прогнозування присвячені використані нами наукові праці Амоші О.І., Бабаєва В.М., Буркинського Б.В., Бурлай Т.В., Геєця В.М., Гелевері Є.М., Данилишина Б.М., Кизима М.О., Кусик Н.Л., Лібанової Е.М., Манцурова І.Г., Новікової О.Ф., Пірожкова С.І., Харічкова С.К., Хвесіка М.А. та ін. [1-15]

Відомі вчені-економісти відмічають, що програмування та прогнозування як інструменти державного регулювання економіки – найбільш складна і важлива форма діяльності. Сьогодні у всьому світі утверджується економічна система, головною відмінною рисою якої є активний вплив держави на розвиток національної економіки і

в країнах з розвиненими формами ринкових відносин не існує «свободи ринку». Уряди цих країн усвідомлюють необхідність враховувати весь спектр реально діючих факторів, покликаних в більшій чи меншій мірі обмежувати таку свободу.

Ринкова система безперечно володіє здатністю до саморегулювання на основі цінових коливань, співвідношення попиту і пропозиції, конкуренції. Разом з тим, у багатьох сферах і в тому числі в будівельній галузі система економічного регулювання діє недостатньо. В умовах становлення та поглиблення децентралізаційних процесів ринок не може забезпечити макроекономічну стійкість економіки будівельної галузі, поглиблює регіональні диспропорції, так як сприяє перерозподілу інвестиційних, фінансових, трудових і інших ресурсів на користь регіонів з розвинутою інфраструктурою з високим виробничим потенціалом і потребує сучасних підходів до програмування та прогнозування.

Основними об'єктами економічного програмування є національна економічна система в цілому, територіально-адміністративні утворення, окремі галузі та сектори національної економіки, окремі економічні і соціальні загальнонаціональні проблеми. [12]

Ключовим елементом програмування економічної системи є програма – це сукупність існуючих економічних умов, поставлених економічних цілей і інструментів їх досягнення. Здебільшого економічні програми в будівельній галузі складаються з таких компонентів:

1. Мета (повинна бути чіткою і реалістичною та визначеною ще до початку розробки програми);
2. Часові рамки (встановлюються в залежності від того, який характер має мета: короткостроковий, середньостроковий або довгостроковий);
3. Стратегія (визначаються засоби впливу: контроль за попитом, контроль за пропозицією або їх комбінація, що будуть використані);
4. Інструменти економічної політики (визначається набір важелів впливу, що будуть використані для реалізації програми);
5. Послідовність (визначається черговість використання тих чи інших інструментів);
6. Контроль за виконанням програми (здійснюється здебільшого національним урядом, але можливий також у співробітництві з міжнародними організаціями, якщо вони приймають участь у фінансуванні даної програми). [10]

Дослідження економічної літератури [1,4,11] показало, що існують різні критерії розмежування економічних програм: за цілями, за характером, за змістом, за рівнем управління, за масштабом дії, за рівнем проблем як об'єктів. В залежності від цих критеріїв виділяються різні класифікації програм.

Поточна (фінансова) програма є макроекономічною програмою середньострокового планування або прогнозування розвитку країни, яке здійснюється в рамках складання державного бюджету здебільшого на наступний рік, але нерідко включає і його прогноз на два або три найближчі роки. У багатьох країнах світу приймаються кредитні програми, в яких визначаються пріоритети кредитування і вони можуть охоплювати весь банківський сектор або тільки центральний банк. Стабілізаційна (короткострокова корегувальна) програма є макроекономічною програмою, що розрахована на 1-1,5 роки і спрямована на одноразове виправлення диспропорцій, непов'язаних з глибокими структурними проблемами національної економіки. Довгострокова програма структурного корегування (програма розвитку) є економічною програмою, що розрахована на 3-4 роки та спрямована на виправлення глибоких структурних дисбалансів в національній економіці. Цей тип програми зазвичай включає такі заходи, як приватизація, демонополізація, зміна механізмів регулювання. [6]

Активні економічні програми передбачають набір заходів, які уряд зобов'язується вжити для досягнення поставлених цілей. Пасивні економічні програми передбачають оцінювання можливих наслідків економічної політики і тенденцій розвитку макроекономічних змінних, які були б бажаними для досягнення поставлених цілей.

Економічні програми можуть бути направлені на розвиток фінансової сфери, виробництва, зовнішньоекономічної діяльності, тощо, а завданнями соціальних програм можуть бути стимулювання зростання зайнятості та доходів населення країни, покращення освіти та медицини, тощо. Основною метою здійснення регіональних програм в будівельній сфері є стимулювання соціально-економічного розвитку будівельної галузі того чи іншого регіону країни.

Процес програмування й прогнозування господарських процесів в кожному місті здійснюється за своїм специфічним сценарієм, зумовленим конкретною соціально-економічною ситуацією, наявними ресурсами, продуктивними силами, які використовуються в процесі планування, і цілою низкою інших чинників. Проте про методичні засади цього процесу можна говорити лише в загальних рисах, невіршеними залишаються проблеми роботи над організаційно-економічним забезпеченням на регіональному рівні, недостатньо обґрунтовано етапи реалізації стратегії розвитку регіонів в умовах децентралізації цих процесів, відсутня система показників глибини соціально-економічного розвитку.

Література: 1. Геєць В. М. Інноваційні перспективи України / В. М. Геєць, В. П. Семіноженко. – Харків : Костанта, 2006. – 272 с. 2. Бабаєв В. М. Управління міським господарством: теоретичні та прикладні аспекти / В. М. Бабаєв / Національна академія держ. управління при Президентові України. Харківський регіональний ін-т. – Х.: Видавництво ХарРІ НАДУ, 2004. – 204 с. 3. Модернізація економіки промислових регіонів України в умовах децентралізації управління: монографія / О.І. Амоша, Ю.М. Харазішвілі, В.І. Ляшенко та ін. / НАН України, Ін-т економіки пром-сті. Київ, 2018. 300 с. 4. Соціальні ресурси децентралізації управління: механізми мобілізації та ефективного використання. Монографія до 100-річчя НАН України / О.Ф. Новікова, О.І. Амоша, В.П. Антонюк, В.П. Вишневський та ін.; НАН України, Ін-т економіки пром-сті. – Київ, 2018. – 480 с. 5. Соціально-економічний потенціал сталого розвитку України та її регіонів: вектори реального поступу : національна доповідь / за ред. акад. НАН України Е.М. Лібанової, акад. НААН України М.А. Хвесика. – К. : ДУ ІЕПСР НАН України, 2017. – 864 с. 6. Данилишин Б. М. Наукові основи прогнозування природно-техногенної (екологічної) безпеки : монографія / Б. М. Данилишин, В. В. Ковтун, А. В. Степаненко. – К. : Лекс Дім, 2004. – 551 с. 7. Економічне оновлення регіону: аналіз ситуацій та рішення : [монографія] / кер. авт. колективу Б.В. Буркинський, С.К. Харічков ; НАН України, Ін-т пробл. ринку та екон.-екол. дослідж. - Одеса, 2008. - 494 с. 8. Кусик Н. Л. Проблемы формирования и развития воспроизводственной структуры социально-экономической системы / Н. Л. Кусик // Культура народов Причерноморья. – 2009. – № 172, т. 2. – С. 93–96. 9. Форсайт-прогнозування пріоритетних напрямів розвитку нанотехнологій і наноматеріалів у країнах світу й Україні : монографія / М. О. Кизим, І. Ю. Матюшенко, І. В. Шостак, М. О. Данова. – Х. : ВД «ІНЖЕК», 2015. – 272 с. 10. Державна політика регіонального розвитку України: інформаційно-аналітичне забезпечення розробки та реалізації: монографія / І. Г. Манцуров, З. П. Бараник, О. Ю. Рудченко, С. Г. Дрига, Я. В. Храпунова та ін.; [за заг. науковою редакцією д.е.н., професора, члена-кореспондента НАНУ І. Г. Манцура]. – К. : КНЕУ, 2018. – 363 с. 11. Управління соціально-економічними системами регіонального рівня: теорія та практика: монографія / [авт. кол.: Василик Н.М., Гасанов С.С., Герасимяк Н.В., Гордійчук А.І., Лорві І.Ф., Рудь Н.Т., Серета О.В., Степанов В.М., Степанова К.В., Шевчук І.В., Шубала І.В., Шубалий О.М.], під заг. ред. О.М. Шубалого; М-во освіти і науки

України; Луцький НТУ. – Луцьк: РВВ Луцького НТУ, 2016. 12. Alymov, O. M., Lytsur, I. M., & Mykytenko, V. V. (2014). Potensial staloho rozvytku Ukrayiny na shlyakhu realizatsiyi intehratsiynoho vyboru derzhavy [The Potential of Sustainable Development of Ukraine on the Way to Implement the Integrative Choice of the State]. Kyiv: DU IEPSR NAN Ukrayiny [in Ukrainian]. 13. Libanova, E. M. (Eds.). (2012). Stalyy lyudsky rozvytok: zabezpechennya spravedlyvosti: Natsionalna dopovid [Sustainable human development: equity: National report]. Uman: Vydavnycho-polihrafichnyy tsentr «Vizavi» [in Ukrainian]. 14. Гелеверя Е. М. Управление инновационным развитием жилищной сферы экономики региона в условиях децентрализации // Сучасні питання економіки і права: зб. наук. праць. – К. : КиМУ, 2015. – Вип. 2(10). – С. 28 - 34. 15. Соціально-економічна конвергенція: теорія та практика : монографія / Т. В. Бурлай ; НАН України, ДУ «Ін-т екон. та прогнозув. НАН України». – К., 2019. – 364 с.

## ІНСТРУМЕНТИ ЗВ'ЯЗКУ МІЖ ПРИКЛАДНИМИ ДОДАТКАМИ ЗА ДОПОМОГОЮ OLE-ТЕХНОЛОГІЇ

Доцент Гречко Н., ст. викл. Тимченко І.  
*Харківський національний університет будівництва та архітектури*

Для зв'язування документів різних застосувань використовується технологія OLE (Object Linking and Embedding), що означає "зв'язування і вбудовування об'єктів". Наявність такого механізму дозволяє перенести у вихідний документ фрагмент або файл деякого застосування. Вихідний пов'язаний документ набуває властивість при цьому складеного документу, тобто документу, що має вбудовані або пов'язані об'єкти різних форматів, створені іншими застосуваннями.

OLE – технологія зв'язування і впровадження об'єктів в інші документи і об'єкти, розроблені корпорацією Майкрософт. OLE дозволяє передавати частину роботи від однієї програми редагування до іншої і повертати результати назад. Наприклад, встановлена на персональному комп'ютері видавнича система може відправити певний текст на обробку в текстовий редактор, або зображення в редактор зображень за допомогою OLE- технології.

Основна перевага використання OLE (окрім зменшення розміру файлу) в тому, що вона дозволяє створити головний файл, картотеку функцій, до якої звертається програма. Цей файл може оперувати даними з початкової програми, які після обробки повертаються в початковий документ.

OLE використовується при обробці складених документів (англ. compound documents), може бути використана при передачі даних між різними незв'язаними між собою системами за допомогою інтерфейсу перенесення (drag -and-drop), а також при виконанні операцій з буфером обміну. Ідея впровадження широко використовується при роботі з мультимедійними системами на веб-сторінках, де використовується передача зображення, звуку, відео, анімації в сторінках HTML або в інших файлах, що також використовують текстову розмітку (наприклад, XML і SGML).

Проте, технологія OLE використовує архітектуру мережевий ПК з надмірними обчислювальними ресурсами. Це означає, що тип файлу або програма, яку намагаються впровадити, повинна бути присутньою на машині користувача. Наприклад, якщо OLE оперує таблицями Microsoft Excel, то програма Excel має бути інстальована на машині користувача.

OLE має можливість оперувати активними з'єднаннями між двома документами або навіть впровадити документ одного типу в документ іншого типу.

OLE сервера і користувачі взаємодіють з системними бібліотеками за допомогою таблиць віртуальних функцій (англ. virtual function tables, VTBL). Ці

таблиці утримують покажчики на функціях, які системна бібліотека може використати для взаємодії з сервером або користувачем.

Коли об'єкт OLE поміщений у буфер обміну інформацією, він зберігається в оригінальних форматах Windows (таких як bitmap або metafile), а також зберігається у своєму власному форматі. Власний формат дозволяє підтримувальній OLE програмі впровадити порцію іншого документу, скопійованого у буфер, і зберегти її в документі користувача.

Технологія OLE в системі AutoCAD. За своїм загальним змістом впровадження об'єктів і їх зв'язок подібні до команд AutoCAD INSERT і XREF. І при зв'язку, і при впровадженні робиться вставка інформації з одного документу в інший. Далі, в обох випадках редагування об'єкту проводять з документу додатка-приймача. При зв'язуванні методом OLE створюється посилання між початковим документом сервера і складеним документом. Зв'язок представляє зручний спосіб використання одних і тих же даних в різних документах: якщо початкові дані модифікуються, для зміни складених документів вимагається лише оновити зв'язки. Більшість додатків-приймачів можуть також бути налаштовані на автоматичне оновлення. При встановленні зв'язку малюнок необхідно підтримувати доступ і до додатка-сервера, і до документу. Якщо що-небудь з них перейменоване або переміщене, може знадобитися повторне створення зв'язку. При впровадженні методом OLE в складеному документі розміщується копія впроваджених даних. Вона втрачає зв'язок з початковим файлом. Впроваджені дані в складеному документі можуть редагуватися за допомогою додатка, в якому вони були створені, але початковий малюнок при цьому не змінюється. При впровадженні об'єктів зв'язок з початковим файлом не підтримується. Впровадження слід застосовувати, якщо модифікація початкового документу при редагуванні складеного небажана. Є можливість зв'язування даних з документу-сервера з малюнком AutoCAD, який в цьому випадку виступає як складений документ.

Наприклад, може знадобитися вставка в створений малюнок періодично оновлюваного розкладу або логотипу фірми, створеного в іншому застосуванні. Можна також встановлювати в малюнку піктограми засобів мультимедіа, миші, що активізуються подвійним клацанням. Для зв'язування і впровадження даних з інших застосувань в AutoCAD служать команди:

OLELINKS – оновлення, модифікація і розрив наявних зв'язків;

INSERTOBJ – імпорт об'єктів, що зв'язуються з малюнком AutoCAD або впроваджуваних в нього;

PASTECLIP – вставка даних з буфера обміну в малюнок AutoCAD

Дані і графіки, вибрані у вікні іншого застосування, можна перенести в AutoCAD безпосередньо, перетягуючи їх мишею по екрану. Для цього необхідно, щоб були відкриті і одночасно видимі вікна обох програм. Крім того, метод перетягання працює тільки у разі, якщо друге застосування підтримує технологію Microsoft ActiveX. Об'єкти, перенесені таким чином в AutoCAD, стають впровадженими, але не пов'язаними. Звичайне перетягання даних аналогічно їх послідовному вирізуванню і вставці. Вони повністю видаляються з файлу-сервера і вставляються в складений документ. Якщо ж об'єкти переміщують при натиснутій клавіші Ctrl, то замість їх вирізування здійснюється копіювання; у складеному документі створюється копія даних, а початковий варіант залишається незмінним.

Можна зробити висновок, що технологія OLE є набором засобів, які дозволяють легко готувати документи, що включають дані, підготовлені в різних застосуваннях. Щоб можна було об'єднати дані, підготовлені в різних застосуваннях, необхідно, щоб ці застосування підтримували технологію OLE. Стандартні додатки Windows - Paintbrush, Write, Cardfile, Object Pakager підтримують OLE. Окрім стандартних додатків Windows, багато інших застосувань, розроблених фірмою Microsoft і іншими



незалежними фірмами, включають підтримку OLE-технології: Microsoft Word for Windows, Microsoft Excel, FoxPro for Windows, Access тощо.

Література: 1. Шафрин Ю. А 1500 основных понятий, терминов и практических советов для пользователей персональным компьютером.— М.: Дрофа, 2001.— 272 с. 2. Создание и изменение объектов OLE и управление ими // MicrosoftSupport — URL: <https://support.office.com/ru-ru/article/> 3. ActiveX // Википедия — URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/ActiveX>.

## ПРОЗОРИСТЬ ТА ЕФЕКТИВНІСТЬ В СИСТЕМІ КОНТРОЛІНГУ

Канд. екон. наук, доц. Дегтярьова О.О.  
*Одеський національний економічний університет*

Потреба в прозорості залишається дуже високою в українському суспільстві. З нею пов'язують економічну відкритість, протидію корупції на всіх рівнях, економічне зростання, тощо. За таких умов доцільно звернути увагу на концепцію контролінгу та її інструментарій, які широко застосовуються в Європі на всіх рівнях управління, впроваджуються на вітчизняних підприємствах, в тому числі для забезпечення внутрішньої прозорості їхньої діяльності.

Контролінг як самостійна концепція управління вже міцно укоренився в українській економічній науці та успішно застосовується в господарській діяльності різних підприємств на території України. Вітчизняні дослідники ще ведуть дискусію щодо концептуальних засад контролінгу, серед західних науковців вона вже більшою мірою закінчилася і її результати зафіксовані в стандарті якості з контролінгу «Qualitätsstandards im Controlling. DIN SPEC 1086:2009-04». Згідно цього стандарту контролінг має чотири фундаментальні принципи: прозорість, достовірність, оптимальність і узгодженість [1, с. 6]. Тобто прозорість є і передумовою, і метою функціонування системи контролінгу.

Прозорість в контролінгу зазвичай стосується вибору методів та інструментів, систематичності перевірок та оцінок, фіксації рівня реалізації цілей та гарантування порівнянності даних [1, с. 6]. Треба зазначити, що контролінговий механізм може надати й інші можливості для забезпечення прозорості внутрішніх процесів і результатів будь-якого підприємства або організації. Але прозорість не є самоціллю. Вона потрібна, бо нероздільно пов'язана з ефективністю. Так, Міжнародна група з контролінгу (International Group of Controlling) окреслила місію контролера, в якій чітко зазначено, що «...контролери забезпечують прозорість результатів, фінансів, процесів та стратегій, сприяючи тим самим досягненню більш високої ефективності» [2, с. 19].

Сьогодні в Україні прозорість пов'язують з діджиталізацією, інформаційними технологіями, усуненням втручання людини. Звісно, інформаційне й цифрове забезпечення є необхідним атрибутом сучасної організації в інформаційному суспільстві. Західні компанії бачать в програмно-цифровому забезпеченні не тільки забезпечення прозорості діяльності, але й потенціал і резерви виробництва. В системі контролінгу взаємозв'язок прозорості та ефективності можна поєднати в циклічну послідовність дій (рис).

Прозорість забезпечується адекватною та достовірною звітністю, що документує всі дії, заходи та динаміку обчислюваних показників. Сучасні інформаційні технології займаються збором, обробкою та зберіганням інформації для прийняття обґрунтованих управлінських рішень. За допомогою ключових показників ефективності (КПІ) встановлюються цільові величини та напрямки поступового збільшення ефективності. Вони ж можуть використовуватися для перевірки та оцінки результатів, але основна роль тут відводиться аналізу відхилень.

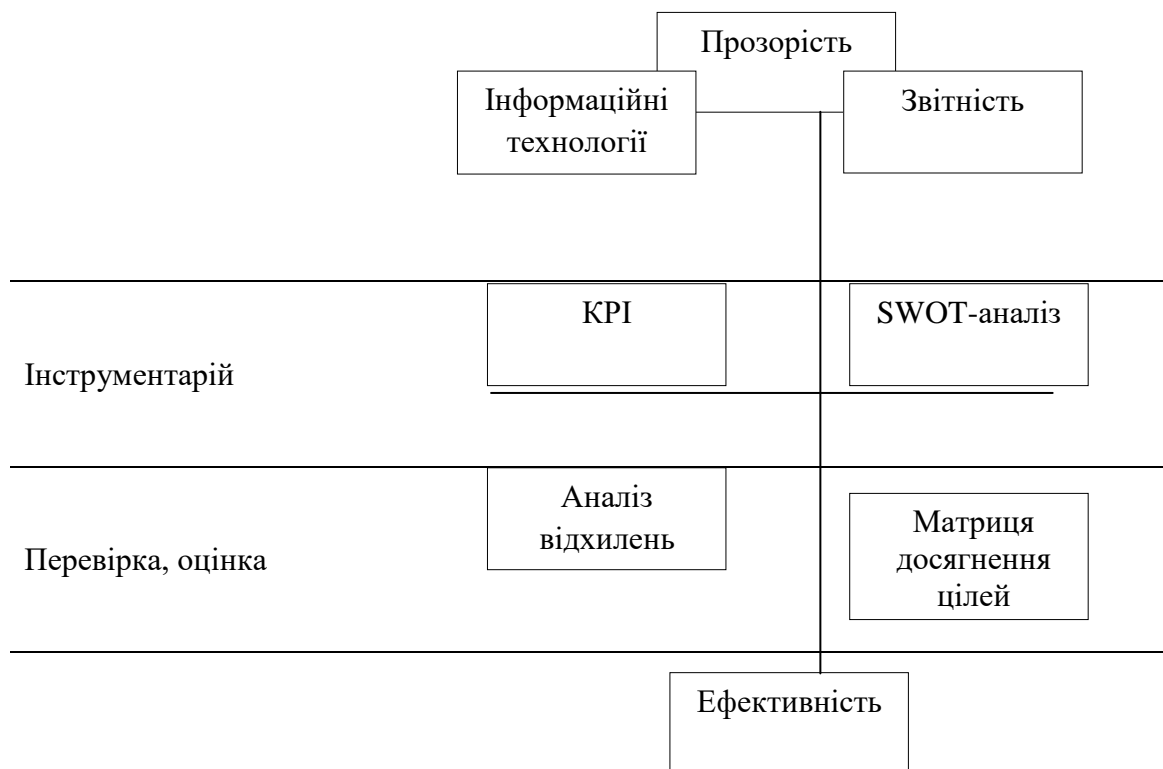


Рис. Взаємозв'язок прозорості та ефективності на прикладі системи контролінгу

Досягнуті результати за рівнем ефективності порівнюють з запланованими за допомогою відповідної матриці, а SWOT-аналіз допоможе побачити та оцінити всі чинники, що впливають на прийняття рішень, а також визначити можливості розвитку. Таким чином, в системі контролінгу відбуваються циклічні та послідовні дії, спрямовані на забезпечення прозорості та поступове збільшення ефективності.

У вітчизняному публічному секторі та неприбуткових організаціях контролінг ще є *terra incognita*. Але досвід фінансових та промислових підприємств дозволяє стверджувати, що впровадження системи контролінгу сприяє внутрішній прозорості, побудові професійної системи управління, зменшенню витрат, забезпеченню ефективного контролю і довгостроковому плідному функціонуванню організації. А це – саме те, що потребує економіка України.

Література: 1. Qualitätsstandards im Controlling. DIN SPEC 1086:2009-04 [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: [https://www.igc-controlling.org/fileadmin/downloads/SPEC1086\\_Druckmanuskript\\_ohne-Titelblatt.pdf](https://www.igc-controlling.org/fileadmin/downloads/SPEC1086_Druckmanuskript_ohne-Titelblatt.pdf) 2. Концепция контроллинга: Управленческий учет. Система отчетности. Бюджетирование. / Horváth&Partners; пер. с нем. – 3-е изд. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2008. – 269 с.

## **ЛЕГКІСТЬ ВЕДЕННЯ БІЗНЕСУ ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОГО КЛІМАТУ**

Д-р. екон.наук, проф. Калініченко Л.Л., аспірантка Сергієнко Ю.  
*Харківський національний університет будівництва та архітектури*

Існує велика кількість міжнародних показників, які відображують позиції однієї країни відносно інших. Міжнародні рейтинги й індекси відіграють важливу роль у динаміці світового розвитку, адже є ефективними інструментами виявлення проблем у політичній, економічній і соціальній сферах. Для ґрунтового аналізу країни

використовується кілька десятків міжнародних індексів у всіх галузях діяльності держави та громадянського суспільства [Ошибка! Источник ссылки не найден.].

Показником сприятливості умов ведення бізнесу, який допомагає оцінити абсолютний рівень ефективності держави у регулюванні умов ведення бізнесу за певний період часу є показник легкості ведення бізнесу, який відображає різницю між показником кожної країни і кращими практиками по кожному з індикаторів серед всіх країн. Рейтинг складається шляхом вимірювання сукупних показників по 10 темам, кожна з яких складається з декількох індикаторів, і надає рівнозначний ефект на загальний рейтинг країни. Показник сприятливості умов ведення бізнесу країни вимірюється за шкалою від 0 до 100, де 0 - це найгірший результат, а 100 - найкращий. Високий рейтинг легкості ведення бізнесу означає, що нормативно-правові умови більш сприятливі для створення і функціонування місцевої фірми.

Наприклад, показник сприятливості умов ведення бізнесу 76 в 2018 році означає, що країна була на 25 відсотків нижче передової практики, встановленої з урахуванням результатів всіх країн з плином часу. Оцінка 80 в 2019 році буде означає, що країна поліпшила показник [Ошибка! Источник ссылки не найден.].

Індекс легкості ведення бізнесу виступає необхідним фактором оцінки здійснення підприємницької діяльності в сучасних швидкозмінних ринкових умовах, як у світі, загалом, так, і в Україні, зокрема. Вперше, цей показник було запропоновано Світовим банком для ефективного та, відносно, простого порівнювання ведення підприємницької, а також іншої бізнес-діяльності між різними країнами світу на основі їхніх річних фінансово-економічних та статистичних даних. Даний індекс включає оцінку наступних факторів, а саме: започаткування власної справи (бізнесу); необхідність дозволів на ведення будівництва; проведення необхідних дій щодо електропостачання; реєстрацію наявної комерційної нерухомості; інформацію про кредитоспроможність; захищеність інвестиційних прав; можливість сплати необхідних податків; можливість здійснення міжнародної торгівлі; забезпеченість виконання умов контрактів (угод); платоспроможність та неплатоспроможність (ліквідація, банкрутство) підприємства. Чим вища позиція країни щодо результату даного індексу, тим краще її становище в бізнес-середовищі та сильніший ступінь захисту як власних інтересів, так і чітке регулювання діяльності з боку законодавства [Ошибка! Источник ссылки не найден.].

Для того, щоб з'ясувати реально існуючий стан щодо легкості ведення бізнес-процесів в Україні, необхідно проаналізувати результати даного індексу сформовані науковцями Світового банку. Динаміка позицій індексу легкості ведення бізнесу в Україні протягом 2006-2020 років відображена на рис. 1, де 64 місце в даному рейтингу – прогнозний показник на 2020 рік.



Рис. 1 Динаміка рейтингу індексу легкості ведення бізнесу в Україні протягом 2006–2020 років (розроблено на основі [Ошибка! Источник ссылки не найден.]).

Отже, як бачимо, починаючи з 2015 року позиції України порівняно з результатами індексу легкості ведення бізнесу мають позитивну динаміку в бік скорочення: від 96 місця в 2015 році, до 64 позиції – за 2020 рік (прогнозний результат). Найнижча позиція, яку займала Україна, припадає на 2012 рік (152 місце в загальному рейтингу). Тобто, з наведеного графіка можна побачити, що починаючи від 2006 року і закінчуючи 2012 роком, в країні тенденція зміни результатів індексу легкості ведення бізнесу мала негативну динаміку збільшення. Ситуація змінюється починаючи з 2013 року, та триває і по теперішній час. Але, не зважаючи на це Україна потребує клопіткої роботи для покращення існуючого становища порівняно з країнами-сусідами. Адже, протягом 2019 року Польща зайняла 40 позицію в рейтингу; Білорусь – 49; Російська Федерація 28; Молдова – 48; Грузія – 7 [Ошибка! Источник ссылки не найден.].

Індекс легкості ведення бізнесу є надзвичайно необхідним в сучасних ринкових умовах формування та розвитку бізнесу. Легкість ведення бізнесу – це шлях для залучення інвестицій в економіку (як іноземних, так і внутрішніх) та поштовх для відповідного зростання внутрішнього валового продукту. Проте, варто зауважити і про його недоліки – неврахування впливу таких важливих показників як: розвитку інфраструктури, тенденцій зміни інфляційних процесів та рівня злочинності.

Пріоритними завдання влади має бути стимулювання інвестиційної діяльності в Україні, що передбачає: зростання реальних сукупних доходів домогосподарств; застосування позитивних стимулів для виходу з тіні наприклад, виділення субсидій лише тим, хто декларує доходи; доступність дешевих кредитів; доступність до зовнішніх ринків; створення бізнес-інкубаторів, бізнес-центрів; удосконалення системи підготовки, перепідготовки підвищення кваліфікації кадрів для малого підприємництва; залучення суб'єктів малого підприємництва до виконання науковотехнічних і соціально-економічних програм, здійснення постачання продукції для державних потреб; захист корпоративних прав та прав власності; скасування надмірних регуляторних обмежень та неефективних процедур контролю; скасування надлишкового ліцензування та застарілих систем сертифікації, моніторингу, здійснення експертиз та інших обмежень для бізнесу.

Всі ці заходи зменшать адміністративний тиск на бізнес, знизять корупцію, і відповідно, сприятимуть створенню належних умов для ведення бізнесу, і стимулюванню інвестиційної діяльності в Україні залучивши більшу кількість коштів від вітчизняних та іноземних інвесторів.

Література: 1. Мадяр Р.О. Міжнародні рейтинги як індикатори соціально-економічного розвитку країни. Інвестиції: практика та досвід. 2019. №22. С. 24-28. 2. Войтенко Ю. М. Україна у розрізі міжнародних індексів. Збірник наукових праць «Гілея: науковий вісник». 2019. №143. С. 23-27. 3. Химич І.Г. Особливості індексу легкості ведення бізнесу в Україні. Розвиток економіки країни: можливості, проблеми, перспективи: матеріали IV міжнародної науково-практичної конференції 22 вересня 2018. Запоріжжя. 2018. С. 55-57. 4. The World Bank: Doing Business: веб-сайт: URL: <http://www.doingbusiness.org> (дата звернення: 12.04.2020).

## **ПРИНЦИПИ ВІДКРИТОСТІ ТА ПРОЗОРОСТІ В ДІЯЛЬНОСТІ ОРГАНІВ ПУБЛІЧНОЇ ВЛАДИ**

Канд. екон. наук, доц. Капленко Г. В., здобувач вищої освіти Боднарчук У.О.  
*Львівський національний університет імені Івана Франка*

Розвиток прозорості та відкритості є типовим проявом поширення процесів демократизації для більшості країн світу. Як частина світового комунікативного простору в умовах стрімкого поширення значення інформації Україні також робить перші кроки для забезпечення розвитку комунікації в нашій державі на принципах

відкритості та прозорості. А особливої актуальності для України завдання поширення цих принципів у діяльності органів державної влади постало при обранні європейського курсу розвитку економічної, політичної та культурно-освітньої сфер життя.

«Відкритий уряд», або відкрите державне управління (від англ. – open government) – система принципів, механізмів і інструментів організації державного управління на основі розвитку форм участі громадян в управлінні, прозорості та підзвітності діяльності органів влади, а також широкого використання сучасних інформаційних технологій та нових засобів комунікації у здійсненні взаємодії з громадянами.

Звідси і виникає комплекс принципів і механізмів, які прийнято об'єднувати під назвою «відкритий уряд»: «відкриті дані» і створення на їх основі затребуваних соціальних сервісів і додатків; прозорість діяльності і підзвітність громадянам органів влади, інформаційна відкритість; розширення можливостей та форм участі громадян в управлінні, залучення громадських інституцій, громадян і експертів у розробку, прийняття і контроль державних рішень, а також виконання окремих державних функцій; підвищення якості та доступності адміністративних послуг, розвиток взаємодії органів влади і громадян на основі сучасних інформаційних технологій та ін.

Термін «відкритий уряд» є прямим перекладом англійського поняття «Open Government», в якому під government слід розглядати не уряд як набір інститутів, організацій, а саму систему здійснення, процес державного управління. Таким чином, «відкритий уряд» не передбачає створення будь-якої структури, дублюючої діючі органи державної влади.

Відкрите державне управління – сучасна відповідь на безліч питань, з якими стикається влада і суспільство. Це сучасна модель управління, заснована на принципах і механізми залучення громадян в розробку і контроль управлінських рішень, полегшення взаємодії громадян з державними інститутами, прозорості і зрозумілості роботи уряду. [1].

Заходи інформування хоч і не потребують надзвичайних зусиль чи затрат, але насправді приносять колосальний соціальний ефект. Відкритість і прозорість публічної влади передбачають можливість усунення напруги та конфліктних ситуацій, адже в першу чергу дає змогу суспільству краще розуміти логіку дій місцевої влади шляхом забезпечення залучення громадськості до стадій підготовки, прийняття управлінських рішень і контролю їх реалізації. Ефективне інформування громадян в свою чергу може сприяти зростанню довіри та налагодженню партнерських відносин між владою і громадськістю.

В сучасній науковій діяльності тривають численні дискусії навколо теоретичних і практичних питань, пов'язаних із відкритістю і прозорістю органів державної влади та місцевого самоврядування. В умовах відсутності чіткого та однозначного їх визначення, зміст цих понять розглядається досить варіативно. Особливою складністю є той факт, що деякі науковці інколи змістовно поєднують поняття «прозорість» і «відкритість» та застосовують їх як тотожні. Відповідно і забезпечення реалізації принципів відкритості та прозорості впроваджується переважно інтуїтивно, що звичайно ж перешкоджає ефективності їх діяльності.

Хоча єдиного підходу щодо тлумачення термінів «прозорість», «відкритість» досі не вироблено, за результатами дослідження різних трактувань, найбільш доцільним, на мою думку, є все таки варіант розмежування принципів відкритості та прозорості в діяльності органів місцевого самоврядування, а не їх отождолення.

Принцип прозорості відображає: ступінь обізнаності громадян про діяльність і наміри органів місцевої влади, зокрема хід засідань і прийняті рішення, а також інформацію, якою володіє конкретний орган місцевого самоврядування; поінформованість громадян, їхніх об'єднань, на які поширюються чи якимось чином

стосуються рішення та дії органу публічної влади, щодо процедури їх здійснення; зрозумілість широкій громадськості обумовленості, змісту і сенсу політичних дій та рішень органів місцевого самоврядування, а також своїх прав і свобод.

Принцип відкритості виявляє: ступінь забезпечення реального впливу громадян та їх об'єднань на зміст публічно-управлінської діяльності через постановку вимог перед органами місцевого самоврядування щодо прийняття певних рішень, вчинення дій або утримання від них; забезпечення політичної участі, вільного та конкурентного вибору територіальними громадами певної альтернативи суспільного розвитку; ступінь поінформованості громадян не тільки про діяльність політичних структур, але й про свої права та свободи; активність суспільного контролю над діяльністю органів місцевої влади; ступінь безпосередньої участі громадян у діяльності органів місцевого самоврядування. [2].

Слід зауважити, що в Україні сучасна юридична база для втілення принципу відкритості в діяльність органів публічної влади є досить неповною, зокрема відсутній закон, який би повною мірою регламентував відкритість у діяльності цих органів. Водночас не можна говорити про повну відсутність будь-яких правових норм. Зокрема у ст. 34 Конституції України, яка, у свою чергу, ґрунтується на положеннях ст. 10 Конвенції «Про захист прав та основоположних свобод людини», ст. 19 Загальної декларації прав людини, ст. 18 та 19 Міжнародного пакту про громадянські і політичні права, кожному громадянину гарантується право на вільне висловлювання своїх поглядів і переконань, на свободу думки і слова. [3].

Отже, проведений аналіз показав на скільки важливу роль у системі належного демократичного врядування відіграють принципи відкритості та прозорості. Одним із головних показників рівня демократії в країні є забезпечення доступу до публічної інформації. Відомо, що простота і легкість отримання громадянами країни необхідної суспільно значимої інформації є надійним індикатором цивілізованості і відкритості державного устрою країни.

Література: 1. К. І. Ровинська Законодавче закріплення прозорості та відкритості владних інституцій місцевого рівня: міжнародний досвід [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <file:///C:/Users/Ulyana/Downloads/143440-314366-1-PB.pdf> 2. Н. Тимошенко Співвідношення принципів відкритості та прозорості в діяльності органів місцевого самоврядування: «сіамські близнюки» чи узгоджена пара? [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: [http://www.lvivacademy.com/vidavnistvo\\_1/edu\\_44/fail/ch\\_1/17.pdf](http://www.lvivacademy.com/vidavnistvo_1/edu_44/fail/ch_1/17.pdf) 3. Л. П. Горбата Інформаційна відкритість як принцип діяльності органів публічної влади [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: [http://www.investplan.com.ua/pdf/3\\_2018/28.pdf](http://www.investplan.com.ua/pdf/3_2018/28.pdf)

## **СВІТОВИЙ І ВІТЧИЗНЯНИЙ ДОСВІД ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОЗОРОСТІ ТА ВІДКРИТОСТІ ОРГАНІВ ДЕРЖАВНОЇ ВЛАДИ В РЕАЛІЗАЦІЇ ПУБЛІЧНОЇ ПОЛІТИКИ**

Канд. екон. наук, доц. Капленко Г. В., здобувач вищої освіти Грицишин О. П.  
*Львівський національний університет імені Івана Франка*

Питання прозорості та відкритості органів державної влади є передумовою публічного контролю і головним елементом розвитку громадянського суспільства в реалізації публічної політики, коли у поглиблюючому просторі відбуваються процеси посилення ролі та значення інформації як для суспільства в цілому, так і в житті кожного громадянина.

Найважливішою умовою існування демократії є публічність політики, тобто гласність і відкритість будь-якої політичної дії. Публічна політика забезпечує відкритість та прозорість дій влади та можливість громадян впливати на процеси

розробки і впровадження державних рішень. Громадяни мають право знати про дії та наміри політичних сил, органів державної влади. Вони повинні впливати на процеси створення і реалізації законів, якість роботи державного апарату, рівень освіченості і громадянської самосвідомості політиків, які приймають політичні рішення [1, с. 90-96].

На сьогоднішній день користувачі державних послуг очікують, що вони відповідатимуть їхнім індивідуальним потребам, даватимуть більший вибір та пропонуватимуть засоби відшкодування збитків у судовому порядку. Більшість країн Організації економічного співробітництва та розвитку прийняли Хартії громадян з метою надання легкодоступних та зорієнтованих на клієнта державних послуг високої якості. Вводячи хартії послуг та встановлюючи механізми відшкодування збитків у судовому порядку уряди надають громадянам та бізнесу можливості оцінювати свій власний досвід отримання державних послуг та порівнювати із проголошеними стандартами їх надання.

Розмови з громадськістю в сучасному світі все більше визнаються як кращий засіб вдосконалення якості державної політики при зміцненні її правомірності. Для забезпечення в майбутньому кращої реакції та більшої гнучкості органів державної влади необхідними є подальші зусилля з удосконалення інструментів, основних процедур та врахування результатів публічних консультацій у процесі прийняття рішень. До прикладу, у Швейцарії консультації з громадськістю є основною характеристикою консультаційної системи.

Постійним напрямом роботи органів влади Польщі стало інформування громадян про наміри адміністрації з питань удосконалення надання послуг, проведення конкурсів та інших заходів, спрямованих на покращення роботи. Тому, проекти, що реалізуються польською владою, ініціюють зміни в адміністраціях, особливо щодо поширення досвіду відкритості дій та надають громадянам інформацію про найважливіші процедури адміністративних органів, спрямованість послуг, документи, оплату [2].

У сучасному світі майже всі органи державної влади Фінляндії мають власні веб-сайти та пропонують ряд онлайн послуг: громадяни можуть шукати та отримувати інформацію, надсилати запити, брати участь у голосуванні, подавати заяви та більше взаємодіяти з посадовими особами. Політика відкритості та можливість електронного доступу до інформації є основною причиною низької корупції у Фінляндії, факти корупційних діянь у країні трапляються скоріше як винятки, ніж як закономірність. Положення, які стосуються прозорості (Конституція і Закон “Про відкритість діяльності уряду”), використовуються на всіх рівнях державної адміністрації. Ними проголошується право доступу до всіх державних документів як основне право громадянина, у свою чергу, органи державної влади зобов’язуються превентивно забезпечувати інформацією громадськість [3].

Свобода доступу до інформації в США досягається шляхом друкування документів у бюлетені “Federal Register”, а також надання громадянам права ознайомлюватись із документами та копіювати їх. Причини запити на отримання інформації пояснювати не потрібно. Скарги на відмову держоргану надати інформацію розглядаються в суді в першочерговому порядку та, як правило, на користь громадянина [3].

Такі країни, як Корея та Мексика, зосередилися на тому, щоб зробити владу відкритішою для публічного контролю для боротьби з корупцією та вдосконалення підзвітності. Інші країни, наприклад, Данія, зосередилися на тому, щоб зробити владу доступнішою й зрозумілішою для громадян (userfriendly) з метою покращення надання послуг. Канада та Фінляндія, сприяючи якіснішому та всеохоплюючому процесу прийняття рішень, більше уваги приділяють посиленню взаємодії та партнерства уряду із зовнішніми зацікавленими сторонами, зокрема організаціями громадянського суспільства [4].

Україна посіла 43 позицію серед 102 країн світу відповідно до звіту «Індекс Відкритого Уряду» World Justice Project за 2015 рік. У групі «Країни Східної Європи та Центральної Азії» Україна посіла 4 позицію, поступившись Грузії, Боснії і Герцеговині та Македонії. У 2018 році Україна покращила свої позиції і за результатами щорічного дослідження World Wide Web Foundation щодо стану розвитку відкритих даних у світі (Open Data Barometer), зайнявши 17 сходинку. Як зазначається, у загальному заліку Україна перебуває на четвертому місці за динамікою поліпшень із моменту створення рейтингу; з 2013 року країна додала 25 балів. Водночас Україна розташована порівняно низько за оцінкою впливу, який відкриті дані мають на життя в країні, – 28 балів зі 100 можливих. Дещо поліпшила свої позиції Україна й у рейтингу «Індекс сприйняття корупції». Згідно аналізу Transparency International, Україна набрала 32 бали зі 100 можливих і посіла 122 місце за підсумками 2018 року. Рейтинг спирається на опитування експертів та бізнесу, які проводить низка міжнародних організацій. Із пострадянських держав Україну випередили всі країни Балтії, а також Грузія, Вірменія, Молдова і Білорусь. Проте рівень корупції в Україні став меншим, ніж у Казахстані та Киргизстані, а також другий рік поспіль Україна випереджає Росію, яка раніше вважалася за сприйняттям менш корумпованою за Україну.

Прозорість та відкритість органів державної влади в реалізації публічної політики, зокрема її інформаційний аспект, є важливим чинником розвитку процесів демократизації держави та суспільства, становлення громадянського суспільства, запорукою утвердження в Україні демократичних норм та правил щодо відносин між громадянами, їхніми об'єднаннями та органами державної влади. Забезпечення принципів прозорості та відкритості органів державної влади в реалізації публічної політики є важливою запорукою демократизації суспільства й держави. Саме прозорість та відкритість органів державної влади в реалізації публічної політики, її здатність, спроможність і готовність до діалогу з різними суспільними силами значним чином визначають внутрішньополітичну ситуацію і впливають на процеси консолідації суспільства.

Література: 1. Телешун С. О. Суспільні виклики та ефективна публічна влада: українські реалії / С. О. Телешун // Відкриті очі [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.vidkryti-ochi.org.ua/2010/11/blog-post.html> 2. Лахижа М. Реалізація програми “Приязна адміністрація” та проведення конкурсів з метою вдосконалення діяльності органів влади: польський досвід / М. Лахижа, О. Черчатий // Вісн. держ. служби України. – 2007. – № 3. 3. Бониссар Д. “Privacy International”. Свобода інформації в мире. – 2006 [Електронний ресурс] / Д. Бониссар. – Режим доступу: <http://www.privacyinternational.org/foi/survey> 4. Дніпренко Н. К. Комунікація: демократичні стандарти в роботі органів державної влади / Н. К. Дніпренко; за заг. ред. канд. наук з держ. упр. Н. К. Дніпренко. – К. : ТОВ “Вістка”, 2008. – С. 17-136.

## **ПРОЗОРИСТЬ ДЕРЖАВНИХ ФІНАНСІВ ЯК ПЕРЕДУМОВА ЕФЕКТИВНОСТІ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ**

Канд. екон. наук, доц. Капленко Г.В., здобувач вищої освіти Мучичко К.Ю.  
*Львівський національний університет імені Івана Франка*

Створення умов для сталого розвитку та запобігання посиленню проблем, пов'язаних з регіональними та глобальними фінансовими кризами, призвели до об'єктивної потреби в ефективному управлінні ризиками та фінансовій безпеці. Вирішуючи ці проблеми, центральне місце належить домінуючій ланці державних фінансів – бюджету, оскільки він фокусується на цілях і завданнях національного розвитку, основних заходах і засобах досягнення цих цілей, намірах уряду тощо. Ось чому особливо важливо публікувати інформацію про бюджет у сучасному світі.



Взаємозв'язок між прозорістю державних фінансів та бюджетною орієнтацією може розглядатися як один із ключових параметрів ефективності публічного управління. Зміст прозорості бюджету зводиться до того, щоб пересічні громадяни могли брати участь у формуванні, затвердженні та виконанні державного бюджету [2]. Слід зазначити, що бюджет не повністю відображає статус, роль та вплив країни на розвиток, всі її операції та фінансовий стан. Проте, вимога консолідувати дані про бюджет та позабюджетну діяльність уряду вирішила деякі проблеми і, таким чином, розширила бюджетні межі. Але в принципі активи, зобов'язання та квазіфіскальні операції не можуть бути включені до бюджету і тому потребують окремого обліку та звітності.

Якщо бути більш точним, то прозорість: дозволяє кожному громадянину розуміти мову і дані бюджету, а також бачити послуги, виконані за рахунок зібраних податків; дає можливість представникам влади керуватись громадською думкою при прийнятті остаточних бюджетних рішень (основні напрямки розподілу видатків); дозволяє відслідковувати якість бюджетних рішень на стадії прийняття та слідкувати за їх виконанням; підсилює довіру населення до місцевих органів влади, тому що розуміння дій представників влади є передумовою громадської підтримки; сприяє поліпшенню соціальної політики і розподілу коштів бюджету.

Практика відповідального державного управління у розвинених країнах протягом тривалого часу не обмежувалася державним бюджетом, тим самим висвітлюючи поняття «фінансова прозорість» або «прозорість державних фінансів». Побудова прозорої установи не тільки забезпечує доступ до інформації, але також включає вирішення двох ключових завдань: по-перше, законодавство встановлює вимоги щодо розкриття інформації про публічну діяльність, визначає права, обов'язки та відповідальність органів державної влади щодо надання інформації, а також вимоги щодо якості та часу надання інформації та встановлює чіткий перелік нерозкритої інформації; по-друге, належна організація державного управління є основою прозорості.

Основні фактори, що складають механізм прозорості державних фінансів: законодавство про інформацію та розкриття інформації; бюджетний облік, облік державних активів та зобов'язань, статистика державних фінансів; аналіз фінансової позиції уряду та податково-бюджетної політики; національний аудит та його результати; технологія розкриття інформації через ЗМІ та Інтернет; чіткий процес прийняття рішень; політичні наміри, цілі, завдання та прогнози; визначення та чіткий розподіл функцій національних інститутів.

Україна стикається з багатьма проблемами, які нагально вимагають встановлення відповідальної бюджетної практики та прозорості бюджету:

- офіційно оприлюднена інформація про бюджет повинна бути більш детальною, що представляє доходи та витрати, і повинна охоплювати репрезентативний період;
- необхідно проаналізувати результати та наслідки фіскальної політики та оприлюднити цю інформацію громадськості;
- необхідно отримати достатню та повну інформацію про позабюджетні фонди та зібрати статистичні дані, що показують всебічну фінансову ситуацію уряду;
- актуальним питанням є публікація фінансової звітності національних та комунальних підприємств, яка не завжди підтверджується аудиторами;
- існує нагальна потреба розробити середньострокові бюджетні прогнози та забезпечити наступність відповідальності уряду при зміні влади. [3]

Є ряд методів покращення прозорості бюджету. Найголовніші з них такі:

- участь ЗМІ у всіх обговореннях та зустрічах з бюджетних питань, доступ до бюджетних документів (особливо схваленого бюджету), які не заборонені законом;

- підготовлена інформація – інформація про проекти або збірки "Коротко про бюджет", в яких наводяться основні позиції рішень про бюджет, підсумовуються доходи і видатки;
- громадські слухання – пряме залучення громадян до процесу прийняття рішень, що гарантує кращу поінформованість населення. Крім того, таким чином місцевий уряд може дізнатись думку своїх громадян про проекти місцевих бюджетів та взяти до уваги їх коментарі;
- зустрічі – акцент робиться на вирішенні конкретного питання (наприклад, план розвитку села), дає можливість обговорити питання детально та одразу побачити ставлення громадян й отримати їхні коментарі стосовно проблеми, а також критичні зауваження, факти і думки;
- список громадських думок виборців – збір інформації про народне ставлення до певної проблеми;
- дорадчі комітети — зустрічі з групою людей, які постійно представляють територіальну громадськість, або з робочою групою, яка займається вирішенням конкретного питання.

Отже, можна зробити висновок, що дотримання принципу публічності та прозорості на практиці є запорукою надійності бюджету, оскільки це забезпечує довіру громадськості до державної бюджетної політики, сприяє збільшенню надходжень до бюджетів різних рівнів, а також посилює ефективність державного та громадського контролю над державними фінансами. Паралельно бюджетна прозорість дає громадянам змогу відчувати себе повноправними споживачами максимального рівня суспільних послуг в обмін на сплачені податкові платежі.

Література: 1. Гурковський. В.І. Шлях адаптації світового досвіду розвитку транспарентності публічного адміністрування до українських реалій // Гурковський. В.І./ Інвестиції: практика та досвід. –2010. – № 15. – С. 91-94. 2. Прокофьев С.Е., Макаров А.В. Обеспечение бюджетной транспарентности в зарубежных странах // С.Е. Прокофьев, А.В. Макаров / Финансы. – 2010. – № 4. – С. 62-64. 3. Критенко О. О. Шляхи удосконалення системи державного фінансового контролю за використанням бюджетних коштів / О. О. Критенко, Ю. В. Даньшина // Наукові праці [Чорноморського державного університету імені Петра Могили комплексу «Києво-Могилянська академія»]. Серія : Державне управління. – 2015. – Т. 254, Вип. 242. - С. 74- 80. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npchdu\\_2015\\_254\\_242\\_14](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npchdu_2015_254_242_14)

## **ЗВІТ ПРО УПРАВЛІННЯ ЯК ЕЛЕМЕНТ ПРОЗОРОСТІ ТА ДОСТОВІРНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

Канд. екон. наук, доц. Ковальова Т.В.

*Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Сучасні умови існування підприємств вимагають від них прозорості, оскільки саме вони, згідно з законодавством є первинною ланкою економіки будь-якої країни, їх призначення - виробництво продукції та надання послуг з метою задоволення суспільних потреб та отримання прибутку. Прозорість діяльності є надійним і ефективним елементом збереження суспільного покликання підприємства. Саме звітність підприємства покликана забезпечити таку прозорість, оскільки інформація, що подана у формах звітності, апріорі повинна бути достовірною.

Сьогодні підприємства зобов'язані складати та оприлюднювати значну кількість звітності, основною, безумовно, є фінансова. Уся звітність підприємства повинна забезпечити інформацією зовнішніх і внутрішніх користувачів. При чому, ця інформація зобов'язана бути як прозорою, так і достовірною. Поява ще однієї форми, а

саме Звіту про управління, на наш погляд, ще більше забезпечила користувачів інформацією, яка саме і характеризується цими якостями.

Появі цього Звіту ми завдячуємо Директиві 2013/34/ЄС і 2014/95/ЄС Європейського Парламенту та Ради та Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні». Саме ці документи є основою його складання. Звіт містить фінансову та нефінансову інформацію, яка характеризує стан і перспективи розвитку підприємства та розкриває основні ризики і невизначеності його діяльності [1]. Саме він, за умови своєчасної публікації, забезпечить прозорість діяльності підприємства. Як уже зазначалось, ця форма структурно складається з двох частин. Перша – фінансова, містить достовірну інформацію: про перспективи та стратегії розвитку підприємства; дії підприємства за звітний період, а саме: придбання акцій; використання фінансових інструментів (облігацій, ф'ючерсів, опціонів); про можливі ризики: цінові, кредитні та інші, з якими зіткнулось підприємство і до яких у нього є схильність. Друга частина звіту - не фінансова, містить інформацію щодо впливу діяльності підприємства на навколишнє середовище, довкілля; соціальні питання, у тому числі питання соціального захисту працівників підприємства; повагу до прав людини; боротьбу з корупцією та хабарництвом [2]. Наповненість цієї форми забезпечує інформацією внутрішніх і зовнішніх користувачів, серед яких: інвестори, кредитори, представники державних органів, управлінський персонал і т.ін. І якщо раніше були нарікання з боку науковців щодо відсутності оформлення фінансової звітності без урахування менеджменту, то Звіт про управління повністю заповнив цю прогалину і відповідно, ще більше покращив ситуації навколо форм звітності.

Звіт про управління може стати містком, що зміцнює лояльність до бренду підприємства) [3].

Література: 1. Закон України “Про внесення змін до Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» щодо удосконалення деяких положень” від 05.10.2017 р. № 2164-VIII: сайт URL <http://zakon0.rada.gov.ua/> (дата звернення: 13.05.2020). 2. Методичні рекомендації зі складання звіту про управління затверджено. Наказ Міністерства фінансів України 07.12.2018 № 982: сайт URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0982201-18> (дата звернення: 15.04.2020). 3. Ковальова Т.В. Організаційні аспекти формування звіту про управління. *Проблеми і перспективи розвитку підприємництва*. Харків: Стиль-Издат, 2019. – 244 с., С.57-66.

## **ЗНАЧЕННЯ ЕЛЕКТРОННОГО КАБІNETУ ЗАБУДОВНИКА У ДІЯЛЬНОСТІ МІСТОБУДУВАННЯ**

Здобувач вищої освіти другого (магістерського) рівня Ковтун В.М.,  
д-р держ. упр., проф. Вольська О.М.  
*Херсонський державний аграрний університет*

Законом України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів щодо удосконалення порядку надання адміністративних послуг у сфері будівництва та створення Єдиної державної електронної системи у сфері будівництва» передбачено створення Єдиної державної електронної системи у сфері будівництва, одними з компонентів якої є Реєстр будівельної діяльності та Електронний кабінет (на заміну існуючій електронній системі здійснення декларативних процедур у будівництві, яка з 04.07.2019 року вже не функціонує, та на заміну «Прозора ДАБІ»). Закон набрав чинності з 01.12.2019 року, а положення щодо запровадження електронного кабінету — з 01.01.2020 року. Єдина електронна система у сфері будівництва буде впроваджена поетапно — з 01.12.2020 до 01.12.2022 року.

Законом створено Єдину державну електронну систему у сфері будівництва; посилено відповідальності суб'єктів надання адміністративних послуг (Кодекс України

про адміністративні правопорушення буде доповнено статтею 166-27 «Порушення законодавства у сфері надання адміністративних послуг»); обмежено деякі повноваження посадових осіб державного архітектурно-будівельного контролю (ДАБІ); запроваджено подання документів в електронній формі для отримання всіх адміністративних та інших послуг у сфері будівництва, а також отримання таких послуг в електронній формі 24 години на добу 7 днів на тиждень; скорочено переліку документів для отримання адміністративних послуг; запроваджено електронну взаємодію між державними електронними інформаційними ресурсами, суб'єктами надання адміністративних послуг у сфері будівництва для отримання адміністративних послуг за принципом «єдиного вікна»; запроваджено отримання результатів надання адміністративних послуг в електронній формі, отримання паперового примірника лише за бажанням; передбачено оплату адміністративних послуг у сфері будівництва, штрафів за правопорушення у сфері містобудівної діяльності по електронній системі; запроваджено ідентифікатор об'єкта будівництва та завершеного будівництвом об'єкта, який буде незмінним протягом життєвого циклу об'єкта; передбачено включення до електронної системи контрольних примірників будівельних норм, обов'язкових для виконання національних стандартів, інших нормативних документів технічного характеру, які є обов'язковими для виконання відповідно до закону; запроваджено відкритий доступ до інформації, яка міститься в електронній системі, через портал електронної системи; запроваджено єдиний порядок присвоєння та зміни адрес об'єктами нерухомого майна.

Єдина державна електронна система у сфері будівництва – єдина інформаційно-телекомунікаційна система у складі містобудівного кадастру, що забезпечує створення, перегляд, відправлення, прийняття, збирання, внесення, накопичення, обробку, використання, розгляд, зберігання, захист, облік та надання інформації у сфері будівництва, а також електронну взаємодію між фізичними та юридичними особами, державними органами, органами місцевого самоврядування, центрами надання адміністративних послуг, з метою отримання визначених цим Законом послуг у сфері будівництва. Електронна система складається з: реєстру будівельної діяльності; електронного кабінету користувача електронної системи; порталу електронної системи. Невід'ємною архівною складовою частиною Реєстру будівельної діяльності є єдиний реєстр документів, що дають право на виконання підготовчих та будівельних робіт, засвідчують прийняття в експлуатацію будівництвом об'єктів, відомостей про повернення на доопрацювання, відмову у видачі, скасування та анулювання зазначених документів [1].

Е-кабінет забудовника дасть можливість повністю усунути вплив людського фактора та зведе до мінімуму можливість корупційних ризиків між замовниками будівництва та органами держархбудконтролю. Повідомлення про початок будівництва мають зареєструвати у п'ятиденний термін. За будь-яке порушення термінів інспектори буднагляду будуть нести відповідальність. Тестування перед початком повноцінної роботи було необхідне, аби виявити можливі технічні недоліки у роботі програми. Держархбудінспекція спільно з міжнародним партнером Фондом з 2 вересня проводили тестування інформаційно-телекомунікаційної системи у сфері містобудівної діяльності – «Електронний кабінет». Е-кабінет дозволить звести до мінімуму корупційні ризики між замовником будівництва та органами держархбудконтролю [2].

Завдяки підтримці TAPAS, Фонду «Східна Європа» та Офісу ефективного регулювання BRDO вдалося дати старт цьому масштабному проєкту. Презентація та впровадження Е-кабінету Забудовника – лише початок докорінної реформи у сфері містобудування. Замовник будівництва може зареєструватися в особистому кабінеті на сторінці онлайн-сервісу <https://e-dabi.gov.ua/> і вибрати необхідну послугу, система автоматично перевірить внесену інформацію, зокрема про право власності на земельну ділянку, її цільове призначення, належність об'єкта до класу наслідків СС1 за

квadrатурою, кількістю поверхів тощо. Якщо всі дані відповідають вимогам, то система буде автоматично реєструвати їх і надсилати відповідь електронною поштою [3].

Будівельний бізнес відзначив ефективність роботи запущеної у жовтні онлайн-платформи «Прозора ДАБІ», що дійсно стала якісним сервісом у дозвільних процедурах та контрольно-інспекційних заходах у будівництві. Система забезпечила публічність проходження зазначених процедур та унеможливила ризики зловживань. Завдяки учасникам містобудівної діяльності ДАБІ максимально відкрита та готова до змін, яких вимагає час та розвиток галузі. У пріоритетних планах – підключення до системи і місцевих органів самоврядування, що у рамках децентралізації функцій держархбудконтролю мають власні інспекції.

Запуск кабінету запланований у кілька етапів. На першому мають бути автоматизовані послуги з отримання документів на будівництво об'єктів класі СС1 – житлові та промислові будівлі до чотирьох поверхів. На наступному етапі, вже за декілька місяців будуть доступними онлайн-послуги також стосовно об'єктів, що за класом належать до об'єктів із середніми (СС2) та значними (СС3) наслідками. Велика кількість інструментів автоматизації регулювання будівництва в категорії СС2 та СС3 має запрацювати з листопада 2020 року [4].

Література: 1. Електронний кабінет забудовника з 01.01.2020! URL: <http://dreamdim.ua/ru/elektronna-systema-u-sferi-budivnytstva-zakon-prijnyato/> 2. Електронний кабінет забудовника почнуть тестувати з понеділка – главком URL: <https://dabi.gov.ua/elektronnyj-kabinet-zabudovnyka-pochnut-testuvaty-z-ponedilka-glavkom/> 3. В Україні запустили електронний кабінет забудовника – інтернет-видання “Гордон” URL: <https://dabi.gov.ua/v-ukrayini-zapustily-elektronnyj-kabinet-zabudovnyka-internet-vydannya-gordon/> 4. Електронний кабінет забудовника почав працювати – уряд URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/news-zapusk-elektronnoho-kabinetu/30323989.html>

## **МАРКЕТИНГ І ЛОГІСТИКА В СУЧАСНИХ УМОВАХ: СИСТЕМА ПРОЗОРО**

Канд. екон. наук, доц. Колмакова О.М., здобувач вищої освіти Білко Д.О.  
*Харківський національний університет будівництва та архітектури*

Маркетинг - тип економічної роботи людини, орієнтований на задоволення потреб також потреб шляхом обміну. Дане визначення вірно для кожної ринково спрямованої фірми. Подібним способом, судження, то що маркетинг займається «збутом» і «дослідженнями ринку» - це тільки лише один напрямок роботи рекламних підрозділів. Простіше кажучи, вплив кожного відділення фірми націлені на систему або надання зовнішніх потреб компанії, головною з яких вважається надання процесу збуту продукції або послуг. Маркетинг бере безпосередню участь в стратегічному плануванні розвитку компанії, інструментарій якого базується на вивченні ринків збуту продукції, оцінці потреб споживачів, створенні продуктової лінійки бренда і т.д.

Логістика - це планування, управління, контроль и регулювання руху матеріальних и пов'язаних із ними інформаційних потоків в просторі та часі починаючи від їх первинного джерел и закінчуючи місцем їх кінцевого споживання. Логістику часто називають другою половиною маркетингу; іноді навіть його кращою половиною; а іноді і навпаки - маркетинг називають найкращою половиною логістики. Хоча такий поділ, по суті, не обов'язково тому, що обидві дисципліни мають справу з однаковими проблемами, і до того ж завдання у них єдине - передача продукту кінцевому споживачеві. Незважаючи на те, що загальні принципи ведення бізнесу в міжнародній сфері в цілому практично не відрізняються від принципів ведення бізнесу в

національному масштабі, безумовно, в тій і в іншій сфері є свої особливості, що стосуються в основному маркетингових і логістичних завдань.

Логістика зображується концепцією управління матеріальними, інформаційними та іншими потоками, спрямованої на результативне застосування можливих грошей і старань з метою постанови комплексу завдань з фізичного переміщення продукції зсередини компанії і в зовнішньому середовищі з метою задоволення потреб покупців в транспортно-експедиційних послугах і постачальницько-збутових працях.

Для підприємців з метою стимулювання, регулювання збуту в Україні відкрито майданчик ProZorro. Будь-яка особа може вільно копіювати, публікувати, поширювати, використовувати, у тому числі в комерційних цілях, у поєднанні з іншою інформацією або шляхом включення до складу власного продукту, публічну інформацію у формі відкритих даних з обов'язковим посиланням на джерело отримання такої інформації. Основні принципи системи: 1. Гібридна електронна система, побудована на відкритому коді; 2. "Всі бачать все"; 3. Золотий трикутник партнерства.

Спочатку, ця система мала забезпечити прозорість державних закупівель, але з часом стала майданчиком для заключення договорів між підприємствами будь-якої форми власності. Портал, база даних та модуль електронного аукціону разом з партнерами та стейкхолдерами формують Єдину систему електронних публічних закупівель ПроЗорро (ProZorro). Дані Єдиної системи електронних закупівель є дозволеними для їх подальшого вільного використання та поширення. Інформацію, що містять бази даних системи ПроЗорро, доцільно використовувати як для маркетингових досліджень, так і для побудування логістичних схем реалізації товару.

## **МАРКЕТИНГ У БУДІВЕЛЬНІЙ ГАЛУЗІ: АСПЕКТ ДЕРЖАВНИХ ЗАКУПІВЕЛЬ**

*Канд. екон. наук, доц. Колмакова О.М., здобувач вищої освіти Гуца Я.С.  
Харківський національний університет будівництва та архітектури*

Результатом розвитку ринкових відносин є конкурентна боротьба між підприємствами та організаціями, а результатом цієї боротьби є маркетинг.

Будівельна галузь України – одна з найважливіших елементів національної економіки та економічних відносин. Приблизно 10% зайнятих в економіці України залучені до будівельної сфери. Будівельна галузь – особливий показник рівня життя населення, його якості та добробуту, соціального і економічного розвитку.

Маркетинг будівництва – будівельна діяльність, направлена на задоволення потреб шляхом рішення необхідних питань та проблем у споживачів на певному місці. Місцем маркетингу застосування будівельної діяльності по створенню товарів та послуг є: нове будівництво; реконструйовані будинки та споруди; об'єкти промисловості, що підлягають технічному переозброєнню; будинки та споруди, які потребують ремонту.

Маркетинг будівництва передбачає виконання таких задач: формування потреб та вимог різних груп споживачів; виготовлення такого товару, який би був необхідний споживачеві, та способи задоволення його потреб; встановлення цін, які б влаштовували споживача та приносили прибуток виробнику; визначення вигідних шляхів для отримання покупцем виготовлених товарів; визначення факторів активного впливу на ринок, формування попиту та стимулювання збуту.

Отже, маркетинг у будівництві – окрема сфера маркетингової науки, яка має свої особливості. Він застосовується починаючи від складання проекту для виграшу

тендеру, пошуку партнерів, купівлі сировини, закінчуючи вибором інструментів комунікаційної діяльності для реалізації послуг будівництва.

Щодо проведення тендеру, на вимоги сучасності в Україні була створена електронна система ProZorro. Екосистема державних закупівель ProZorro складається з державних установ, міжнародних фінансових організацій, освітніх закладів, бізнес-середовища, громадських організацій та багатьох інших партнерів реформи публічних закупівель. Успіх ProZorro став можливим завдяки взаємодії великої кількості учасників. Одним з стейкхолдерів даної системи є централізована закупівельна організація.

Централізована закупівельна організація (ЦЗО) – юридична особа, що визначена Кабінетом Міністрів України, як замовник, який організовує і проводить процедури закупівель та закупівлі за рамковими угодами в інтересах замовників відповідно до Закону "Про публічні закупівлі".

Основні завдання ЦЗО: проведення професійних та ефективних закупівель; створення електронного каталогу та примірних специфікацій; проведення маркетингових досліджень ринку; створення умов закупівель, привабливих для замовників і учасників; здійснення ефективного управління контрактами (рамковими угодами); сприяння професіоналізації сфери закупівель.

Проведення маркетингових досліджень за допомогою ProZorro для будівельних підприємств з огляду на специфіку галузі є найефективнішим.

## **ВПЛИВ МАРКЕТИНГУ ТА PR НА ЕКОНОМІЧНУ ЕФЕКТИВНІСТЬ ФУНКЦІОНУВАННЯ БІЗНЕСУ**

Канд. екон. наук, доц. Колмакова О.М., здобувач вищої освіти Кузьменко І.М.  
*Харківський національний університет будівництва та архітектури*

Сьогодні в Україні у більшості сфер підприємництва та бізнесу існує велика конкуренція. Підприємства намагаються привернути увагу покупців та клієнтів різноманітними способами. Деякі фірми приваблюють меншою вартістю продукції, інші намагаються привернути увагу до своїх продуктів чи послуг за допомогою довгострокових гарантій та якості. Дуже великий вплив на успіхи підприємства має маркетинг. Підприємства з правильно побудованою та налагодженою рекламою працюють значно ефективніше та мають більші доходи. Метою цих тез є дослідити та показати вплив маркетингових нововведень на успіхи підприємств та з'ясувати нові популярні напрямки в рекламних компаніях підприємств.

Великі світові корпорації в будь-яких сферах розуміють справжній вплив реклами на успіхи їхньої діяльності та проводять глибокі маркетингові дослідження для створення рекламних компаній. Існують маркетингові стратегії, що розраховані на багато років вперед, вони розроблюються з урахуванням потреб та вподобань споживачів, вивченням ринку, на якому представлена та чи інша компанія, та передовими засобами комунікації з клієнтом [1].

В теперішніх кризових умовах підприємствам потрібно намагатися працювати ще більш ефективніше. Досягти максимізації прибутків на підприємстві можна тільки за умов правильно обраної маркетингової стратегії та добре налагодженого маркетингового менеджменту [2-3].

Ґрунтуючись на маркетингових дослідженнях, без яких на підприємстві неможливо досягти працюючої на результат реклами, компанія повинна обрати для себе рішення про цільові ринки, з'ясувати для себе як саме далі просуватися в обраній сфері, обрати цінову політику та оптимальне для ведення справ розташування підприємства та філіалів.

Раціональна організація збутової діяльності підприємств у сучасних умовах потребує від них більшої інноваційної активності при виборі форм і методів збуту. Якщо методи і форми збуту будуть обрані відповідно до маркетингових досліджень, то система управління та функціонування збутом буде працювати правильно.

Вибір каналів розподілу продукції є важливим маркетинговим рішенням, оскільки обрані канали безпосередньо впливають на інші рішення у всіх сферах діяльності підприємства. Раціональна збутова діяльність припускає, що випущена продукція має реалізовуватися в повному обсязі за максимально можливими цінами. При нераціональній організації збуту навіть підприємство з високим виробничим та фінансовим потенціалом може не забезпечити необхідну частку ринку і ступінь прихильності споживачів. Дуже важливим елементом маркетингової політики підприємства є реклама. Сьогодні реклама є основним і найвпливовішим засобом маркетингових комунікацій. Вона направлена на те, щоб покупець (клієнт) сприймав окремо обраний продукт правильно, так, як це запланував сам виробник. Реклама дає змогу привернути увагу клієнта до продукту та повинна спонукати споживача на подальші взаємини з виробником. В останні роки особливим успіхом користуються рекламні кампанії з використанням не лише традиційних засобів та методів просування товару (яскраве, привертаюче увагу, зображення, просування продукту за допомогою відомих, медійних персон, порівняння з менш привабливими аналогами продукції/послуг). Сьогодні стали популярними рекламні проекти, що несуть за собою додаткову цінність для суспільства та змушують звернути увагу ще й на деякі актуальні соціальні питання [4-6].

З активним розвитком інформаційних технологій реклама на сайтах в мережі Інтернет, мобільних додатках та соціальних мережах стала одним з найефективніших маркетингових засобів. Рекламні кампанії в інтернеті, за умови правильного налаштування та спрямування, приносять підприємствам чудові економічні результати, оскільки виробники мають потужну базу даних про своїх клієнтів та мають змогу спрямувати свої оголошення до зацікавлених у цих товарах або сервісах людей.

Прикметною ознакою, що вирізняє рекламний бізнес є впровадження новаторських та передових методів та інструментів. Велика кількість реклами на вулицях міст, у транспорті, по телебаченню та на радіо не є такими ефективними як раніше. Маркетологи все частіше рекламують продукції підприємств за допомогою різноманітних рекламних івентів. Ця стратегія отримала назву «Event-маркетинг». Сутністю цих заходів є презентація того чи іншого продукту фірми з метою заохочення клієнта придбати цей самий продукт чи скористатися представленою послугою. Створення таких подій рекламного характеру повинно сформувати позитивний образ компанії перш за все, що далі обов'язково принесе додатковий інтерес до її продукції.

Таким чином роль маркетингу у житті та успіхах підприємства є дуже важливою. В умовах постійних кризових ситуацій, які супроводжують Україну протягом майже всіх років незалежності та загостренням ринкової конкуренції реклама постає чи не основним засобом впливу на ефективність економічного функціонування підприємства.

Література: 1. О'Шонесси Дж. Конкурентний маркетинг: стратегический подход: Пер. с англ. под ред. Д.О. Ямпольской. – СПб: Питер, 2002. – 864 с. 2. Зеленська Л. Event-маркетинг: сутність і завдання / Л.М. Зеленська // Теоретичні, організаційні та техно-логічні засади управління в умовах трансформаційних процесів : матеріали міжвишівської науково-практичної конференції, Київ, 12-13 грудня 2013 р. – К. : НАКККіМ, 2013. – С. 72-74. 3. Ромат Е. Реклама в системе маркетинга / Е.В. Ромат. – К. : Студцентр, 2008. 4. Степаненко С. Прогноз основных тенденций развития рынка рекламы и маркетинговой активности / С. Степаненко // Маркетинг и реклама. – №1(208). – 2014. – С. 24-25. 5. Чухрай Н.І. Маркетинг інновацій / Н.І. Чухрай. – Львів : Вид-во Львівської політехніки, 2011. – С. 116. 6. Event-management или событийный



маркетинг, как эффективное средство продвижения товара [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://alladvertising.ru/info/event-management.html>.

## **ПОТЕНЦІАЛ РЕГІОНУ: ЙОГО СТРУКТУРА. ЕНЕРГЕТИЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ**

Канд. екон. наук, доц. Колмакова О.М.

*Харківський національний університет будівництва та архітектури*

Аналізуючи наукові дослідження сучасних вчених, можна сказати, що потенціал має досить великий перелік складових. Потенціал розглядається на рівні країни, окремих регіонів та підприємств, відповідно змінюються і складові потенціалу, зокрема виробничому, економічному, фінансовому, кадровому, інформаційному, тощо.

Для визначення методологічних підходів до кількісної та якісної оцінки потенціалу регіону необхідно визначити принципи дослідження, сутності його складових, систематизувати теоретичні та практичні дослідження провідних науковців, а також вже існуючі методику комплексної оцінки потенціалу регіону. Дослідимо складові потенціалу регіону. .

Потенціал (англ. potential) — можливості, наявні сили, запаси, засоби, що можуть бути використані. На основі даного визначення науковці дають найчастіше розуміють економічний потенціал як сукупності ресурсів, які є в наявності.

Відповідно формування визначення «потенціал регіону» має базуватися перш за все на ресурсах, що є в наявності. Потенціал розглядається у вигляді сукупності необхідних для функціонування або розвитку системи різних видів ресурсів. До складових потенціалу регіону відносять природні, трудові, фінансові, інформаційні ресурси тощо.

Науковці постійно змінюють поняття «потенціал регіону», розширюють, доповнюють та трансформують його складові.

Еволюція переліку складових потенціалу регіону автором зібрано та наведено в таблиці 1.

Таблиця 1 - Складові сукупного потенціалу регіону (розроблено автором на основі джерел 1-5)

Складові	Є. Телебенєва, Л. М. Немець [1]	Ю. Степаненко С.В. [2]	Чечель О.М. [3,4]	Паршина М.Ю. [5]
Трудовий потенціал				
Природний (ресурсний) потенціал				
Інвестиційний потенціал				
Виробничий потенціал (промисловий)				
Інноваційний потенціал				
Фінансовий потенціал				
Науковий потенціал				
Споживчий				
Кадровий потенціал				
Матеріальний потенціал				
Інформаційний потенціал				

Не один автор не виділяє енергетичний потенціал як складову сукупного потенціалу регіону. Автор пропонує додати його.

Теоретично-можливий річний потенціал відновлюваних енергоресурсів планети перевищує потенційні запаси органічного і ядерного палива в 15 разів і майже у 80 разів перевищує розвідані запаси традиційних енергоресурсів. Доцільно економічний потенціал відновлюваних енергоресурсів планети приблизно в 2 рази перевищує об'єм річного видобутку всіх видів органічного палива [6].

Енергоресурси відновлюваних джерел енергії є практично на всій території України. До основних складових відновлюваної енергетики України відносяться вітроенергетика, сонячна енергетика, мала гідроенергетика, біоенергетика, геотермальна енергетика і енергетика доквілля (використання теплових насосів). Загальний річний технічно-досяжний енергетичний потенціал відновлюваних джерел енергії України в перерахунку на умовне паливо становить біля 68.9 млн т н.е., що становить більше 50% загального енергоспоживання в Україні на даний час і 30% від енергоспоживання в 2030 році [7].

Для ефективної реалізації завдань щодо освоєння енергії відновлюваних джерел в Україні в першу чергу необхідне створення української моделі розвитку відновлюваної енергетики як окремої енергетичної галузі – створення нормативно-правової бази з урахуванням особливостей освоєння кожного з видів відновлюваних джерел енергії, визначення основ економічної стимулюючої політики держави і створення законодавчої бази відновлюваної енергетики, основаної на проведенні пільгової політики для виробників та споживачів енергії відновлюваних джерел, визначення механізмів фінансування.

Література: 1. Телебенєва Є. Ю. Особливості розвитку економічного потенціалу Харківського регіону та його складові // Вісник Харківського національного університету -2013. - № 1084 - С. 192-196; 2. Степаненко С. В. Оцінка ефективності використання економічного потенціалу регіону та управління ним / С. В. Степаненко. // Державне будівництво. - 2013. - № 1. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/DeBc\\_2013\\_1\\_19](http://nbuv.gov.ua/UJRN/DeBc_2013_1_19) 3. Чечель О. М. Досвід державного управління економікою в окремих країнах світу / О. М. Чечель // Інвестиції: практика та досвід. - 2014. - № 4. - С. 158-162. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/ipd\\_2014\\_4\\_32](http://nbuv.gov.ua/UJRN/ipd_2014_4_32) 4. Чечель О. М. Особливості інтеграції України до європейського співтовариства / О. М. Чечель // Інвестиції: практика та досвід. - 2010. - № 21. - С. 90-93. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/ipd\\_2010\\_21\\_26](http://nbuv.gov.ua/UJRN/ipd_2010_21_26) 5. Паршина М. Ю. Методичний підхід до визначення факторів впливу на ефективність використання потенціалу регіонів / М. Ю. Паршина // Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. - 2016. - № 1. - С. 24-30. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/drep\\_2016\\_1\\_7](http://nbuv.gov.ua/UJRN/drep_2016_1_7) 6. Енергоефективність та відновлювані джерела енергії. Під заг. ред. Шидловського А.К. – Київ: Українські енциклопедичні знання, 2007. – 559 с 7. Ветроэнергетика Украины: перспектива развития на ближайшие 20 лет. — К.: INFORSE. Международная сеть по сбалансированной энергии, ГО «Энергия майбутнього століття», 1999. – 10 с

## **ЗАХОДИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗКРИТТЯ ІНФОРМАЦІЇ У ФІНАНСОВИХ УСТАНОВАХ**

Канд. екон. наук, доц. Кондратенко Д.В.  
*Харківський національний університет будівництва та архітектури*

Вирішення будь-яких питань, пов'язаних з регулюванням ринку і підвищенням ступеня його інформаційної відкритості, вимагають політичної волі, оскільки фінансове право одна з найбільш політично напружених гілок права. Одним із чинників, які негативно впливають на обґрунтування та реалізацію державних управлінських рішень

у сфері державного регулювання небанківського фінансового сектору є обмеженість інформації.

Дорожня карта реалізації Стратегії розвитку фінансового сектору України до 2025 року [1] передбачає заходи щодо удосконалення обміну та розкриття інформації у фінансових установах. Одним із таких заходів є розширення права членів наглядової ради фінансових установ на ознайомлення з документами та інформацією з питань діяльності фінансової установи, зокрема на доступ до системи автоматизації операцій, отримання інформації від керівників та працівників з питань, що виникають під час виконання ними функціональних обов'язків.

Процес розширення повноважень наглядової ради, зумовив її залучення до всіх ключових процесів життєдіяльності фінансової установи. Роль наглядових рад трансформується до функціонально змішаної моделі органу управління.

У країнах Європи наглядові ради виконують функцію спостереження за дотриманням інтересів не лише акціонерів, а й інших стейкхолдерів (вкладників банків, клієнтів, контрагентів, співробітників).

Тому, цілком виправданим, в умовах реалій сьогодення, є зміщення акценту прийняття стратегічних рішень з рівня правління (виконавчого органу) до наглядових рад.

Національний банк України також планує упровадити стандарти прозорості в діяльності фінансових установ, зокрема щодо надання користувачам необхідної інформації в достатньому обсязі. Проект закону "Про фінансові послуги та діяльність з надання фінансових послуг" [1] визначає право клієнта на інформацію, зокрема, при зверненні клієнта до надавача фінансових послуг з метою її отримання, надавач надає вичерпну інформацію про повний перелік фінансових послуг, що надаються, з'ясовує потребу клієнта та пропонує фінансову послугу, що відповідає потребі клієнта. Надавач фінансових послуг, посередник зобов'язаний розкривати клієнтам визначену законодавством інформацію про умови та порядок його діяльності, що розміщується у місці надання послуг клієнтам та/або на власному веб-сайті надавача фінансових послуг.

Розширюються обов'язки фінансових установ щодо інформування ринку про основні зміни в діяльності фінансової установи, забезпечення своєчасного, достовірного та детального розкриття інформації про фінансовий стан, прибутковість, уразливість до ризиків, практики корпоративного управління фінансової установи.

Діяльність фінансових установ перебуває під контролем державних наглядових органів. Запровадження більш розширених обов'язків фінансових установ щодо інформування регулятора, зокрема у разі затвердження стратегії фінансової установи, бізнес-плану, інших ключових внутрішніх документів фінансової установи буде сприяти прозорості вітчизняного небанківського фінансового ринку.

Упровадження заходів забезпечення розкриття інформації у фінансових установах дасть Україні потужний імпульс для досягнення високого рівня розвитку ринку небанківських фінансових послуг.

Література: 1. Офіційний сайт Національного банку України. Стратегія розвитку фінансового сектору України до 2025 року. URL: <https://bank.gov.ua/about/refactoring/develop-strategy> 2. Офіційний сайт Національного банку України. Проект Закону України «Про фінансові послуги та діяльність з надання фінансових послуг». URL: [https://bank.gov.ua/admin\\_uploads/article/FP\\_proekt\\_zakon\\_fin.pdf?v=4](https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/FP_proekt_zakon_fin.pdf?v=4)

## ПРОЗОРІСТЬ ПУБЛІЧНОГО СЕКТОРУ В КОНТЕКСТІ ЕЛЕКТРОННОГО УРЯДУВАННЯ

Здобувач вищої освіти Корнієнко М.О.,  
науковий керівник: канд. екон. наук, доц. Капленко Г.В.  
*Львівський національний університет імені Івана Франка*

На сьогодні поняття «електронне урядування» уже не є цілком новим і невідомим, як це було кілька років тому. На практиці це означає організацію управління державою та взаємодії з громадянами шляхом максимального використання в органах державного управління сучасних інформаційних технологій. Простими словами, електронне урядування передбачає: будь-яка особа через Інтернет може звертатися із запитом до органів державної влади, органів місцевого самоврядування для отримання необхідної інформації, а основне – для отримання адміністративних послуг. Протягом останніх п'яти років відкриття даних в Україні стало одним із показників трансформації, яка наразі відбувається у сфері державного управління. Доступ до раніше закритої інформації дозволив створити цілу низку можливостей, які вже зараз використовуються для посилення громадського контролю над бюджетними витратами, оптимізації витрат через прозорість тендерних процедур та покращення рівня і швидкості надання послуг населенню. Подальший розвиток у цій сфері відкриває значні перспективи не тільки для прозорості державних процедур та обґрунтованості політичних рішень, а й для досягнення економічного ефекту практично у всіх секторах.

Зокрема, електронне урядування – це міжнародне явище, яке стосується всіх публічних органів – центральних, регіональних та місцевих. Зміни щодо впровадження цифрового суспільства впливатимуть і на потенціал національного міжнародного економічного. До того ж застосування механізму е-урядування дозволяє впорядкувати діяльність громадського суспільства в публічній сфері.

Державна політика щодо реалізації завдань у сфері електронного урядування повинна будуватись на системі наступних принципів: прозорість і відкритість влади; конфіденційність та інформаційна безпека; єдині технічні стандарти і взаємна сумісність; орієнтованість на інтереси і потреби споживачів послуг; підконтрольність та підзвітність органів влади громадянам та суспільству. Прозорість і відкритість є основними важелями у розбудові демократичного суспільства. Також, це основні вимоги для ефективної роботи влади не тільки державної, але й на місцях, що сформовані демократичним шляхом. У випадку недотримання цих вимог, громадський контроль за діями влади стає неможливим. Тоді як непрозорість і закритість у функціонуванні органів влади є каталізатором її корупційності, зниженням довіри громадян до неї.

Пріоритетними напрямками формування відкритості і прозорості в контексті електронного урядування є організація електронної взаємодії між органами публічної влади, громадянами та бізнесом, зокрема надання е-послуг з використанням Інтернету, формування й розвиток відповідних веб-порталів задля забезпечення доступу громадян до інформації про діяльність публічних органів влади.

Одним із напрямів формування відкритої та прозорої влади є переведення адміністративних послуг в електронний формат, який є новим та перспективним видом електронної взаємодії між органами влади та громадянами.

Реалізація й розвиток проектів е-урядування може бути частковим рішенням щодо питання корупції. Перехід адміністративних процесів в електронний вигляд, наділення громадян функціями контролю та підвищення прозорості й відкритості – все це робить електронне урядування основним дієвим інструментом у антикорупційній політиці.

Однак надання адміністративних послуг в електронному вигляді на сайтах органів влади не набуло достатнього поширення, хоч і спостерігається певний попит на сайтах стосовно інтерактивної форми спілкування з органами влади. З цього випливає, що сайти необхідно активно розвивати та просувати з метою підвищення ефективності публічного управління, економії часу та зростання довіри громадян до влади.

Електронне урядування змінює способи, які влада використовує, маючи справу з населенням, і це водночас висуває нові вимоги до певних форм участі з боку громадян. Це формує певну довіру до того, що е-урядування призведе до деяких форм електронної демократії. Отже, головними елементами електронного урядування є демократичний процес, відкритий уряд і прозорий механізм прийняття управлінських рішень.

Введення інформаційно-комунікаційних технологій в публічне управління призведе до зниження рівня бюрократизації, підвищення ефективності й результативності діяльності державних відомств, а також розширення можливостей населення щодо формування громадянського суспільства шляхом поліпшення доступу до різної інформації, створення більш прозорого функціонування органів влади. Відкритість і прозорість роботи державних служб, підвищення довіри громадян до них, як результат впровадження е-урядування, є одним з важливих політичних досягнень.

На даний момент найбільш об'єктивним джерелом, що надає інформацію про рівень електронного управління в різних країнах є UN E-Government Survey. Станом на 2018 рік першу сходинку займає Данія. Україна посідає 82 місце, суттєво поступившись Білорусі та Російській Федерації. Поруч, на 81 місці розташувалася Узбекистан. Проте, при складанні наступного рейтингу ситуація може змінитися в позитивну сторону для України. Новим етапом у розвитку електронного урядування в Україні стало прийняття рішення 2 вересня 2019 року Про створення Міністерства цифрової трансформації України. Зараз на веб-порталі [www.e.gov.ua](http://www.e.gov.ua) завершені технічні роботи і він цілком доступний для користувачів. Варто зазначити, що на даний момент так званім «єдиним вікном» надання електронних послуг є [www.kmu.gov.ua](http://www.kmu.gov.ua). Ресурс надає близько 120 електронних послуг. При цьому адміністративні послуги надаються на окремому веб-порталі [my.gov.ua](http://my.gov.ua) для проведення аналізу розвитку інформаційного суспільства використовуються міжнародні індекси, які відображають стан розвитку інформаційного суспільства: E-Government Development Index. Рейтинг е-урядування – 82 місце згідно з останнім дослідженням ООН (United Nations E-government Survey 2018) щодо розвитку електронного урядування. Світовий рейтинг Open Data Barometer. У 2018 році Україна посіла 17 сходинку в світі у сфері відкритих даних, та друге місце – за темпами розвитку за чотири роки. Global Open Data Index. Рейтинг відкритих даних – 31 місце у 2018 році [2; 5].

Проте необхідно констатувати, що Україна демонструє позитивний тренд у розвитку електронного управління, особливо серйозний поштовх стався в 2019 році. На жаль, країна стикається з системними проблемами в управлінні і саботажем на місцях, що суттєво знижує успіхи, привнесені якісним розгортанням технічної частини електронного урядування.

Література: 1. Дослідження ООН: електронний уряд 2018. Вилучено з <https://publicadministration.un.org/egovkb/en-us/Reports/UN-E-Government-Survey-2018>  
2. Єдиний веб-портал органів виконавчої влади України. Вилучено з <https://www.kmu.gov.ua/>  
3. Єдиний державний портал адміністративних послуг. Вилучено з <http://my.gov.ua/>  
4. Міністерство цифрової трансформації України. Вилучено з <https://thedigital.gov.ua/>

## РОЛЬ ТА ЗНАЧЕННЯ УПОВНОВАЖЕНОЇ ОСОБИ В СФЕРІ ПУБЛІЧНИХ ЗАКУПІВЕЛЬ

Здобувач вищої освіти Кривобок Ю.С.,  
науковий керівник – канд. екон. наук, доц. Халіна В.Ю.  
*Харківський національний університет будівництва та архітектури*

Уповноважена особа (далі УО) – це службова (посадова) чи інша особа, що є працівником замовника і визначена відповідальною за організацію та проведення процедур закупівлі / спрощених закупівель згідно з цим Законом на підставі власного розпорядчого рішення замовника або трудового договору (контракту) (пункт 35 частини першої статті 1 нової редакції Закону). Щодо способів визначення УО згідно статті 11 нової редакції Закону уповноважена особа визначається або призначається замовником одним з таких способів:

1) шляхом покладення на працівника (працівників) із штатної чисельності функцій уповноваженої особи як додаткової роботи із відповідною доплатою згідно з законодавством. Цей спосіб може бути використаний невеликими замовниками, що проводять незначну кількість закупівель на рік та штатну чисельність працівників якої у зв'язку з цим збільшувати недоцільно, але за умови, що уповноважена особа в обов'язковому порядку отримає доплату за здійснення додаткової до основних посадових обов'язків роботи з організації та проведення закупівель. В даному випадку необхідно покласти обов'язки уповноваженої особи на працівника зі штатної чисельності організації розпорядчим рішенням замовника.

2) шляхом введення до штатного розпису окремої (окремих) посади (посад), на яку буде покладено обов'язки виконання функцій уповноваженої особи (уповноважених осіб). Другий спосіб підходить для організацій, які проводять системні циклічні закупівлі щороку і мають постійне навантаження з адміністрування закупівельного процесу. Замовник може ввести до штатного розпису окрему посаду або декілька посад, наприклад, для фахівця з публічних закупівель, який виступатиме уповноваженою особою. У разі проведення великих обсягів закупівель замовник може створити структурний підрозділ, що здійснюватиме супровід, організацію та проведення закупівель, до складу якого можуть входити фахівці з публічних закупівель, визначені уповноваженими особами. Створення окремого підрозділу вимагатиме і відповідних змін до структури організації та до штатного розпису з урахуванням вимог нормативно-правових актів, зокрема Національного класифікатора України ДК 003:2010 «Класифікатор професій», оскільки назви посад і професій мають відповідати назвам у Класифікаторі.

3) шляхом укладення трудової угоди (контракту) згідно з законодавством. Даний спосіб є доцільним для замовників, що здійснюють велику кількість закупівель на рік у разі потреби проведення складних або специфічних закупівель, для здійснення яких доцільно залучити відповідного фахівця в конкретній сфері згідно трудового контракту. Відповідно до статті 21 Кодексу законів про працю України договір є угода між працівником і власником підприємства, установи, організації або уповноваженим ним органом чи фізичною особою, за якою працівник зобов'язується виконувати роботу, визначену цією угодою, з підляганням внутрішньому трудовому розпорядку, а власник підприємства, установи, організації або уповноважений ним орган чи фізична особа зобов'язується виплачувати працівникові заробітну плату і забезпечувати умови праці, необхідні для виконання роботи, передбачені законодавством про працю, колективним договором і угодою сторін.

## **ПРОБЛЕМАТИКА И ПЕРСПЕКТИВЫ ОРГАНИЗАЦИИ ПАРТИСИПАТОРНОГО БЮДЖЕТИРОВАНИЯ НА ОСНОВЕ ПОПРИОРИТЕТНОГО СТРУКТУРИРОВАНИЯ РАСХОДОВ**

Канд. экон. наук, доц. Кривуля П. В.

*Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля*

В современных условиях актуализации методов решения проблемы отношений принципалов и агентов во всех сферах – бизнеса, корпоративного управления, муниципального управления, демократического государственного строительства, – всё большее внедрение находят методы, обеспечивающие принципалов экспертизой действий агентов, или привлекающие принципалов к непосредственному влиянию на содержание инициированных ими проектов, снимая нагрузку делегирования с агентов за счёт использования современных технологий уменьшения затрат на управленческие и регуляторные трансакции. Поэтому актуальной целью современных исследований становится развитие всех инструментов организации, планирования и администрирования в направлении прозрачности их процедур и ожидаемых результатов, доступности привлечения к их осуществлению, контролю и экспертизе принципалов, являющихся собственниками корпораций, принципалами муниципалитетов и более обширных форм кооперации. В частности стоят и задачи развития в этом направлении организационного и методического обеспечения бюджетирования.

Одним из перспективных направлений развития институтов демократии, инициативности и прозрачности процессов сплочения и самоорганизации в больших сообществах является внедрение и использование формы уменьшения делегирования при формировании совместных бюджетов, получившей название партисипаторного бюджетирования. Альтернативным названием «партисипаторного бюджетирования» является «инициативное бюджетирование», что хотя и ставит несколько отличающиеся акценты в ориентации, но в настоящее время эти названия являются синонимичными обозначениями одной и той же формы привлечения участников сообщества принципалов к формированию структуры распределения средств бюджетного плана. Однако, заметим, что ориентации двух названий всё-таки разные, – основанное на участии бюджетирование, основанное на инициативе бюджетирование, – а потому выскажем суждение, что первая ориентация более точная, поскольку любое бюджетирование может произойти только при наличии инициативы, но источник такой инициативы может быть разным, и воплощена в процесс бюджетирования такая инициатива может быть и с полным делегированием полномочий; участие же в бюджетировании верно ориентирует на неотчуждённость от процесса бюджетирования либо конечных пользователей продукта, либо принципалов бюджета, либо других лиц, которые не входят в состав тех акторов, которым делегированы полномочия по разработке бюджетного плана. Поэтому в дальнейшем отдаём предпочтение обозначению «партисипаторное бюджетирование».

Метод поприоритетных расходов, как один из методов целеструктурного бюджетирования, предполагает несколько методических составляющих и конкретных методов, процедур и приёмов их реализации, важными среди которых являются: 1) метод поприоритетного структурирования расходов; 2) метод поприоритетного проектирования расходов; 3) метод поприоритетного временного упорядочения расходов. Поскольку партисипаторное бюджетирование пока в своей текущей стадии развития предполагает распределение заданной части бюджета, то далее в этих тезисах достаточно говорить только о методе поприоритетного структурирования расходов.

В ходе исследования проведен обзор состояния конкретно партисипаторного бюджетирования и метода поприоритетного структурирования расходов (о нём,

например, в [1; 3]), который предлагается к использованию в качестве одного из элементов методического обеспечения партисипаторного бюджетирования. Рассмотренные достоинства и недостатки такого использования позволяют сделать акцент на исследовании возникающих в ходе использования метода поприоритетного структурирования расходов когнитивных рисков, неподлежащем рациональной сортировке многообразия процедурных решений, несогласованности интересов участников коалиции привлекаемых к партисипаторному бюджетированию принципалов (рассмотрены также в [2]). Выводы исследования сводимы к двум группам: первая группа выводов сделана по результатам обзора и анализа текущего состояния организационного и методического обеспечения партисипаторного бюджетирования, вторая – по результатам проведения статистических экспериментов по выявлению количественной структуры приоритетов, определяемой экспертно по заданной системе целей. По результатам обзора текущего состояния решения задачи внедрения партисипаторного бюджетирования можно сделать вывод, что отношение к этому виду бюджетирования предполагает совершенствование главным образом организационного обеспечения, а также программно-аппаратного, информационно-коммуникационного и образовательного обеспечения, но тоже в тех частях, которые требуются для организационного обеспечения. Однако партисипаторное бюджетирование не может базироваться на распространённом в настоящее время методическом аппарате, а потому должны ставиться и решаться задачи развития методического обеспечения партисипаторного бюджетирования. В определённом смысле такой вид бюджетирования попадает в большей степени в область действия законов экономической сферы потребления, а не остаётся в области доминирования законов экономических сфер распределения, производства и обмена. Поведение же акторов, действующих в ролях, предопределённых той или иной сферой имеет свои отличия: поведение потребителя существенно отличается от поведения торговца, распорядителя, согласователя. По результатам проведенных статистических экспериментов можно сделать вывод о возможности использования вариантов методов целеструктурного распределения располагаемых средств (к которым относится и метод поприоритетных расходов), однако слабая актуализация этих методов в сферах производства и обмена привела к их неразработанности. Поэтому требуются достаточно обширные исследования в области всех составляющих целеструктурного подхода. Также перспективны исследования в области конкретного исчисления значений когнитивных рисков, соотношение их величин, исследование возможности применения для партисипаторного бюджетирования всех составляющих метода поприоритетных расходов.

Література: 1. Кривуля, П. В. Метод поприоритетных расходов – частная реализация общего метода лимитирования риска. Модернізація фінансово-кредитної системи: досвід та перспективи: Матеріали II-ї Міжн. наук.-практ. інтернет-конф. 27-29 квітня 2015 р. Северодонецьк: СНУ ім. В. Даля, 2015. С. 150-154. 2. Кривуля П. В., Кобцева Д. А. Когнітивні ризики у оцінюванні відносної значущості складових комплексу цілей мегапроектів: абераційний ризик інтуїтивних переваг та консолідаційно-наведений ризик довільних порядків згортки [Електронний ресурс]. Наукові Вісті Далівського університету. – 2019. – № 17. – DOI: <https://doi.org/10.33216/2222-3428-2019-17-12>. 3. Кривуля П. В., Ягодкина О. В. Формирование целевой структуры использования денежных средств предприятия. Економіка. Менеджмент. Підприємництво. Вип. 13. Ч.1. Луганськ: СНУ ім. В. Даля, 2005. С. 91-103.



## ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ НАДАННЯ АДМІНІСТРАТИВНИХ ПОСЛУГ В УМОВАХ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ ВЛАДИ В УКРАЇНІ

Канд. екон. наук, доц. Мовчанюк А.В.  
*Уманський національний університет садівництва*

Однією із найважливіших умов сучасного розвитку та становлення стабільної економіки України виступає розвиток сфери послуг. Створення зручних і доступних умов для отримання фізичними та юридичними особами послуг є одним з головних завдань, яке стоїть перед органами державної влади та місцевого самоврядування, адже саме за якістю наданих послуг кожен громадянин країни оцінює компетентність та доброзичливість влади.

Створення ефективного механізму надання адміністративних послуг на державному рівні в Україні розпочалося ще з 90-х років ХХ століття. Одним із документів, що заклав основи для формування сучасного механізму надання адміністративних послуг в Україні, стала Концепція адміністративної реформи, затверджена Указом Президента України №810/98 від 22.07.1998 року. Завдяки якій відбувся перехід від управлінських відносин між державою та народом, до реалізації принципу народовладдя – коли держава орієнтується на потреби народу, а державні службовці служать народові.

Наступним важливим документом у процесі формування системи надання адміністративних послуг стала Концепція розвитку системи надання адміністративних послуг органами виконавчої влади, затверджена Указом Президента України №90 від 15.02.2006 року [3]. Цей документ визначив принципи надання адміністративних послуг, а також заклав основи щодо децентралізації їх надання, поліпшення системи мотивації працівників, які надають адміністративні послуги, розробки стандартів надання адміністративних послуг і запровадження сучасних методів їх надання в одному приміщенні.

Особливу увагу приділено визначенню критеріїв, за якими має оцінюватися якість надання адміністративних послуг, зокрема:

- результативності (цей критерій стосується спрямованості на позитивне вирішення справ громадян);
- своєчасності (надання адміністративної послуги у терміни, обумовлені у нормативно-правових актах та встановлення у законодавстві обґрунтованих термінів);
- доступності (зручне місцезнаходження адміністративного органу; наявність транспортної розв'язки, вказівних знаків, під'їзних шляхів та місць для паркування; доступ до приміщення без перепусток тощо);
- зручності організації надання адміністративних послуг, що включає: можливість вибору альтернативного способу звернення за наданням адміністративної послуги (поштою, електронною поштою), надання адміністративних послуг за принципом «єдиного вікна», зручний графік прийому, зручний порядок оплати адміністративних послуг тощо;
- відкритості інформації про адміністративні послуги, що передбачає: доступ до інформації, її повноту та актуальність; надання консультативної допомоги, в тому числі за допомогою засобів телефонного зв'язку, поштового зв'язку, електронної пошти;
- ввічливості та поваги до громадянина, що включає: спокійне та однакове ставлення до всіх споживачів послуг, наявність належних побутових зручностей у приміщенні адміністративного органу тощо;
- професійності, що передбачає наявність у службовців відповідних знань та навичок, і виявляється у належному виконанні обов'язків [3].

На сьогодні в державі відбуваються демократичні перетворення, відповідно дедалі більшої актуальності набуває вдосконалення системи надання адміністративних

послуг органами виконавчої влади та органами місцевого самоврядування, зокрема у сільській місцевості.

Останніми роками зроблено значні кроки в цьому напрямку, насамперед 2012 року ухвалено Закон України «Про адміністративні послуги» [1], що дозволило суттєво раціоналізувати процес надання адміністративних послуг, підвищити їх якість і забезпечити реалізацію принципів відкритості та прозорості.

Важливим кроком у напрямі децентралізації та вдосконалення системи надання адміністративних послуг органами місцевого самоврядування як в міській так і в сільській місцевості стала прийнята в квітні 2014 року Концепція реформування місцевого самоврядування та територіальної організації влади в Україні. Зокрема, одним із завдань реформи постановлено забезпечення доступності та якості публічних послуг відповідно до державних стандартів з урахуванням потреби забезпечення:

- територіальної доступності, що передбачає надання послуг на території громади, де проживає особа;
- належної матеріально-технічної бази для надання основних форм публічних послуг (органи місцевого самоврядування повинні мати у своєму розпорядженні відповідні приміщення та інфраструктуру);
- відкритості інформації про послуги, порядок та умови їх надання;
- професійності надання публічних послуг [4].

Таким чином, одним з пріоритетних напрямів реформування сфери адміністративних послуг нині стає децентралізація системи їх надання, зокрема передача повноважень органам місцевого самоврядування. Делегування повноважень з надання найбільш затребуваних громадянами адміністративних послуг на місця дозволяє покращити та спростити доступ громадян до таких послуг, в першу чергу сільського населення, зробивши отримання таких послуг більш зручним для споживачів, а також поліпшивши якість їх обслуговування, що є необхідною передумовою створення сервісної держави.

Тому, для формування нової системи надання адміністративних послуг в умовах децентралізації в Україні важливими чинниками виступають:

- подальше вивчення існуючих моделей та кращих практик децентралізації надання адміністративних послуг, їх апробація під час реалізації пілотних проектів добровільного об'єднання територіальних громад у сільській місцевості;
- створення єдиної платформи доступу до ресурсів у сфері забезпечення якості публічних послуг в Україні, в тому числі у сільській місцевості;
- системне навчання представників центрів надання адміністративних послуг та громадських організацій із питань забезпечення якості надання послуг (із залученням ресурсів міжнародних проектів технічної допомоги, професійних тренінгових агенцій);
- формування та розвиток вітчизняної системи державно-громадського контролю за сферою надання публічних послуг на основі розроблення відповідних принципів та механізмів їх реалізації.

Література: 1. Про адміністративні послуги : Закон України від 06.09.2012 р. № 5203-VI // Відомості Верховної Ради (ВВР), 2013. – № 32. – Ст. 409. 2. Про заходи щодо впровадження Концепції адміністративної реформи в Україні : указ Президента України від 22.07.1998 № 810/98 /Верховна Рада України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/810/98> 3. Про схвалення Концепції розвитку системи надання адміністративних послуг органами виконавчої влади : розпорядження Кабінету Міністрів України від 15.02.2006 р. № 90-р. / Верховна Рада України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/90-2006-%D1%80> 4. Про схвалення Концепції реформування місцевого самоврядування та територіальної організації влади в Україні: [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/333-2014-%D1%80>

## СВІТОВИЙ ДОСВІД: ЕФЕКТИВНА ДІЯЛЬНІСТЬ ДЕРЖАВНИХ ОРГАНІВ УПРАВЛІННЯ

Д-р. екон. наук, професор кафедри правового забезпечення  
господарської діяльності Садиков М.А.,  
магістр Samedova Sabina  
*Харківський національний університет внутрішніх справ, Україна*

У сучасних умовах більшість країн світу обурені відсутністю ефективних механізмів управління державою. Однією з головних провін в цьому є відсутність довір'я між державним апаратом і суспільством, протиріччя у узгодженні і прийнятті важливих управлінських рішень, як загальнодержавного значення, так і розвитку окремих регіонів. Відсутність інформації, зв'язок з громадськими об'єднаннями[1]. Негативним явищем також є доступ до відкритої інформації, надання послуг по важливим питанням, які турбують суспільства та окремих громадян. Тому, важливе значення у процесі удосконалення та підвищення ефективної діяльності державної влади та її інституціональних одиниць має ознайомлення з досвідом інших закордонних країн. В цьому напрямі увагу заслуговує досвід Південної Кореї, де є можливість представникам засобів інформації бути присутніми у засіданнях Парламенту і отримувати необхідні повні дані для інформування суспільства щодо прийнятих рішень, а також якій перспективи чикають мешканців у майбутньому. Більш того створено суспільний портал «E-Pople» де бажаючі мають можливість отримати, або звертатись питанням по важливим напрямом розвитку громадянського суспільства, пропанувати пропозиції щодо вирішення важливих питань на державному так і окремих місцях.

Державні установи до яких відносяться питання, відповідають обов'язково, більш того звітують перед парламентом, що і які заходи прийнято [2]. При цьому звернення громадян, а також які прийняті заходи здійснюються на 14 мовах, що дає можливість вирішувати нагальні проблеми корінних мешканців, так і іноземних громадян. По кожному зверненню громадян, державні інститути, або установи звітують про прийняття рішень. Тому, громадяни мають можливість оцінити діяльність державних інституціональних одиниць. Висловити задоволення, або не задоволення, наступним черговим зверненням до засобів масової інформації. Також заслуговує досвід оцінки діяльності державних установ і керівництв великих міжнародних компанії у Об'єднаннях Арабських Еміратах за допомогою семибальної системі оцінюють діяльності установ, якщо держоргани або компанія отримує незадоволений бал, їх чикає великі неприємності. При цьому, працюючим установам «незадовільно» дається рік терміну для усунення недоліків, якщо не виконана доручення керівництву, державна установа, або компанія реформується або ліквідується.

На увагу заслуговує також досвід Німеччини (м. Кельн) де кожний небайдужий громадянин має можливість звертатись до Муніципалітету зі скаргою, або пропозицією щодо покращення екології, зелених паркових господарств, шляхів, організації відпочинку громадян тощо. При цьому Міська Рада обов'язково звітує що зроблено і які заходи прийняти, або коли будуть прийняти у майбутньому.

Досвід США, де функціонує партійна система, незалежні приватні, суспільні засоби масової інформації, нажаль теж має недоліки. Приклад, виборча компанія Президента США у 2016 році. Нажаль у наших умовах ми знаємо про прогресивні методи управління громадським суспільством, але досі жодна державна структура не звітує, більш того не розглядає заяви громадян. Відсіля 90% населення України не довіряє владі [9], а на Східній Україні[3], зокрема в Харківській області 99% (власне спостереження). Українці більш довіряють Збройним силам, ніж поліції і СБУ. Розклад опитування Київським міжнародним інститутом соціології: 46% довіряють

Європейському Союзу; 51% ООН і 46% НАТО[10]. Рейтинг ВРУ і Міністерств соціальної політики викликає стурбованість у населення, а створення громадського суспільства не визначається загалом. Мається не оголошена обурення громадян і сумніви про можливість ефективного управління Урядом держави.

Література: 1. Садиков М.А. Історія економіки та економічної думки/ М.А. Садиков// Навч. посібн. –Харків.: ХНУВС, РВО. -2009. -236с. 2. Оценка эффективности деятельности государственных органов в ... [Електронний ресурс]. – [www.kg.undp.org/.../kgz-evaluation-of-effectiveness-of-public-administration-RUS.p...](http://www.kg.undp.org/.../kgz-evaluation-of-effectiveness-of-public-administration-RUS.p...) 3. Оцінка громадянами ситуації в країні та діяльності влади, рівень довіри до соціальних інститутів та політиків [Електронний ресурс]. –Режим доступу: - <http://razumkov.org.ua/napriamky/sotsiologichni-doslidzhennia/otsinka-gromadianamy-sytuatsii-v-kraini-ta-diialnosti-vlady-riven-doviry-do-sotsialnykh-instytutiv-ta-politykiv-2>

## **РОЛЬ МЕНЕДЖЕРІВ У СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ І ПЕРСПЕКТИВИ ЗРОСТУ ЇХ КАР'ЄРИ**

Д-р. екон. наук, професор кафедри правового забезпечення господарської діяльності Садиков М.А.  
*Харківський національний університет внутрішніх справ, Україна*

Афоризм - кадри вирішують все, актуально і теперішній час. Перехід до нової економічної системи, від централізованої командної економіки до змішаного ринкового устрою та формування нових відносин між різними формами власності і створення державних інституцій, докорінно змінили економічне мислення, коли до центру уваги економістів потрапляє «людина - господар», основною дійовою особою ринкових перетворень постає менеджер, який виконує функціональні обов'язки за місцем призначення, у т.ч. у великих мегаполісів.

Глобалізація світогосподарських зав'язків, подальший розвиток інтеграційних процесів, інформатизація всієї сфери життєдіяльності людства, у т.ч. навчального процесу вимагає удосконалення і підвищення ролі освіти у підготовці управлінських кадрів у державі.

Збільшення кількості військових до війни, а менеджерів до зростання економіки. Тому підготовка справжніх менеджерів для різного рівня влади і управління великими і малими підприємствами (фірмами), містом, мегаполісами, а також надання їм перспективи зросту у кар'єрі є актуальною проблемою кадрової політики. Зрозуміло, що дані зміни не пройшли повз увагу кадрової політики держави, регіонів, територіальних громад і підприємств різного рівня, незалежно від форм власності підприємств(фірм), як суб'єкти господарювання і міжнародного права.

Таке усвідомлення і розкриття процесів управління регіоном, містом, підприємством у сучасних умовах вимагає знання особливостей менеджменту, як науки про створення команди управлінців, як ключову ланку щодо ефективного використання трудових, матеріальних, фінансових, технічних і інших ресурсів, якій здатні забезпечити сталий розвиток економіки. Дане уявлення передбачає уміння і знання особливостей управління персоналом, аналізувати найважливіші питання, пов'язані зі змінами в господарському механізмі, в фінансовій системі, в державній політиці, забезпечення ефективного функціонування підприємств міст в умовах складних фінансових криз і трансформації національної економіки до правових і демократичних умов інтеграції України до світового співтовариства.

Нажаль фактичний стан економіки, як основа базису для існування суспільства викликає занепокоєння, а діяльність державних інституцій і їх реорганізація не дає поки оптимізму до покращення рівня життя.

Серед економічної спеціальності підготовка менеджерів має особливого

підходу, так як предметом дослідження його є широкий спектр питань з економіки, екології, психології, юриспруденції тощо. Кожна сфера діяльності майбутнього фахівця - менеджера вимагає знання організацій, планування, управління, обліку і аудиту, податкову політику, матеріально технічного забезпечення, збуту продукції (послуг), рекламну діяльність тощо. Таким чином, підготовка спеціаліста з управління потребує особливого підходу ніж фахівцям вузької спеціальності., приклад облік і аудит. Нажаль у єдиному кваліфікаційному каталозі, освітньо-професійної програми (ОПП) і інших нормативних положеннях немає єдиного підходу і чіткого тлумачення щодо підготовки управлінських кадрів. Більш того рівень підготовки магістрів передбачає удосконалення базової фахової освіти, в той же час ВНЗ не обмежують вступ до магістратури за іншою освітою, яка отримана на бакалаврському рівні. Також слід зазначити помилковою підготовку кадрів з державного управління. Конституція України (1996) дає рівні права різним формам власності і методам господарювання. Тому, чого немає програми підготовки спеціалістів менеджерів для приватного сектору економіки. Більш того МОН і його підрозділ ВАК України чітко не обмежує послідовність і еволюційність підготовки: докторів і кандидатів наук. Досі не вирішено підготовка фахівців за галузевим призначенням. Коли кандидат хімічних наук стає доктором юридичних наук, а лікар стоматолог – доктором з державного управління. А скільки у нас Член–кор НАНУ, якій без жодної лекції, формально працюючи у ВНЗ отримують заробітну плату. Останні роки Вчена Рада ВНЗ приймає рішення для цих категорій ПВС «на безкоштовній основі». Мабуть відсіля починається всі негаразди і проблеми у державі. Згідно до Конституції України кожний громадянин має право обирати і бути обраним не залежно від освіти і виду професійної діяльності. Але досвід провідних демократичних країн свідчить, для депутата (конгресмена) треба часу для засвоєння теорії і практики, політичної культури, придбання досвіду у певній сфері. Тому, завдання ВНЗ України удосконалювати програми підготовки кадрів згідно до сучасних умов.

## **АНАЛІЗ РИНКУ ПУБЛІЧНИХ ЗАКУПІВЕЛЬ УКРАЇНИ**

Здобувач вищої освіти Сатир Р.Ю.,  
науковий керівник – канд. екон. наук, доц. Халіна В.Ю.  
*Харківський національний університет будівництва та архітектури*

У 2015 році стартував пілотний проект ProZorro. Тоді ж до системи приєдналися і перші підприємці. Згідно з проведеним опитуванням, 92% респондентів серед тих, хто приєднався, уже мали досвід роботи з державними закупівлями. Те, що «нових» компаній було небагато, можна пояснити недовірою до новоствореної системи і, відповідно, неготовністю брати в ній участь.

Близько половини опитаних учасників публічних закупівель у 2019 році – це ті, хто бере участь у конкурентних закупівлях ще з пілоту системи у 2015-2016 рр. Вони вирішили продовжувати брати участь у торгах, мають значний досвід і можуть поділитися думкою, змінилася система чи ні та які в ній існують проблеми. Таким чином, 73,3% постачальників брали участь у державних закупівлях до створення системи ProZorro; 70,0% – беруть участь у тендерах у середньому від одного і більше разів на місяць; 22,4% почали подавати свої пропозиції у ProZorro з 2015 року (57,1% з 2016 та 2017 рр.); 26,0% узяли участь за весь період роботи в менше 10 закупівлях.

У 2019 році приблизно 2/3 респондентів або збільшили свою активність у ProZorro, або залишили її на рівні минулих років. Перестали подавати пропозиції лише 7% опитаних. Варто зазначити, що, можливо, дослідження не охопило тих учасників, які незадоволені системою і не працюють у ProZorro і тому не взяли участі в опитуванні. Водночас такий розподіл важливий для розуміння, як різні категорії

учасників ставляться до проблем у ProZorro та чим пояснюється їхнє рішення.

Половина опитаних (54%) здебільшого задоволена системою ProZorro (поставили оцінку «4» або «5»), а про свої наміри продовжувати брати участь у закупівлях зазначили 70% респондентів. Ще 17% вагаються, проте скоріш за все продовжать працювати в ProZorro.

Більше задоволені ProZorro ті, хто давно і часто бере участь у торгах. Скоріш за все це пов'язано з тим, що такі учасники вже мають досвід роботи з системою, вигравали в конкурентних закупівлях, розуміють, як це працює, і, можливо, менш схильні бачити все в чорно-білих тонах.

Опитування також показало, що більш задоволений учасник, вірогідніше, буде активніше подаватися на торги у 2019 році порівняно з попередніми роками. І навпаки, менш задоволений учасник зменшує свою активність у 2019 році порівняно з попередніми періодами. Найменш задоволені повністю припинили брати участь.

Цікаво, що дещо більше задоволені системою ті учасники, які раніше не брали участі в державних закупівлях (до створення ProZorro). Водночас серед тих, хто вже працює в ProZorro, більш задоволені системою ті, хто розпочав роботу ще в часи пілотного проекту (лютий 2015-липень 2016 рр.).

Задоволеність ProZorro майже не залежить від того, у яких закупівлях респондент брав участь – надпорогових чи допорогових.

Рівень задоволеності майже не залежить від сфери закупівель. Дещо менше за інших задоволені учасники торгів у сферах «нафтопродукти», «будівельні роботи» та «електротехніка». Дещо більше – у сферах «меблі» і «сільськогосподарська продукція».

## **ОПІР ЗМІНАМ У СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНИМИ ЗМІНАМИ ПІДПРИЄМСТВ**

Д-р. екон. наук Сенчук І.І.

*Харківський національний технічний університет  
сільського господарства ім. Петра Василенка*

Процес адаптації до викликів зовнішнього середовища пов'язаний зі здійсненням організаційних змін у функціональних сферах діяльності підприємств. Управління процесом здійснення організаційних змін має відповідати критеріям раціональності, ефективності та ввідповідності завдань розвитку підприємств.

Під організаційними змінами пропонується розуміти поступальний процес переходу суб'єкта економічних відносин (підприємства, організації) від одного стану до іншого в напрямі досягнення мети, пов'язаної з підвищенням економічної ефективності, конкурентоспроможності та/або подовженням життєвого циклу підприємства, що передбачає здійснення управлінських дій у виробничій, комерційній, фінансовій, маркетингово-збутовій та інших функціональних сферах із залученням відповідних інструментів.

Процес управління організаційними змінами підприємства, як послідовність етапів виконання функцій менеджменту, є, переважно, інформаційним та таким, який відбувається в умовах виключної та визначальної ролі персоналу управління та основного персоналу підприємств, а отже, саме персонал підприємства здійснює організаційні зміни, та створює опір для їх здійснення в належних обсягах та масштабах і у визначений час. Серед причин опору персоналу незацікавленість персоналу відповідним змінам, відсутність необхідного професійного досвіду, недовіра до керівництва підприємства, нерозвиненість мотивів до досягнень, успіхів, відсутність необхідної й достатньої організованості, ініціювання інноваційних змін «зверху» тощо.

Опір змінам на організаційному рівні пов'язаний із загрозою виникнення неприйнятних фінансових та соціальних наслідків при реалізації організаційних

заходів. Саме опір змінам у внутрішньому середовищі підприємства є обмеженням їх потенціалу, як сукупності можливостей здійснення дій, спрямованих на вирішення завдань та досягнення мети розвитку підприємства.

Розв'язання вказаного протиріччя потребує з боку менеджменту підприємства здійснення заходів, орієнтованих на формування та залучення інструментів забезпечення збігу цілей підприємства з цілями персоналу, формування механізму управління організаційними змінами, що дозволяє забезпечувати гнучкість організації, спростить реалізацію стратегічних та тактичних планів, за рахунок ефективного та продуктивного подолання опору змінам.

## **ПРИНЦИПИ ПРОЗОРОСТІ ТА ВІДКРИТОСТІ ПУБЛІЧНОЇ ПОЛІТИКИ В УКРАЇНІ**

Канд. політ. наук, доц. Сергієнко Т.І.  
*Національний університет «Запорізька політехніка»*

Актуальність обраної теми обумовлена тим, що розвиток сучасного суспільства відбувається під впливом великих інформаційних потоків, які змінюють свідомість суспільства та впливають на сприйняття дійсності. Формування інформаційного суспільства в Україні передбачає цілеспрямовану узгоджену діяльність всіх органів державної влади та органів місцевого самоврядування, а ефективність публічного управління залежить певною мірою від рівня взаємодії, відкритості та прозорості публічної політики в інформаційному середовищі.

Проблему відкритості та прозорості публічної політики досліджували такі науковці, як: Е. Афонін, О. Бабінова, І. Василенко, Ю. Габермас, Н. Гудима, Д. Гунін, І. Жаровська, В. Мельниченко, І. Ібрагімова, В. Комаровський, С. Телешун, Є. Тихомирова та ін. Проте, не дивлячись на доволі великий інтерес до даного питання, сьогодні, є необхідність його подальшого дослідження.

Реалій сьогодення свідчать, що публічна політика забезпечує відкритість та прозорість дій влади та можливість громадян впливати на процеси які відбуваються у державі та виробляти та впроваджувати державні рішення [1, с. 14]. Таким чином, зазначимо, що залучаючи громадян до творення публічної політики, органи публічної влади, поглиблюють процес політичної демократизації суспільства, прискорюють становлення соціально-правової держави, формують правову незалежність людини від держави. О. Шпортко, зазначає, що «найважливішою умовою існування демократії є публічність політики, тобто гласність і відкритість будь-якої політичної дії. Громадяни мають право знати про дії та наміри політичних сил, органів державної влади. Вони повинні впливати на процеси створення і реалізації законів, якість роботи державного апарату, рівень освіченості і громадянської самосвідомості політиків, які приймають політичні рішення» [6, с. 90]. Таким чином, теорія громадянського суспільства базується на концепції індивідуальної автономії та свободи громадян [2, с. 76]. Відносини та взаємовплив громадянського суспільства та держави - цих двох підсистем єдиної соціальної системи - мають вирішальне значення для забезпечення демократичного розвитку країни [4, с. 107].

Сьогодні держава сформувала певні механізми, щодо залучення громадян України до вироблення та впровадження державних рішень, але, нажаль, більшість із них не працюють належним чином. О. Григор'яв, вважає, що «Головними причинами цього є невміння і небажання представників влади керуватися в роботі принципами прозорості та відкритості та переходити до процедур публічної політики, визнавати організації громадянського суспільства рівними партнерами і проводити з ними консультації. Крім того, за відсутності визначених механізмів і критеріїв оцінки виконання такої роботи відповідними органами державного управління, а також норм

відповідальності за її невиконання або неналежне виконання зазначені нормативно-правові акти не впливають на покращення стану реалізації принципів прозорості і відкритості органів державної влади» [3]. В. Воронкова, зазначає, що «в Україні особливого значення набуває практичний вимір взаємодії органів публічної влади з інститутами громадянського суспільства» [5, с.308]. Вплив громадянського суспільства на впровадження соціально орієнтованих управлінських рішень певною мірою залежить від рівня її поінформованості про діяльність органів державної влади, від розуміння цієї діяльності. Також, зазначимо, що сьогодні недостатньо інформувати громадськість про поточну діяльність органів державної влади, необхідно роз'яснювати певні управлінські рішення, щодо тих чи інших дій, які відбуваються в державі, формувати розуміння серед населення чи окремих соціальних груп їх доцільності.

Література: 1. Арабаджиев Д.Ю., Сергієнко Т.І. Основні напрями розвитку і становлення політичної системи України в умовах сучасної гібридної війни / Д.Ю.Арабаджиев, Т.І.Сергієнко // Сучасна українська держава: вектори розвитку та шляхи мобілізації ресурсів: матеріали П'ятої Всеукраїнської науково-практичної конференції, м. Одеса, 3 квітня 2020 року. Одеса: ДЗ «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського», Центр соціально-політичних досліджень «Politicus», 2020. - С. 13-18. 2. Бабарикіна Н. А. Громадянське суспільство як засіб гармонізації відносин між державою і громадянами / Н.А.Бабарикіна // Грані, 2014. - № 11. - С. 71-76. 3. Григорян О.О. Світовий і вітчизняний досвід забезпечення прозорості та відкритості органів державної влади в реалізації публічної політики (інформаційний аспект. URL: <http://academy.gov.ua/ej/ej15/txts/12GOOPIA.pdf> (дата звернення: 19.05.2020). 4. Лобань Т.І. Особливості українського менталітету та його вплив на процес державного будівництва в Україні / Т.І.Лобань // Людина і політика. Український соціально-гуманітарний журнал / Гол.ред. Г.І.Волинка. Вип. № 4 (34). К.: Вид-во «Четверта хвиля», 2004. - С. 106-112. 5. Політика європейської інтеграції: Навчальний посібник / Під ред. д.ф.н., проф. В. Г. Воронкової. К.: ВД «Професіонал», 2007.- 512с. 6. Шпортко О. Поле публічної політики / О. Шпортко // Політ. менеджмент. – 2010. – № 5 (44). – С. 90-96.

## **СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО ЯК ІНСТРУМЕНТ ФОРМУВАННЯ ГРОМАДЯНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА**

Канд. екон. наук, доц. Смачило В.В.,  
здобувач вищої освіти Ярошенко Є.Д.

*Харківський національний університет будівництва та архітектури*

Підприємництво, в його різноманітні види та форм є основою розвитку соціально-економічних систем. А його вплив на ринок праці є вирішальним – від загальноекономічного й забезпечення зайнятості до соціальної стратифікації через диференціацію доходів. В той же час, вплив соціального підприємництва, безумовно, є значно ширшим і сильнішим, аніж розвиток просто малого та середнього бізнесу. Його своєрідна роль полягає у формуванні значної частки ВВП, забезпеченні зайнятості, в тому числі й соціально ексклюзивних верств населення, та цільовому спрямуванні на вирішення великої сукупності проблем громад.

Осмислення напрацювань в даній сфері дозволяють репрезентувати бачення феномену соціального підприємництва як специфічного виду підприємницької діяльності, з соціальною метою та місією, яка спрямована на отримання соціального, економічного, інноваційного ефектів та ефектів сталості й масштабу. Підґрунтям реалізації підприємницької активності, і соціального спрямування в тому числі, є вирішення проблеми – в даному випадку – соціальної. Звичайно, не можна вважати цей



інструмент панацеєю від всіх соціально-економічних проблем, але він є дієвим та прогресивним, виходячи з реалій інших країн.

Стійкий розвиток держави визначається існуванням громадського суспільства, яке приймає участь у формуванні нормативно-правового поля країни та регіону, впливає на пріоритетність вирішення проблем та загальнодержавний вектор розвитку. Активне, впливове і розвинене громадянське суспільство є важливим елементом будь-якої демократичної держави та відіграє одну з ключових ролей у впровадженні нагальних суспільних змін і належного врядування, в управлінні державними справами і вирішенні питань місцевого значення, розробці і реалізації ефективної державної політики у різних сферах, утвердженні відповідальної перед людиною правової держави, розв'язанні політичних, соціально-економічних та гуманітарних проблем. Суб'єктами громадянського суспільства можуть бути як окремі особи, так і ініціативні групи та формалізовані утворення - громадські об'єднання, які, за організаційно-правовою формою, утворюються як громадська організація або громадська спілка. Їх об'єднання провадиться задля вирішення проблеми громади чи певної соціальної групи, розробки заходів щодо покращення соціальної політики держави чи регіону, налагодження діалогу між різними суб'єктами суспільства, вирішення та нівелювання конфліктів тощо. У разі, якщо доходи (прибутки), зокрема підприємницькі, не планується розподіляти – найбільш зручною та економічно вигідною формою організації соціального підприємництва без сплати податку на прибуток виступає її здійснення через неурядову організацію громадського суспільства з отриманням ознаки неприбутковості (через неприбуткову організацію): благодійну організацію, громадську організацію, релігійну організацію, сільськогосподарські обслуговуючі кооперативи тощо [1]. Відповідно, громадські об'єднання є важливими суб'єктами соціального підприємництва. Отже, можемо вважати розвиток соціального підприємництва безпосередньо пов'язаним із розвитком громадянського суспільства.

Література: Соціальне підприємництво. Бізнес-модель. Реєстрація. Оподаткування. /Долуда Л., Назарук В., Кірсанова Ю. – Київ, ТОВ «Агентство «Україна», 2017. – 92 с

## **КОМУНІКАЦІЯ КЕРУЮЧОЇ КОМПАНІЇ В СФЕРІ ЖКГ ІЗ СТЕЙКХОЛДЕРАМИ НА ОСНОВІ ІНФОРМАЦІЙНИХ ПОТОКІВ**

Канд. екон. наук, доц. Соколенко Л.Ф.

*Сумський державний педагогічний університет імені А.С.Макаренка*

Комунікація керуючих компаній в сфері ЖКГ із стейкхолдерами не має уставлених підходів, оскільки навіть самі керуючі компанії в Україні почали з'являтися не так давно. Проте, успішна комунікація керуючої компанії із внутрішніми та зовнішніми стейкхолдерами відіграє ключову роль у формуванні успішної моделі ведення бізнесу. Комунікація керуючої компанії зі стейкхолдерами в певному сенсі представляє собою управління зацікавленими сторонами, під яким розуміємо: управління відносинами з акціонерами (корпоративне управління); управління відносинами з клієнтами; управління ланцюгами поставок (взаємовідносини з постачальниками); управління ланцюжком попиту; управління персоналом; управління зв'язками з громадськістю; управління відносинами з органами влади тощо.

Розвиток таких напрямків співпраці компанії із кожною групою стейкхолдерів без системного підходу не буде ефективним. Зрозуміло, що кожен стейкхолдер має власні інтереси щодо діяльності підприємства, але якщо менеджмент керуючої компанії буде працювати із кожним стейкхолдером без використання певного системного підходу, що ґрунтується на політиці самої керуючої компанії, то така діяльність не буде ефективною. Більш того, менеджмент керуючої компанії не зможе побудувати та

підтримувати систему комунікації зі стейкхолдерами, оскільки вона буде надзвичайно розпорошеною, що призведе до неефективності використання ресурсів та часу. В той же час для керуючої компанії вкрай важливо мати чітко структуровану та налагоджену стратегію комунікації із кожною групою стейкхолдерів.

Проблеми організації руху інформації в системі управління підприємством досліджував Ф. Тейлор [3]. За його теорією інформаційний потік включає в себе тільки рух інформації від адміністрації до працівників. Тобто на підприємстві існує лише вертикальний (спрямований згори вниз) інформаційний потік. На думку А. Файоля [4], система вертикальної комунікації виявляється неефективною в тих ситуаціях, коли необхідно діяти швидко. Тому А. Файоль пропонує концепцію прямої (горизонтальної) комунікації. Ч. Барнард доповнив систему інформаційних потоків ще двома видами: формальним і неформальним інформаційними потоками. Підсумовуючи вище названі напрямки в дослідженні комунікації можна стверджувати, що інформаційні потоки бувають: вертикальні і горизонтальні, формальні і неформальні. Однак у всіх трьох розглянутих підходах є упущення, і найважливіше з них полягає в тому, що дані теорії вивчають тільки потоки інформації всередині компанії. Сьогодні очевидно, що інформаційні потоки в компанії не обмежуються лише внутрішніми потоками, а якщо розглядати специфіку діяльності керуючих компаній в сфері ЖКГ, то переважна частина інформаційних потоків таких компаній є зовнішніми.

Даний недолік усувається, якщо розглядати інформаційні потоки підприємства з точки зору системного підходу. Школа соціальних систем виникла на основі розвитку загальної теорії систем, яка розглядає інформаційну систему підприємства як складову його структури та факторів конкурентоспроможності. Представники системного підходу виділяють в якості ключових факторів інформаційного поля управління структуру інформаційних потоків, зовнішнє середовище компанії і зворотний зв'язок. Крім того, в оцінку ефективності інформаційних потоків введений фактор ситуації у зовнішньому середовищі. У зв'язку з цим в якості основного методу підвищення ефективності потоків інформації стали використовуватися вивчення структури інформаційних потоків і аналізу впливу на них зовнішніх і внутрішніх факторів. Н. Луман [2] в своєму варіанті теорії соціальних систем доходить висновку, що соціальна система – це відтворення комунікацій. На його думку, соціальна система складається не з людей, а з інформаційних потоків.

Класична теорія комунікації була розроблена К. Шенноном та У. Уівером [1] в 40-х роках ХХ століття. Модель Шеннона-Уівера включала в себе 5 елементів ланцюга комунікації: джерело інформації, передавач, канал передачі, приймач і кінцева мета. Згодом модель було переглянута і вона набула наступного вигляду: джерело, пристрій кодування, повідомлення, канал, декодер і приймач. Ця модель є стандартною для всіх комунікаційних процесів, не становить виключення і комунікація керуючих компаній в сфері ЖКГ зі своїми стейкхолдерами. Сучасні підприємства управляють складною системою комунікацій, де комунікація розглядається як інформаційна взаємодія між об'єктами. Саме підприємство підтримує комунікації зі своїми споживачами, посередниками і різними контактними аудиторіями. Саме тому комунікації сьогодні відіграють таку важливу роль в успішності бізнесу, а формування комунікаційної стратегії є важливим елементом стратегії розвитку підприємства.

На підприємствах комунікації прийнято ділити на зовнішні і внутрішні. Зовнішні комунікації відбуваються між підприємством і цільовими аудиторіями, з якими йому доводиться контактувати. Цільові аудиторії – це групи людей, які не належать до підприємства, кожна з яких надає певний вплив на її функціонування, тобто це стейкхолдери. Мета комунікації з кожною групою стейкхолдерів полягає в такому впливі на них, який призводив би до зміни їхньої поведінки в сторону сприятливої для компанії.

Внутрішні комунікації – це комунікації, які мають місце в межах самого

підприємства між окремими працівниками або підрозділами. Оскільки будь-яка компанія ієрархічно організована, можна виділити наступні види внутрішніх комунікацій: вертикальні і горизонтальні. Вертикальні комунікації – це спілкування між керівниками і підлеглими з метою прояснення завдань, пріоритетів, очікуваних результатів, обговорення проблем підвищення ефективності роботи, збору інформації про назріваючих або існуючі проблеми, оповіщення про майбутні зміни тощо. Через вертикальні комунікації здійснюється обмін інформацією між керівниками і підлеглими.

Керуючі компанії в сфері ЖКГ повинні розбудовувати ефективні системи комунікації з внутрішніми та зовнішніми стейкхолдерами на основі інформаційних потоків. Ефективна комунікація є запорукою управління відносинами зі стейкхолдерами. Ефективне управління внутрішніми стейкхолдерами дозволить забезпечити ефективність бізнес-процесів керуючої компанії, а ефективне управління зовнішніми – сформулювати лояльне ставлення до компанії з боку інвесторів, контрагентів, клієнтів та суспільства в цілому.

Література: 1. Shannon C., Weaver W. The Mathematical Theory of Communication. Urbana, 1949. 270 p. 2. Луман Н. Социальные системы. Очерк общей теории / пер. с нем. И.Д. Газиева; под ред. Н. А. Головина. СПб.: Наука, 2007. 648 с. 3. Тейлор Ф. Принципы научного менеджмента. URL: <https://gtmarket.ru/laboratory/basis/3631> (дата звернення: 12.05.2020) 4. Файоль А. Общее и промышленное управление. URL: <https://gtmarket.ru/laboratory/basis/5783> (дата звернення: 12.05.2020)

## **СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОЛИТИКИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ НА ОСНОВЕ ОПЫТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Магистр управления Тулейко Е.В.

*Академия управления при Президенте Республики Беларусь*

Основополагающей тенденцией современного развития является переход к открытому информационному сообществу, что обуславливает расширение информационного взаимодействия как внутри государства, так и на межгосударственном уровне. В Российской Федерации (далее – РФ) уделяется высокое внимание открытости федеральных органов власти, основанной на обеспечении потребностей и интересов граждан, регулярном распространении достоверной информации и активном взаимодействии между органами государственной власти, экспертным сообществом и институтами гражданского общества [1].

Информационное обеспечение государственной политики занимает центральное место в системе регулирования социальных и политических отношений. Эффективность информационного обеспечения определяется рядом условий:

1. Правовых, предполагающих наличие исчерпывающей нормативной правовой базы, регулирующей информационное обеспечение государственной политики и информационное взаимодействие органов власти и общества;

2. Организационных, предусматривающих координацию действий субъектов информационной политики; разработку и совершенствование методик информационно-пропагандистской работы с различными социальными группами населения и социологического инструментария для выявления их ценностных установок; разработку критериев эффективности информационной работы;

3. Кадровых, связанных с непрерывным профессиональным развитием субъектов информационной политики, привлечением научного и экспертного сообщества к реализации государственной информационной политики;

4. Технические и технологические, предполагающих внедрение и развитие современных ИКТ, цифровых платформ в целях повышения эффективности взаимодействия органов власти и общества в условиях развития открытого информационного общества;

5. Финансовых, предполагающих обеспечение финансовыми ресурсами государственной информационной политики и разработки цифровых платформ;

6. Принципов соблюдения Конституции и требований законодательства. В РФ принципы информационного обеспечения и взаимодействия также изложены в Концепции открытости федеральных органов исполнительной власти и Методических рекомендациях по взаимодействию федеральных органов исполнительной власти с референтными группами. [2, 36].

Анализируя опыт РФ можно сделать вывод, что в общем виде система информационного обеспечения государственной политики включает в себя: информационно-аналитическое обеспечение деятельности органов государственной власти; обеспечение информационного взаимодействия органов власти и общества; обеспечение информационного обслуживания населения на основе массовых коммуникаций; информационно-аналитическое обеспечение международной деятельности и интеграционных процессов.

Структура органов государственной власти РФ, функционирование при государственных комитетах и министерствах информационно-аналитических центров и служб позволяет своевременно получать и предоставлять информацию в пределах компетенции, обеспечивать межведомственное и межгосударственное взаимодействие. Высокое значение в этом направлении также принадлежит массовому информированию, массовому информационному обмену и массовым коммуникациям. В РФ на сегодняшний день реализуется множество проектов и инициатив, направленных на массовое образование и просвещение граждан. Актуальной темой и ценностной установкой в современной России выступает патриотизм, важность формирования и развития которого подчеркивается на самом высоком уровне государственной власти.

Важное место в развитии патриотического воспитания, формировании гражданского общества, развитии молодежи занимают общественные советы, совещательные, экспертные и консультативные органы. Особое внимание в РФ уделяется привлечению молодежи к государственному строительству в рамках создания при федеральных органах власти молодежных палат и секций, включения представителей молодежи в совещательные и консультативные органы.

Для Республики Беларусь в области информационного и идеологического обеспечения государственной политики может быть примечателен опыт РФ по следующим направлениям:

1. Активная работа с молодежью, основанная на включении представителей молодежи в совещательные, экспертные и консультативные органы государственного управления, формирование при органах государственного управления молодежных палат и секций;

2. Выявление талантливой молодежи и профессионалов в различных сферах путем организации проектов и конкурсов (например, как в РФ «Лидеры России», «Лидеры России. Политика»), в целях предоставления равных возможностей, реализации профессионального потенциала с возможностью дальнейшего продвижения на высокие позиции в органах государственного управления;

3. Развитие краудсорсинг-проектов (например, как в РФ «Активный гражданин», Москва. Наш город, Правительства Москвы и др.) в целях повышения открытости органов государственного управления, возможностью обмена идеями по социально-экономическому развитию страны и ее административно-территориальных единиц;

4. Усовершенствование работы государственных органов и организаций

с учетом опыта РФ (Концепция открытости федеральных органов исполнительной власти, Методические рекомендации по взаимодействию федеральных органов исполнительной власти с референтными группами), направленной на определение групп населения, которые потенциально могут быть затронуты решениями органов государственного управления, развитие инструментов, каналов и способов взаимодействия с различными группами населения, четкое закрепление этой деятельности за компетентными органами государственного управления, а также разработку методики оценки результатов взаимодействия органов государственного управления с различными группами населения.

Литература: 1. Об утверждении Концепции открытости федеральных органов исполнительной власти : Распоряжение Правительства РФ от 30 янв. 2014 № 93-р // КонсультантПлюс. Россия / ЗАО «КонсультантПлюс». – М., 2020. 2. Методические рекомендации по взаимодействию федеральных органов исполнительной власти с референтными группами // КонсультантПлюс. Россия / ЗАО «КонсультантПлюс». – М., 2020.

## **ПРОБЛЕМИ ТА НЕДОЛІКИ ПРОЗОРОСТІ ПУБЛІЧНОГО СЕКТОРУ В БУДІВНИЦТВІ**

Викладач, аспірант Устіловська А.С., канд. техн. наук, доц. Гузенко С.О.  
*Харківський національний університет будівництва та архітектури*

Будівельні тендери завжди викликали багато запитань щодо прозорості, адже замовники, які були зацікавлені у перемозі «правильної» компанії, застосовували різні методи відсіювання небажаних. Система «Прозорро» мала б покласти край дискримінації учасників і зробити проведення публічних закупівель максимально прозорим з чіткими правилами, однаковими для всіх, хто бере участь. Але це в теорії, на практиці ж експерти зазначають, що система має певні недоліки.

Відповідно до звіту ProZorro за 2018 р. в загальній кількості тендерів від держзамовників – 1,1 млн, найбільша частка припадає саме на будівельні роботи – 146 тис. тендерів.

Крім того, будівельні роботи та поточний ремонт продемонстрували найбільшу суму різниці в абсолютному еквіваленті, яка склала 7,6 млрд грн (згідно звіту по публічних закупівлях Мінекономіки за 2018 рік). Найдорожчими договорами, укладеними з іноземними учасниками, також стали договори на будівельні роботи та поточний ремонт – 20 млрд грн. Тож будівництво посідає почесне місце в системі публічних закупівель, тому до нього прикуто стільки уваги.

Асоціація фахівців землеустрою України провела власне незалежне опитування щодо публічних закупівель послуг із землеустрою – суміжній із будівництвом галузі. Серед основних причин нечесної конкуренції у чинній процедурі здійснення державних закупівель учасники опитування виділили:

- попередня змова між учасниками – 19%;
- надмірна цінова конкуренція – 18%;
- участь фіктивних підприємств – 16%;
- участь компаній, пов'язаних з розпорядником коштів – 14%;
- завищені кваліфікаційні умови – 13%;
- тривала процедура оскарження – 6%.

Основний недолік в системі державних закупівель – людський фактор. Нові електронні сервіси мають досить низьку здатність протистояти корупційним маніпуляціям, хоча мають суттєву економію бюджету. Не секрет, що весь фокус в попередній кваліфікації, що прописується під конкретного постачальника і в технічному завданні, що робиться спеціально незрозумілим для машин. Тому

відслідкувати в автоматичному режимі корупцію – складно. А ще складніше покарати тих, хто маніпулює. Навіть коли є беззаперечні докази фіктивного тендеру, частіш за все не буде розпочато навіть розслідування, не те що судовий процес. Цей самий людський фактор створює безглузді за своєю суттю закупівлі – проста оптимізація процесів чи перехід на нові технології може прибрати сотні позицій в держтендерах.

Ще серед основних проблем слід відзначити ціноутворення. Закон України «Про публічні закупівлі» забороняє вносити зміни до ціни договору, яка не може перебільшувати ціну тендерної пропозиції. Для довгострокових проектів це становить проблему.

В період інфляції та нестабільного курсу гривні потреба в збільшенні ціни договору виникає, наприклад, в разі підвищення вартості паливно-мастильних матеріалів, імпортних будівельних матеріалів, енерговитрат та іншого, що відбивається на кошторисній вартості робіт. В таких випадках завжди постає питання прибутковості для підрядної організації, і, як наслідок – розірвання договору або неякісне виконання робіт.

З ціноутворенням пов'язана ще одна проблема. Для участі в закупівлях компанія складає кошторис, але після аукціону ціна знижується, і переможець має скласти ще один так само правильний кошторис, але на меншу суму, що не завжди можливо.

Як гарантії для замовника існують багато механізмів контролю: тендерне забезпечення виконання договору, а також виконання зобов'язань за договором підряду забезпечується гарантією, порукою, неустойкою, заставою, притриманням, завдатком, іншими видами забезпечення виконання зобов'язань, визначеними договором підряду. Договором підряду можуть бути визначені інші умови забезпечення виконання зобов'язань відповідно до закону.

На жаль, не часто використовується цей механізм замовниками і ще одна проблема –

не враховується сума застави, як відсоток вартості закупівлі, доречи, «заморожування» великих сум – як елемент гарантії обігових коштів підрядника на значний час є економічно недоцільно для підрядників, а в деяких випадках і збитковим, що зменшує кількість учасників і підвищує ризики таких торгів. Необхідно підвищувати рівень освіченості представників замовників торгів для прийняття відповідних гарантій.

Література: 1. Закон України «Про публічні закупівлі» 2. Чи дійсно прозоре Pro Zorro [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://propertytimes.com.ua/management/publicni\\_zakupivli\\_u\\_budivnitstvi\\_chi\\_diyсно\\_prozore\\_prozorro](https://propertytimes.com.ua/management/publicni_zakupivli_u_budivnitstvi_chi_diyсно_prozore_prozorro)

## **ОПТИМІЗАЦІЯ СИСТЕМИ КОНТРОЛЮ ЗА ЗДІЙСНЕННЯМ ПУБЛІЧНИХ ЗАКУПІВЕЛЬ**

Аспірант, викладач Устіловська А.С., здобувач вищої освіти Фомін М.С.  
*Харківський національний університет будівництва та архітектури*

Контроль за здійсненням державних закупівель дає змогу попередити втрати державних коштів, проте недоліки правового та організаційно-методичного забезпечення здійснення державних закупівель створюють передумови для виникнення негативних явищ, які знижують ефективність використання бюджетних коштів. Найпоширенішими з них є:

– корупція, що спричиняє зниження рівня конкурентоспроможності та якості товарів, робіт та послуг; неефективне використання бюджетних коштів; ігнорування основних суспільних потреб та обсягу бюджетних витрат. Вона проявляється у виникненні особистої зацікавленості осіб, що здійснюють державні закупівлі, у результатах конкурсу на постачання товарів, робіт чи надання послуг, а також у

завищенні вартості контрактів, зниженні якості продукції, що закуповується, та затування виконання угод;

– лобізм, який полягає у просуванні особами, відповідальними за здійснення державних закупівель, пропозицій деяких постачальників. Він проявляється у недотриманні встановленого законодавством порядку здійснення державних закупівель та визначення переможця торгів або проведенні тендерів із завчасно окресленими вимогами, розрахованими на певного суб'єкта господарювання та його товар;

– зниження суспільної корисності товарів, що закуповуються за державні кошти. Інакше кажучи, товар можна придбати за принципом найменшої ціни, але при цьому не враховується його якість. Як наслідок, товари закуповуються у сумнівних постачальників і, таким чином, не досягаються законодавчо встановлені цілі закупівель [1].

Для унеможливлення виникнення перерахованих негативних явищ необхідно вдосконалити систему законодавства, що регламентує проведення торгів та контролю за їх здійсненням.

Одним зі шляхів оптимізації системи контролю є вдосконалення чинного порядку, який регламентує його здійснення. Для цього перевірку державних закупівель необхідно визначити як контрольний захід, що проводиться за наявності підстав, передбачених чинним законодавством щодо об'єкта контролю у приміщенні органу контролю шляхом проведення запиту документації з державних закупівель та інших документів, необхідних для проведення перевірки.

Здійснення перевірки без виходу на об'єкт дасть змогу отримати такі переваги:

– зменшення фіскального тиску на підконтрольні об'єкти;  
– економія робочого часу та, як наслідок, підвищення ефективності роботи працівників; – раціоналізація системи проведення перевірок;  
– підвищення якості перевірки з одночасним звуженням втручання контролюючих органів у роботу підконтрольних об'єктів.

При цьому порядок здійснення перевірки та оформлення її результатів не зміниться, крім того, не буде необхідності виписувати направлення на перевірку працівника.

Державні закупівлі є підґрунтям діяльності будь-якої державної установи чи підприємства. Їх обсяг, якість, порядок та законність здійснення впливають не лише на економічний стан держави, а й на суспільну корисність.

Таким чином, було виявлено ключові проблеми здійснення державних закупівель та визначено, що для їх розв'язання необхідно вдосконалити не тільки законодавство, яке регламентує процес закупівлі товарів, робіт та послуг, а й законодавство з контролю за здійсненням торгів.

Як спосіб удосконалення та оптимізації контрольних заходів необхідно здійснювати перевірку державних закупівель у приміщенні Державної фінансової інспекції та її територіальних органів шляхом запиту документів у підконтрольних об'єктів [2].

Література: 1. Горин В. Фінансові аспекти системи державних закупівель / В. Горин // Вісник КНТЕУ. – 2011. – № 6. – С. 65–73. 2. Єрмілова Г. Ю., Мазка Е. В. Удосконалення системи контролю за здійсненням державних закупівель / Г. Ю. Єрмілова, Е. В. Мазка // Наукові праці НДФІ. – 2014. – № 2 (67). – 53-58.

## **АНАЛІЗ МІЖНАРОДНОЇ СПІВПРАЦІ В СФЕРІ ПУБЛІЧНИХ ЗАКУПІВЕЛЬ**

Канд. екон. наук, доц. Халіна В.Ю., здобувач вищої освіти Бородай О.В.  
*Харківський національний університет будівництва та архітектури*

Міжнародна співпраця в сфері публічних закупівель є одним зі стратегічно

важливих напрямів діяльності Мінекономрозвитку.

На виконання статті 8 протягом звітного року Мінекономрозвитку тісно співпрацювало з міжнародними партнерами та організаціями, зокрема Комітетом СОТ з державних закупівель (WTO GPA), Організацією економічного співробітництва та розвитку (OECD), Світовим Банком (WB), Партнерством по відкритим контрактам Open Contracting Partnership (OCP), Програмою розвитку комерційного права Міністерства торгівлі США (CLDP), проектами міжнародної технічної допомоги тощо.

В рамках реалізації функції щодо міжнародного співробітництва у сфері публічних закупівель протягом 2018 року Мінекономрозвитку здійснено відповідні заходи: в березні, червні, жовтні та листопаді 2018 року у м. Женева, Швейцарська Конфедерація, відбулись чергові засідання Комітету СОТ з державних закупівель (далі – Комітет). Під час засідань Комітету обговорені питання та пропозиції країн-членів стосовно приєднання нових країн до Угоди. Українська делегація висловила офіційну позицію, щодо неприпустимості включення такої пропозиції, в чому отримали повну підтримку міжнародної спільноти, зокрема ЄС, США, Південної Кореї, Японії, Канади, Швейцарії, Норвегії.

Крім того, Міністерством було проведено ряд двосторонніх зустрічей з делегаціями США, Канади, Японії, ЄС, Австралії, Нової Зеландії, Киргизької Республіки, а також з Головою профільного Комітету СОТ, під час яких здійснювалася робота із залучення вищезазначених країн у пілотний проект зі створення уніфікованого порталу для агрегації оголошень про проведення закупівель.

За результатами аналізу даних електронної системи закупівель варто відзначити, що кількість та очікувана вартість завершених закупівель продовжили зростати. Порівняно з 2017 роком кількість всіх закупівель зросла на 25%, а очікувана вартість – на 31%. Успішно завершено 1,084 млн закупівель, в яких 1,115 млн лотів з очікуваною вартістю 657,710 млрд грн.

Також спостерігається підвищення кількості учасників закупівель на 16% та організаторів закупівель на 5%. Хоча обсяг закупівель, кількість учасників та організаторів зросли порівняно з попереднім звітним роком, конкуренція в конкурентних надпорогових процедурах закупівлі знизилася з 2,69 на 2,67.

Сталою залишається кількість укладення прямих договорів – це понад 72%. Така ситуація викликає занепокоєння і потребує вирішення.

При цьому залишається актуальною низка питань щодо допущення порушень та помилок при проведенні процедур закупівель. Виправлення цієї ситуації можливо шляхом посилення превентивного контролю та подальшої автоматизації закупівельного процесу.

Ураховуючи викладене, Мінекономрозвитку продовжує здійснювати заходи направлені на удосконалення законодавства, професіоналізацію сфери публічних закупівель, розвиток міжнародних відносин та забезпечення виконання функцій, встановлених Законом.

## **РИНОК ПУБЛІЧНИХ ЗАКУПІВЕЛЬ УКРАЇНИ ТА ЙОГО РОЗВИТОК**

Канд. екон. наук, доц. Халіна В.Ю., здобувач вищої освіти Душнюк Д.В.  
*Харківський національний університет будівництва та архітектури*

З моменту створення та станом на початок 2019 року всього в електронній системі закупівель зареєстровано близько 35 тис. організаторів закупівель та понад 210 тис. учасників закупівель. Оголошено 2,730 млн закупівель очікуваною вартістю майже 2,072 трлн грн, з яких: 458 тис. надпорогових закупівель з очікуваною вартістю 1,626 трлн грн, 784 тис. допорогових закупівель з очікуваною вартістю майже 235 млрд грн та опубліковано 1,488 млн звітів про укладені договори на суму 210 млрд грн.



Укрупнені результати роботи електронної системи публічних закупівель за три роки представлено на рис. 1.

Різниця суми очікуваної вартості закупівель та суми переможних пропозицій складає 7,64% або близько 65,5 млрд грн в абсолютному еквіваленті.

За звітний період 2018 року за даними електронної системи закупівель було оголошено 1,252 млн оголошень про проведення закупівель, з яких 230,6 тис. (18%) склали оголошення про проведення надпорогових закупівель, 237,5 тис. (19%) допорогових закупівель та 783,7 тис. (63%) опубліковано звітів про укладені договори.

Таким чином, проведення Допорогів за кількістю склало 82% всіх оголошених закупівель в електронній системі закупівель в звітному році.

Загалом кількість оголошень про закупівлі зросла на 22% порівняно з 2017 роком. Разом з тим, частка оголошень про проведення відкритих торгів зросла на 38%, звітів про укладені договори збільшилось на 36%. При цьому зменшилась кількість оголошень допорогових закупівель на 14% (рис. 2).



Рисунок 1 – Результати роботи електронної системи публічних закупівель за три роки

Аналіз оголошень про закупівлі свідчить, що з конкурентних методів закупівель організатори закупівель найчастіше обирають допорогові закупівлі (19%) та відкриті торги (13%), натомість не зменшується кількість звітів про укладені договори, які звітного року склали 63% загальної кількості від усіх оголошених закупівель в ЕСЗ.

Кількість організаторів, які були активні та провели свої закупівлі в 2018 році, становила понад 28 тис. Порівняно з минулим роком їх кількість зросла на 5%. Найбільша кількість організаторів закупівель зосереджена в Київській області та м. Київ, Дніпропетровській, Донецькій, Львівській, Одеській та Харківській областях, а найменше – в Чернівецькій, Луганській, Волинській та Тернопільській областях.

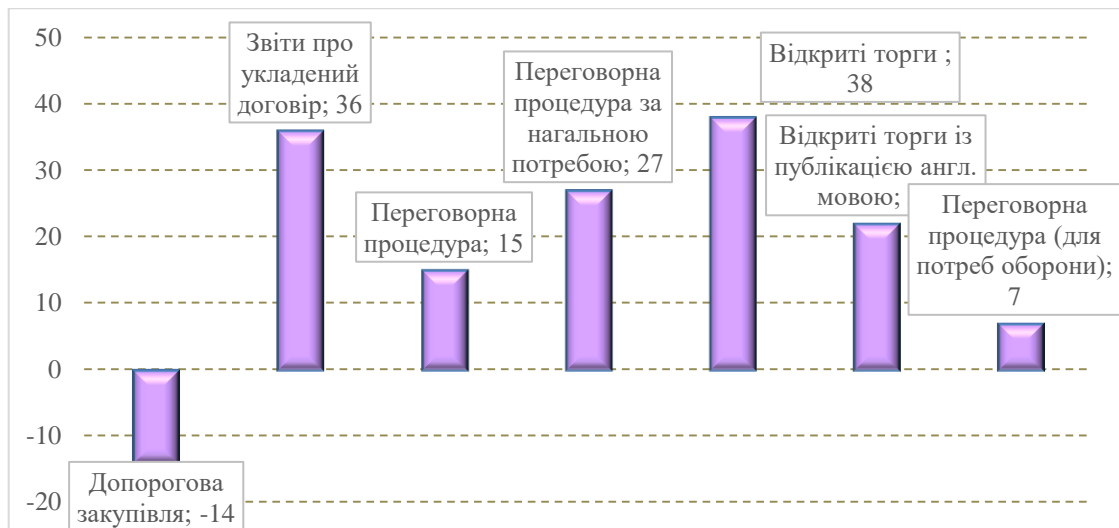


Рисунок 2 – Приріст кількості оголошених закупівель в 2018 році порівняно з 2017 роком, %

Водночас 53% всіх організаторів закупівель в 2018 році провели від 1 до 10 включно закупівель на рік, 13% всіх організаторів 11-20 закупівель, майже 24% організаторів мають на рік від 21 до 100 закупівель, понад 100 закупівель на рік мають лише 10% організаторів.

## ВПРОВАДЖЕННЯ ЕКОЗАКУПІВЕЛЬ В БУДІВНИЦТВІ

Канд. екон. наук, доц. Халіна В.Ю., магістр Шепеленко Н.Л.  
Харківський національний університет будівництва та архітектури

Адаптивна система – це система, яка здатна автоматично змінювати алгоритми свого функціонування і, в деяких випадках, свою структуру з метою збереження або досягнення оптимального стану при зміні зовнішніх умов [1]. Поняття адаптивної системи тісно пов'язане з поняттям самоорганізації [2], здатної до впорядкування елементів системи за рахунок внутрішніх чинників, без зовнішнього впливу. Здатність до адаптації визначається наявністю у системи ряду характерних властивостей, до найважливіших з яких можна віднести наступні: властивість самоналаштування, тобто самостійної зміни параметрів функціонування системи. Найпростішим прикладом для виробничих систем може бути збільшення, зменшення або зміна номенклатури продукції відповідно до змін у попиті; властивість самоорганізації, тобто самостійного перетворення структури системи при збереженні притаманних їй якісних характеристик. Прикладом для економічних систем є виникнення нових галузей, поява яких є результатом НТП, і відповідна ліквідація старих, створення різного роду виробничо-економічних підсистем у зв'язку зі змінами в розділі праці; властивість самонавчання, тобто самостійний пошук умов, при яких система відповідає критеріям якості свого функціонування [3].

Варто зазначити, що термін адаптація застосовується тільки відносно цілісних систем, що вдало відображено в афоризмі Дж. Баркрафтом: «будь-яка адаптація є інтеграція». Поняття адаптація може застосовуватись до всіх систем, які характеризуються стійкістю по відношенню до зовнішнього та внутрішнього впливу шляхом саморегуляції та управління [4].

Реалізація адаптивної екосистеми починається з формулювання критерію адаптивності. Адаптивність, на думку вчених С. Б. Алексєєва та В. Т. Денисова, являє собою оцінку можливості підприємства вчасно та адекватно реагувати на зміни зовнішнього середовища та як результат адаптивного розвитку [5, с. 32]. Г. В.

Строкович зазначає, що адаптивність підприємства – це швидкість його реагування на зміни, що відбуваються як у зовнішньому, так і внутрішньому середовищах протягом функціонування на всіх стадіях життєвого циклу [6]. К. О. Бояринова та Т. В. Войтун наголошують, що під адаптивністю варто розуміти як рівень здатності і готовності підприємства реагувати на загрозливі зовнішні впливи та нівелювати їх шляхом використання тих чи інших інновацій [7, с. 113]. М. О. Турко вважає, що адаптивність – це категорія, яка характеризує здатність підприємства як відкритої системи пристосовуватися до змін у внутрішньому і зовнішньому середовищах для забезпечення бажаної ефективності діяльності [8, с. 39]. Адаптивність як інтегральну характеристику ефективності діяльності підприємства трактує Т. І. Дем'яненко [9, с. 218].

Отже, як критеріальна категорія, адаптивність носить оціночний характер. Дослідники визначають її як властивість, характеристику або здатність екосистеми. Автори даного дослідження схильні погодитися з трактуванням категорії «адаптивність» як властивості системи трансформуватися і підлаштовуватися під зміни як екзогенного, так і ендегенного середовища.

Під час визначення адаптивності екосистеми в якості верхньої межі значень можна прийняти масштаб змін, час і вартість зміненої системи відповідають значенням за двома іншими осями координат (рис. 1).

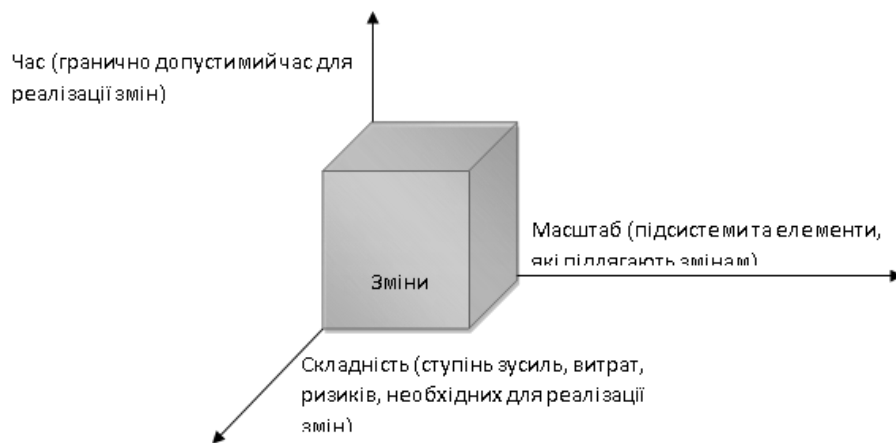


Рисунок 1 – Складові критерія адаптивності екосистем (побудовано авторами)

Потім необхідно оцінити час, масштаб і ступінь складності змін екосистеми при різних варіантах реалізації адаптивних сценаріїв.

Література: 1. Тюкин И. Ю. Адаптация в нелинейных динамических системах / И. Ю. Тюкин, В. А. Терехов. – (Серия: Синергетика: от прошлого к будущему). – СПб. : ЛКИ, 2008. – 384 с. 2. Saridis G. Self-Organizing Control of Stochastic Systems / G. Saridis. – New York : Marcel-Dekker, 1977. – 400 p. 3. Галкина Н.В. Социально-экономическая адаптация менеджмента и операционного персонала угледобывающего предприятия / Н.В. Галкина, Л.В. Лабунский // Управление персоналом. – 2006. – №22. – С. 60–63. 4. Кудлаєнко С.В. Теоретичні основи поняття «адаптація підприємства» / С.В. Кудлаєнко // Вісник Хмельницького національного університету 2009. – № 5, Т. 2. – С.172-174. 5. Алексеев С. Б. Адаптивное управление конкурентоспособностью предприятия : монография / С. Б. Алексеев. – Донецк : ДонНУЭТ, 2007. – 170 с. 6. Строкович Г. В. Адаптивність як основа довгострокового функціонування підприємства [Електронний ресурс] / Г. В. Строкович. – Режим доступу: <http://dSPACE.nua.kharkov.ua>. 7. Бояринова К. О. Наукові підходи та детермінанти забезпечення інноваційної адаптивності промислового підприємства / К. О. Бояринова, Т. В. Войтун // Економічний аналіз. – 2014. – Т. 14, № 2. – С. 111–116. 8. Турко М. О. Теоретичні підходи до визначення категорії «економічна адаптивність підприємства» / М. О. Турко // Вісник

Хмельницького національного університету. – 2014. – № 6, Т. 1. – С. 38-41. 9. Дем'яненко Т. І. Оцінка рівня адаптивної гнучкості у формуванні адаптивного управління інноваційно-інвестиційним розвитком підприємства / Т. І. Дем'яненко // БізнесІнформ. – 2012. – № 2. – С. 217–220.

## ПОПЕРЕДЖЕННЯ СТРОКІВ В ЕЛЕКТРОННІЙ СИСТЕМІ ЗАКУПІВЕЛЬ

Канд. екон. наук, доц. Халіна В.Ю., магістр Бондаренко Ю.А.  
Харківський національний університет будівництва та архітектури

Важливим для будь-якого комунального підприємства є вчасно здійснити закупівлі. Тому впровадження системи попередження строків в процесі закупівель є полегшенням процедури в цілому, а також попередженням великих фінансових втрат. На рис. 1 представлено схему системи попередження строків в процесі закупівель.



Рисунок 1 – Дія системи попередження строків в процесі закупівель

Система дозволить стандартизувати строки та впровадити дієвий контроль для всього процесу закупівель: термін ініціювати закупівлі, оцінка якості закупівлі, повторне ініціювання закупівлі, заміна постачальника для рамкового договору.

Також є можливість мінімізувати ризики прострочення термінів подачі заявки для ініціювання процедур закупівлі, як наслідок зменшення кількості виключень та продовжень діючих договорів.

Отже, найважливішим аспектом успішної закупівлі для підприємства є вчасне її планування, розміщення тендерної документації та проведення аукціону у терміни встановлені законодавством. Більшість проблем, які виникають у комунальних підприємств пов'язані із порушенням термінів закупівель. Саме тому впровадження системи попередження строків в процесі закупівель, а саме про наближення того чи іншого терміну, є корисним для працівників тендерного комітету, а також економічно вигідним для підприємства.

## ВПРОВАДЖЕННЯ ЕКОЗАКУПІВЕЛЬ В БУДІВНИЦТВІ

Канд. екон. наук, доц. Халіна В.Ю., канд. техн. наук, доц. Буцький В.О.  
Харківський національний університет будівництва та архітектури

Сучасний період розвитку сфери публічних закупівель в Україні (кінець 2019р.- початок 2020р.) характеризується другою революцією у цій сфері, коли відбувається переформатування відносин держави та бізнесу в царині забезпечення всім необхідним

за найвигіднішою ціною. З прийняттям та вступом у силу нового закону розпочалася нова епоха сфери публічних закупівель в Україні. Все це призвело до зміни парадигми здійснення публічних закупівель в цілому. Гармонізація законодавства та нормативної бази з європейськими стандартами потребує генерації нових підходів та форм взаємодії державних замовників та бізнесу, як учасника закупівельних процесів. Реформування системи публічних закупівель дало поштовх до перегляду концепції ведення бізнесу, з одного боку, та, з іншого, до зміни ставлення державних замовників до процесу закупівель загалом і визнання необхідності економії бюджетних коштів та проведення тендерів зокрема.

Крім того, впровадження концепції сталого розвитку в основні нормативні документи, які формують подальший курс України до змін, дає підстави закріплювати ці принципи і в закупівельній діяльності державних замовників.

Екозакупівлі покликані зробити споживання екологічнішим, а, відтак, якіснішим, і спонукати бізнес виробляти продукцію, яка відповідає цим критеріям. Таким чином, постає необхідність розробки механізму впровадження екозакупівель, який буде адаптовуваним та зрозумілим для всіх учасників закупівельного процесу.

На сьогоднішній день, будівництво визнане однією з пріоритетних галузей для впровадження публічних екозакупівель. Це відбувається тому, що будівництво здійснює низку шкідливих впливів на довкілля, а саме: велике споживання енергії і води, матеріали, що використовуються, будівельні відходи, якість повітря, шум і рух транспорту. Всі ці екзогенні фактори нівелюються завдяки публічним екозакупівлям. Особливо важливо враховувати повний життєвий цикл продукту або послуги. У випадку з товарами зазвичай враховується процес виробництва, а також термін придатності і можливість утилізації після завершення терміну придатності.

Поняття публічних екозакупівель («зелених» публічних закупівель, сталих публічних закупівель) визначено в Повідомленні Європейської Комісії (СОМ (2008) 400) як «державні закупівлі для поліпшення стану довкілля» та «процес, в якому розпорядники бюджетних коштів прагнуть здійснити закупівлю товарів, виробів і послуг з більш кращими екологічними характеристиками протягом усього їх життєвого циклу у порівнянні з продукцією аналогічного функціонального призначення».

Публічні екозакупівлі (ПЕЗ) є добровільним механізмом, тому державні органи влади можуть визначати, в якій мірі його застосовувати задля інтеграції екологічної політики та удосконалення системи інтегрованого екологічного управління. ПЕЗ також мають суттєвий вплив на розробку та впровадження енергоефективних та більш чистих технологій виробництва, покращення екологічних характеристик продукції протягом життєвого циклу.

Ініціатива держави щодо заохочення до ПЕЗ є основою для поширення цих зобов'язань на місцеві органи влади та приватний сектор, що у свою чергу сприятиме змінам структури попиту у країні в цілому.

## **НОВА ЕРА ПРОФЕСІОНАЛІЗАЦІЇ СФЕРИ ПУБЛІЧНИХ ЗАКУПІВЕЛЬ**

Канд. екон. наук, доц. Халіна В.Ю.,  
директор ТОВ «Сапфір Консалтинг» Касека В.М.  
*Харківський національний університет будівництва та архітектури*

Отже, так як сфера публічних закупівель є напрочуд важливою для держави, оскільки пов'язана з використанням бюджетних коштів, то підготовка спеціалістів потребує особливих уваги та підходу з боку ЗВО. Зацікавленість профільного міністерства у підготовці кадрового резерву повинна спонукати його працювати у міцному зв'язку з Міністерством освіти і науки України для підтримки та лобювання інтересів ЗВО у підготовці спеціалістів у цій сфері, що наприкінці призведе до повної

та всебічної професіоналізації публічних закупівель в Україні та введе їх на глобальні ринки.

До 01 січня 2022 року кожному здобувачу посади уповноваженої особи замовника в сфері публічних закупівель необхідно буде пройти тестування у відповідності до затвердженого порядку і реалізації у електронній системі закупівель. Відповідно до абзацу другого частини восьмої статті 11 нової редакції Закону уповноважена особа для здійснення своїх функцій, визначених цим Законом, підтверджує свій рівень володіння необхідними (базовими) знаннями у сфері публічних закупівель на веб-порталі Уповноваженого органу шляхом проходження безкоштовного тестування. Порядок організації тестування уповноважених осіб визначається Уповноваженим органом. При цьому, виходячи зі змісту розділу X «Прикінцеві та перехідні положення» нової редакції Закону, уповноваженим особам необхідно підтвердити рівень володіння знаннями у сфері публічних закупівель до 01.01.2022 року. Таким чином, оскільки наразі ведеться робота щодо розроблення та затвердження нормативно-правових актів, необхідних для реалізації положень нової редакції Закону, уповноважені особи матимуть можливість проходити тестування після затвердження порядку організації тестування уповноважених осіб та реалізації відповідної технічної можливості, але у будь-якому разі до 01.01.2022 року. Очевидною є необхідність підготовки фахівців, по перше, до складання тестування, по-друге, до здійснення професійної діяльності.

Для підготовки фахівця в сфері публічних закупівель пропонується механізм професіоналізації, який включає 4 форми підготовки (рис. 3.4), а саме: навчання на освітній програмі у ЗВО. Ця форма професіоналізації охоплює весь спектр компетентностей, якими має оволодіти фахівець в сфері публічних закупівель, при цьому використовуються сучасні методи навчання, які запаралелені з практичною підготовкою та отриманням досвіду від спеціалістів-практиків у сфері публічних закупівель; курси підвищення кваліфікації, які покликані оновити та актуалізувати знання, що напрочуд важливо саме в сфері публічних закупівель, якій властиві часті зміни у законодавчому та процедурному полі; курси з підготовки до тестування уповноважених осіб в сфері публічних закупівел – форма професіоналізації в сфері публічних закупівель, запропонована автором даного дослідження, з метою підготовки до складання тесту уповноваженої особи. Це одноразове цільове навчання для поглиблення знань нормативно-законодавчої бази; семінари, тренінги в сфері публічних закупівель (ця форма професіоналізації використовується за необхідності, під час, наприклад, локальних змін, знання сутності яких необхідно гармонійно інтегрувати в загальну в загальний масив знань та навичок в сфері публічних закупівель.

## **ПУБЛІЧНІ ЕКОЗАКУПІВЛІ ЯК БАЗИС СТАЛОГО РОЗВИТКУ**

Канд. екон. наук, доц. Халіна В.Ю., магістр Крицька К.С.  
*Харківський національний університет будівництва та архітектури*

Для того, щоб попит змінювався на користь товарів та послуг з покращеними екологічними характеристиками, важливо не тільки сприяти упровадженню енергоефективних та екологічних інновацій, технології більш чистого виробництва, а й визначити чіткі вимоги, правила та процедури для здійснення публічних екозакупівель (ПЕЗ). Надання переваги відносно придбання товарів та послуг з покращеними екологічними характеристиками дозволить сформувати ринок «зеленої» продукції, системно збільшувати його ринкову долю що, у свою чергу, сприятиме розвитку екологічних технологій, інновацій та інвестицій.

ПЕЗ, або сталі закупівлі в Україні – явище відносно нове. Багато хто із замовників про нього чув, але сказати напевне, в чому полягає суть підходу, можуть далеко не всі. Застосування вимог екологічних і соціальних стандартів разом із проведенням оцінки повної вартості життєвого циклу предмету закупівлі дозволяє досягти високої ефективності закупівлі. Застосовуючи «зелені» публічні закупівлі, бюджетні організації встановлюють до предмету закупівлі вимоги технічних специфікацій щодо: безпеки та функціональних характеристик; ефективності використання енергії, водних та інших ресурсів під час експлуатації (використання) у поєднанні зі зниженням викидів забруднюючих речовин та парникових газів; зменшення відходів виробництва та споживання [1].

Особливо важливо враховувати повний життєвий цикл продукту або послуги. У випадку з товарами зазвичай враховується процес виробництва, а також термін придатності і можливість утилізації після завершення використання. У випадку з послугами враховуються системи і матеріали, що використовуються для надання послуг.

Щоб визначити, які товари і послуги повинні в першу чергу закуповуватись за «зеленим» принципом, потрібно враховувати [2]:

1. Обсяг закупівель (вартість і кількість державних контрактів).
2. Вплив на довкілля і правові зобов'язання, наприклад, зі зниження викидів парникових газів.
3. Ємність ринку і витрати на постачання екологічно безпечних товарів і послуг.
4. Наявність критеріїв та інших інструментів здійснення «зелених» закупівель.

У 2015 році було проведено комплексне оцінювання правових і ринкових умов для здійснення ПЕЗ в Україні [3]. На основі результатів цього оцінювання, що проводилось на базі 75 організацій, які здійснюють закупівлі за рахунок державного бюджету, були визначені пріоритетні галузі для запровадження «зелених» закупівель: паливно-енергетичний комплекс і хімічна промисловість та будівництво, будівельні матеріали та спеціальне обладнання. Держава та державні установи є одним з основних споживачів товарів і послуг і, потенційно, може виділити від 5% до 20% від ВВП на забезпечення «зелених» закупівель.

У деяких країнах Європи, наприклад Данії і Швеції щорічний рівень «зелених» закупівель становить близько 40% від загальних бюджетних витрат, в Японії він сягає 90% [4].

У кожній країні ЄС визначають: які товари, роботи і послуги можна закуповувати із застосуванням принципів «зелених» закупівель; які стадії життєвого циклу товарів, робіт і послуг найбільш впливають на навколишнє середовище і які є можливості для зменшення їх впливу. Ці вимоги відображені в місцевому законодавстві кожної країни-члена ЄС.

Незважаючи на те, що втілення ідеї «зелених» закупівель є добровільним інструментом для використання в державній політиці і державні органи мають право обирати якою мірою їх реалізовувати, вони мають значні економічні, екологічні, соціальні переваги. У зв'язку з цим, можна виділити ряд переваг, класифікувавши їх за різними критеріальними ознаками.

Література: 1. Халіна В.Ю., Устіловська А.С., Ветрова В.В., Гончаренко П.І. Адаптація механізму впровадження «зелених» закупівель до вітчизняних економічних умов. *Ефективна економіка*. №4. 2019. – URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=7004> (дата звернення: 17.04.2020). 2. Настанова щодо застосування зелених закупівель в державному та приватному секторах економіки. Методичний посібник / Барановська В.Є. та ін. К.: Інтерсервіс, 2013. 76 с. 3. Звіт у рамках Партнерства ЄС для охорони довкілля і зростання у рамках програми «Озеленення економіки у країнах Східного партнерства» (EaP GREEN). URL: <http://www.green-economies-eap.org/topics/sustainablepublicprocurement> (дата звернення:

## ВИЗНАЧЕННЯ РІВНЯ ГОТОВНОСТІ ДО УЧАСТІ У ПУБЛІЧНИХ ЗАКУПІВЛЯХ

Канд. екон. наук, доц. Халіна В.Ю., магістр Маліка А.  
*Харківський національний університет будівництва та архітектури*

При аналізі середовища електронних закупівель важливим аспектом виступає управління логістичними процесами, зокрема, інформаційними, фінансовими, інформаційно-фінансовими потоками, потоками паперових та електронних документів, товарними потоками, потоками робіт і послуг.

З позиції підприємств-учасників електронних публічних закупівель оцінювання економічної ефективності передбачає визначення співвідношення «витрати – ефект». Співставлення витрат, спрямованих на результативність закупівель і необхідних для виконання своїх зобов'язань перед замовником, та позитивних ефектів від виграшу у тендерній процедурі дає можливість оцінити рівень доцільності для підприємства у такому виді діяльності (рис. 1).

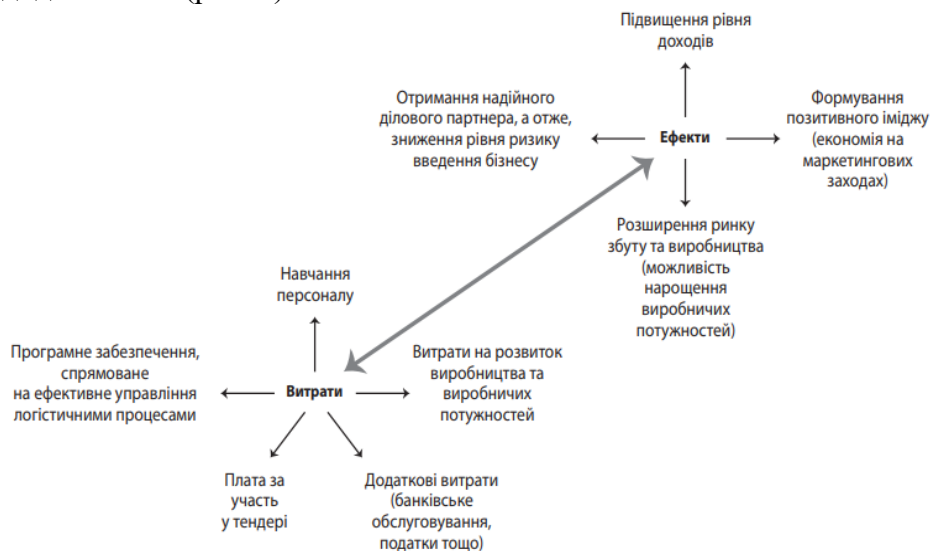


Рисунок 1 – «Витрати – ефекти» участі підприємства у публічних електронних закупівлях

Таким чином, на основі вищеописаного, можна стверджувати, що з позиції підприємств-учасників електронних публічних закупівель одним із ключових напрямів діагностики є визначення рівня готовності до участі в електронних державних тендерних процедурах. Цей показник пропонується ґрунтувати на критеріях, котрі пов'язані із управлінням системами інформаційної, інформаційно-фінансової та фінансової логістики, системою документо-логістики, системами товарної логістики, логістики послуг і робіт. Такий критеріальний підхід можна застосовувати і до визначення показника рівня готовності підприємства до виконання зобов'язань перед замовником після завершення тендерної процедури.

Виходячи із результатів вивчення літературних джерел та аналізу практичного досвіду підприємств, можна зробити такі загальні висновки й окреслити перспективи подальших наукових розвідок, а також надати рекомендації в цьому напрямі, які полягають у такому:

1) досліджено середовище функціонування системи електронних публічних закупівель із урахуванням логістичних процесів із інформаційними, інформаційно-



фінансовими, фінансовими потоками, з потоками електронних і паперових документів, з потоками товарів, послуг, робіт; запропоновано трактувати поняття «документологістика» у системі електронних публічних закупівель як спосіб управління рухом потоків електронних і паперових документів, що дає змогу забезпечити урегулювання взаємовідносин як на електронному майданчику, так і поза ним між суб'єктами закупівель (замовниками, постачальниками, фінансовими посередниками, операторами електронних майданчиків);

2) розширено класифікацію основних груп показників системи електронних державних закупівель на макро- та мікрорівні, зокрема, виокремлено такі: часові, кількісні, якісні, вартісні, техніко-технологічні показники та показники готовності. Ці показники є підґрунтям для самодіагностики підприємства, розробки тендерної документації, прийняття рішень тендерним комітетом та удосконалення модуля аналітики інформаційної системи закупівель;

3) розроблено підхід до визначення рівня готовності підприємств до участі в електронних державних тендерних процедурах на основі системи критеріїв, пов'язаних із управлінням системами інформаційної логістики, фінансової логістики, інформаційно-фінансової логістики, документологістики, товарної логістики, логістики послуг і робіт.

4) перспективою подальших розвідок у цьому напрямі є фінансово-економічний аналіз та оцінка ефективності механізму тендерного забезпечення у системі електронних публічних закупівель України та країнах Європейського Союзу. Рівень готовності підприємств до участі в електронних державних тендерних процедурах на засадах логістичного управління:

1.Спроможність і готовність бізнес-процесу та персоналу реагувати на інформаційні зміни Рівень гнучкості бізнеспроцесів і реагування персоналу відповідає ступеню змінюваності інформаційного середовища підприємства.

2.Забезпеченість фінансовими ресурсами для інвестування у розвиток ІТ-інновацій та технологій електронної комерції.

3.Застосування програмно-технічних засобів і способів забезпечення інформаційної безпеки.

4.Наявність власного веб-сайту із платіжними елементами та якість інформаційної взаємодії із клієнтами та бізнеспартнерами.

5.Досвід використання цифрового підпису На підприємстві більше п'яти років практикується використання цифрового підпису.

6.Наявність уніфікованої системи з електронного документообігу.

7.Наявність системи електронних квитанцій і договорів.

8.Співвідношення у використанні паперових і електронних документів.

9.Наявність структурного підрозділу фінансової логістики.

10.Рівень достатності фінансових потоків.

11.Можливість відстеження проходження вхідних і вихідних фінансових потоків.

12.Репутація підприємства в обслуговуючому банку та репутація як ділового партнера в аспекті своєчасності і в повному обсязі проведення платежів.

13.Наявність відповідного програмного забезпечення для проведення платежів у системах електронної комерції.

14.Співставлення фактичного обсягу продажу товарів / надання послуг / виконання робіт до планових обсягів .

15.Самостійне здійснення перевезення товарів.

16.Потужність транспортної логістичної системи підприємства.

17.Наявність провідних інформаційних технологій для відстежування руху товарів під час їх транспортування.

## ТРАНСПАРЕНТНІСТЬ БУДІВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Канд. екон. наук, доц. Халіна В.Ю., канд. техн. наук, доц. Сироватський О.А.  
*Харківський національний університет будівництва та архітектури*  
PhD, проф. Покуса Т.

*Вища школа управління і адміністрації в Ополє, Польща*

Транспарентність будь-якої екосистеми втілює в собі відкритість у всіх розуміннях, перш за все відкритість інформації. Роль інформації у забезпеченні транспарентності екосистем базується на роботах Дж. Стігліца, який є одним з зачинателів цього напрямку економічної науки. Інформація, на сьогоднішній день, здобула властивості товару, а отже має вартість, яка залежить від багатьох факторів, одними з яких є якість (доступність та достовірність). Сучасний етап розвитку цивілізації характеризується наявністю інформаційної інфляції, тобто зростанням маси інформації та швидким її подальшим знеціненням (через старіння, втрату актуальності, недостовірність або складність перевірки). Саме тому важливість транспарентності як квінтесенції якісної інформації постійно підвищується. При цьому транспарентність виступає детермінантом довіри до підприємства споживачів, партнерів, контролюючих установ, влади та інших стейкхолдерів. Довіра виникає лише за умови розуміння, яке в свою чергу можливе через отримання якісної інформації про суб'єкт господарювання. Тому, підприємства самі зацікавлені у веденні бізнесу на засадах прозорості, відкритості, гласності, а отже транспарентності. Таким чином, транспарентність є однією з конкурентних переваг бізнесу у напруженій боротьбі за споживача та фактором полегшення здійснення діяльності стосовно інших стейкхолдерів.

В даному дослідженні розглядається транспарентність будівельних підприємств. Оскільки, висунутою гіпотезою було те, що транспарентність виступає детермінантом довіри стейкхолдерів до підприємства, то в будівельній галузі довіра є чи не найвизначнішим показником успіху підприємства на ринку. Це пов'язано з вимогами до продукції будівництва, а саме надійністю, довговічністю, екологічністю, безпечністю для життя та здоров'я і, безперечно, комфортністю та естетичністю. Всі ці ознаки будівельної продукції формують репутаційні складники підприємства. При цьому, якщо будівельна компанія демонструє транспарентний підхід у своїй діяльності, то формуються, відповідно, довірчі відносини з її стейкхолдерами.

Також необхідно відмітити, що транспарентність є одним з факторів формування напрямів сталого розвитку підприємства, що, на сьогодні, є важливою складовою стратегій розвитку екосистем усіх рівнів. Ефект транспарентності для будівельного підприємства, який візуалізує усі описані вище процеси і явища та пояснює зв'язок між транспарентністю будівельного підприємства та довірою до нього стейкхолдерів. Слід зазначити, що перш ніж переходити на транспарентність у здійсненні діяльності, будівельній компанії слід поцікуватися про захист інформації, яка не підлягає оприлюдненню, а також застосовувати холістичний підхід, тобто врахування впливу інтересів внутрішніх та зовнішніх контактних аудиторій з одночасною інтеграцією в управлінську та господарську діяльність.

Таким чином, транспарентний підхід має використовуватися будівельними підприємствами як визначник (детермінант) довіри до них стейкхолдерів. Але при цьому, важливо наголосити, що транспарентність має бути присутня і у діяльності всіх, хто має відношення до будівництва як такого (органи влади, контролюючі установи, дотичні підприємства). При цьому серед чинників, що визначають позицію будівельного підприємства на ринку, не тільки ціна, якість, естетичність, екологічність, але й імідж компанії, який багато в чому залежить від транспарентності.

## ЗМІНИ ЗАКОНОДАВЧИХ УМОВ ЛІЦЕНЗУВАННЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ УДОСКОНАЛЕННЯ СФЕРИ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Канд. екон. наук, доц. Чайка І.П.  
Полтавський університет економіки і торгівлі

Сьогодні в Україні державна політика регулювання освітньої діяльності у сфері вищої освіти реалізується на основі трьох процедур: ліцензування, акредитації, атестації. Результатом є отримання ЗВО дозвільних документів на право здійснення освітньої діяльності. Реалізацію політики у межах зазначених процедур покладено на два органи: Міністерство освіти і науки України (МОН) України та Національне агентство із забезпечення якості освітньої діяльності (Нацагентство). Фактичне розмежування функцій цих органів управління відбулось лише в 2019 році, тому досі тривають процеси узгодження. Так, на офіційному сайті Нацагентства оприлюднено “Рішення... стосовно узгодження процесів ліцензування освітньої діяльності та акредитації освітніх програм” [1]. Рішення було прийнято як реакція Нацагентства на ситуацію, яка склалась на каналі міжнародного студентського обміну, а саме: з одного боку “на даний час частково або повністю відмовились від визнання дипломів українських ЗВО” більше десяти країн, спостерігається “падіння якості навчання для іноземних студентів”, з іншого, відмічене суттєве збільшення ліцензованих обсягів набору іноземних студентів. Нацагентство констатує, що тільки з січня по квітень 2019 р. було розширено ліцензовані обсяги на 8 520 осіб.

У зв'язку з цим 27 листопада 2019 р. Нацагентство звернулось до МОН із пропозиціями ліквідувати департамент ліцензування МОН як неефективний та відмовитись від процедури ліцензування у сфері вищої освіти, зробивши відповідні зміни у Законі “Про вищу освіту”. Як альтернатива ліцензуванню було запропоновано “передати функції ліцензування Нацагентству в якості першої акредитаційної експертизи освітньої діяльності” [1]. 16 січня 2020 р. було прийнято нову редакцію Закону “Про вищу освіту”, в якій внесені зміни до статті 24 “Ліцензування освітньої діяльності” у відповідності до Закону України «Про внесення змін до деяких законів України щодо вдосконалення освітньої діяльності у сфері вищої освіти» від 18 грудня 2019 р. Порівняння процедур ліцензування наведено у табл.

Як повідомляє онлайн-видання “Бюджетник” [2], МОН поінформувало, що ліцензування освітньої діяльності у сфері вищої освіти призупинено до затвердження: нової редакції Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності; порядку проведення виїзної ліцензійної експертизи при ліцензуванні освітньої діяльності вперше; переліку професій, для яких запроваджується додаткове регулювання. Окремо відмітимо, що у новій редакції Закону, на відміну від попередньої, чітко не визначено, який саме орган буде здійснювати ліцензування. Тобто, сьогодні ми є свідками суттєвих змін державної політики регулювання сфери вищої освіти, забезпечення прозорості оцінки функціонування ЗВО з боку держави.

### Аналіз змін законодавчих умов ліцензування [розробка автора на основі 1, 3]

Параметр аналізу	Редакція Закону “Про вищу освіту” від 01.01.19 Стаття 24. Ліцензування освітньої діяльності	Редакція Закону “Про вищу освіту” від 16.01.20 Стаття 24. Ліцензування освітньої діяльності
Орган, який видає ліцензію на освітню діяльність ЗВО	Пункт 1: “... центральним органом виконавчої влади у сфері освіти і науки” (МОН);	Пункт 1: “... визначеним Кабінетом Міністрів України органом ліцензування ..”;
Коментар: У редакції Закону 2019 р. стаття 13 “Повноваження центрального органу виконавчої влади у сфері освіти і науки” серед іншого містить: Пункт 9: “здійснює ліцензування освітньої діяльності у сфері вищої освіти та контроль за дотриманням вимог ліцензійних умов відповідно до законодавства”;		

<p>Пункт 22: “розробляє ліцензійні умови провадження освітньої діяльності та подає їх на затвердження Кабінету Міністрів України”; У редакції Закону 2020 р. у статті 13 пункт 9 у попередній редакції відсутній, пункт 22 залишено у попередній редакції;</p>		
<p>Документи, які подає ЗВО як запит на ліцензування</p>	<p>Пункт 2: ... заявник подає Нацагентству письмову заяву та документи, що підтверджують відповідність заявника стандарту освітньої діяльності...; Пункт 3: ... заявник подає МОН письмову заяву та експертний висновок Нацагентства;</p>	<p>Пункт 2: “.. здобувач ліцензії подає до органу ліцензування через Єдину державну електронну базу з питань освіти заяву та документи, що підтверджують відповідність забезпечення освітнього процесу заявника ліцензійним умовам провадження освітньої діяльності у сфері вищої освіти”;</p>
<p>Коментар: У редакції Закону 2020 р. відсутні вимоги попереднього отримання експертного висновку Нацагентства перед подачею заяви до органу ліцензування</p>		
<p>Підстави анулювання ліцензій та хто приймає рішення</p>	<p>Пункт 10: - заява ЗВО про припинення освітньої діяльності; - виявлення недостовірних відомостей у документах, поданих для ліцензування; - невиконання ЗВО протягом року розпорядження МОН про усунення порушення стандарту освітньої діяльності. Рішення про анулювання ліцензії не може бути прийнято стосовно ЗВО, який має чинний сертифікат про акредитацію освітньої програми. Рішення про анулювання ліцензії приймає МОН.</p>	<p>Пункт 4 (крім тих, що містились у попередній редакції Закону): - акт про відмову ЗВО у проведенні органом ліцензування перевірки; - відсутність провадження освітньої діяльності ліцензіатом..., що передбачає присвоєння професійної кваліфікації з професій, для яких запроваджено додаткове регулювання, протягом 365 днів.</p>
<p>Коментар: Згідно редакції Закону 2020 р. у разі відмови у проведенні органом ліцензування перевірки ЗВО “втрачає право провадити всі види освітньої діяльності у сфері вищої освіти”. Після прийняття спеціальних нормативних актів буде скасовано ліцензування деяких спеціальностей, окрім тих, які належатимуть до “регульованих професій” - таких, що передбачають особливо відповідальну роботу: діяльність у правничій сфері, атомній енергетиці, медицині, військовій службі тощо.</p>		
<p>Підстави для звуження ліцензійних обсягів</p>	<p>Не передбачено</p>	<p>Пункт 5: - заява ЗВО про звуження провадження освітньої діяльності; - акт про виявлення порушень ліцензійних умов ... на певному рівні вищої освіти або за певною освітньою програмою, що передбачає присвоєння професійної кваліфікації з професій, для яких запроваджено додаткове регулювання; - встановлення факту використання менше 50 % ліцензованого обсягу в кожний рік прийому... за певним рівнем вищої освіти або за певною освітньою програмою, що передбачає присвоєння професійної кваліфікації з професій, для яких запроваджено додаткове регулювання.</p>
<p>Коментар: До 2020 року Законом не було передбачено прийняття рішення про звуження провадження освітньої діяльності у сфері вищої освіти.</p>		

Література: 1. Рішення Національного агентства із забезпечення якості вищої освіти від 27 листопада 2019 р. стосовно узгодження процесів ліцензування освітньої діяльності та акредитації освітніх програм. URL: <https://naqa.gov.ua/wp-content/uploads/2019/11/%d0%a0%d1%96%d1%88%d0%b5%d0%bd%d0%bd%d1%8f%d0%9b%d1%96%d1%86%d0%b5%d0%bd%d0%b7%d0%9e%d0%b1%d1%81%d1%8f%d0%b3.pdf> 2. Ліцензування освітньої діяльності призупинили. “Бюджетник”. URL: <https://www.budgetnyk.com.ua/news/2400-ltsenzuvannya-osvtno-dyalnost-prizupinili> 3. Закон України “Про вищу освіту”, 2014. (Верховна Рада України). *Офіційний сайт Верховної Ради України*. URL: <https://zakon.help/law/1556-VII/edition01.01.2019/>

**СЕКЦІЯ 3**  
**СТАЛІЙ РОЗВИТОК ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ**

**THE OPPORTUNITIES AND CHALLENGES OF EMPLOYMENT IN TOURISM**

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor Krasnokutska I.  
*O. M. Beketov National University of Municipal Economy in Kharkiv*

Tourism is one of the world's largest and rapidly growing industries. In the 21st century, global economy is driven by three major industries including technology, telecommunication and tourism [1]. Tourism is the collection of activities, services and industries that deliver a travel experience including attractions, transportations, accommodations, eating and drinking establishments of retail shops, entertainment, business and other services provided for individuals or groups of travelling away from home.

The tourism industry is vast, and it continues to grow steadily around the world, outpacing global gross domestic product growth and most other industries on the planet.

International tourism continues to exceed expectations, supporting economic growth in both advanced and emerging economies and bringing much needed support to job creation, GDP and the balance of payments of many destinations. It is worth mentioning that one job in tourism generates 1,7 elsewhere [2].

Tourism involves a wide range of different activities, types of establishments, employment contracts and working arrangements. It provides working people with income and working experience and therefore contributes to their social inclusion and personal development.

Based on the involvement or contribution tourism supply side, employment opportunities in tourism and hospitality sectors can be created either directly or indirectly. Direct employment opportunities are the total number of job opportunities supported by directly in travel and tourism. For example employment by hotels, restaurants, travel agencies, tourism information offices, museums, protected areas such as national parks, palaces, religious sites, monuments, aircrafts, cruise lines, resorts or shopping outlets, souvenirs, photography, sightseeing tours, farmhouses, bed and breakfast, rural inns, and guest houses, local transportation (state owned airlines and railways, private transport facilities), guides, cooks and scouts.

Tourism also supports indirect employment in activities like restaurant suppliers, construction companies that build and maintain tourist facilities, as well as necessary infrastructure, aircraft manufacturers, various handicrafts producers, marketing agencies, accounting services, which are more or less dependent on the companies providing direct employment for their revenues.

Tourism is extremely labour intensive and a significant source of employment. It is among the world's top creators of jobs requiring varying degrees of skills and allows for quick entry into the workforce for youth, women and migrant workers. In some countries, the contribution of tourism for employment is indispensable as

- tourism offers opportunities for employment for persons entering the labour market for the first time or having difficulties in finding employment elsewhere,
- tourism plays a role in providing opportunities for low-skilled workers and workers with little qualification, migrants, unemployed youth, long-term unemployed, as well as women with family commitments who can take only part-time jobs,
- these types of job opportunities are an important supplemental income component for retired people and others who are experiencing work transitions.

Tourism creates many employment opportunities in different areas. However, there are some constraints of employment in tourism industry such as unstable employment, low job

status, long antisocial working hours and low pay. The immediate and most obvious consequences of such a situation is the difficulty of recruiting suitable staff and high staff turnover, these are costly to the success of the industry.

Employment opportunities in tourism are affected by different difficult situations that the industry faced. For instance, terrorist attacks are happening in different tourist destinations, new diseases such as Ebola or Corona virus; world economy crises and technological advancement in tourism such as the application of e-business, e-marketing and virtual tourism [3]. Due to these reasons, many tourism sectors are being loss their business. This is the main reason that employers are firing out the workforces, which give rise to unemployment rate.

Technology has become a mixed bag for tourism. It creates a great deal of conveniences while at the same time it becomes a threat to the industry.

Technology touches almost every aspect of the tourism industry. If we are smart enough to use the benefits of technology such as convenience, speed, and accuracy and avoid some of the pitfalls, user friendliness, and lack of human contact, then technology can be a great time and cost saver. But if the tourism industry forgets the importance of the human element and that tourism is all about the experience then it is making a major error.

Tourism is about the selling of memories, so no matter how good the technology may be, it does not provide human warmth of take-home experiences.

References: 1. WTTC Economic Impact Report 2019. URL: <https://wttc.org/Research/Economic-Impact> 2. UNWTO World Tourism Barometer and Statistical Annex, January 2020 18(1). URL: <https://www.e-unwto.org/toc/wtobarometereng/18/1> 3. The Report on World Tourism Economy Trends (2020). URL: <https://en.wtcf.org/en/special/2020/0113/5000.html>

## **HIERARCHY OF THE ADAPTIVE CONTROL OF THE PERSONNEL AT THE ENTERPRISE**

Post graduate Nalyvaiko T.

*Kharkiv National University of Civil Engineering and Architecture*

The world is changing permanently and rapidly. It should be noted that the activity of all market participants is performed under VUCA, the acronym of the first letters of the following English words volatility, uncertainty, complexity and ambiguity. It appears, that under such conditions it is impossible to perform control or it is even impractical, but in our opinion, namely the specified conditions require transformation of the approaches and methods of management. In order to be at the top under the conditions of VUCA-world, enterprises should permanently adapt. The mentioned statement determines the relevance of the research in the in the field of the adaptive control.

The adaptive control of the personnel of the enterprise, in the author's opinion should be considered as the activity of the controlling system (management entity) regarding the controlled system (management object), which are the employees of the enterprise, regarding their adjustment and transformations generally on the base of personal capabilities, abilities and characteristics to ensure mutual sustainable development through goals achievement of the participants of management process. The managers and top managers of the enterprise/organization department act as the controlling system, and employees of the enterprise/organization department act as controlled one.

The basis of the adaptive control is theories and concepts, which ensure flexibility of the control components: organizational structure, control methods, models, mechanisms, principles. It is important that the filling of the adaptive control has to have a flexible character, to react not static patterns on the environmental changes, but to have an opportunity

to change the reaction through the adaptation. Correspondingly, the object itself also has to change, that is it has to adapt.

In the works [1,2] it is said, that the management object has to adapt not only to changes, occurred in the external environment, but also to have its own adaptabilities, that is a capability to adapt to the adaptation process itself, to be ready for the permanent changes.

Furthermore, in the author’s opinion, among all objects of control, which can be considered as subsystems of the enterprise, it is the staff that is the most complex, important and specific, because it is a live economic and social system. And each individual, which forms it, has his interests and personal responses to changes, level of adaptability to them, and correspondingly individual properties may not coincide with collective ones and not meet purposes of the enterprise, its responses to changes and interests, that causes conflicts and correspondingly failure to achieve or problem achieving goals. Thus, author can agree with the researcher [2], who says about the multilevel adaptation and separates the control level system, business processes level, environmental factors level. Author considers that it is reasonable to highlight the individual level of adaptive control.

In accordance with the foregoing, the hierarchy of the adaptive control of the personnel at the enterprise is presented in Fig. 1. The first adaptation level (Aext) – adaptation to the environmental changes has the highest level in the hierarchy. The external environment (SENV) in its uncertainty, unsteadiness, random combination of the factors influences the enterprise generally and its each separate subsystem (SNm), where, in our opinion, it is reasonable to separate the control subsystem (SM) and the subsystem “personnel”, according to the research objective. It should be noted that the change of system is influenced by the internal and external environment, composed of various subsystems, forming it. Thus it may be said about system adaptation of higher and lower level relative to the internal environment (Aint) – another level of adaptation.

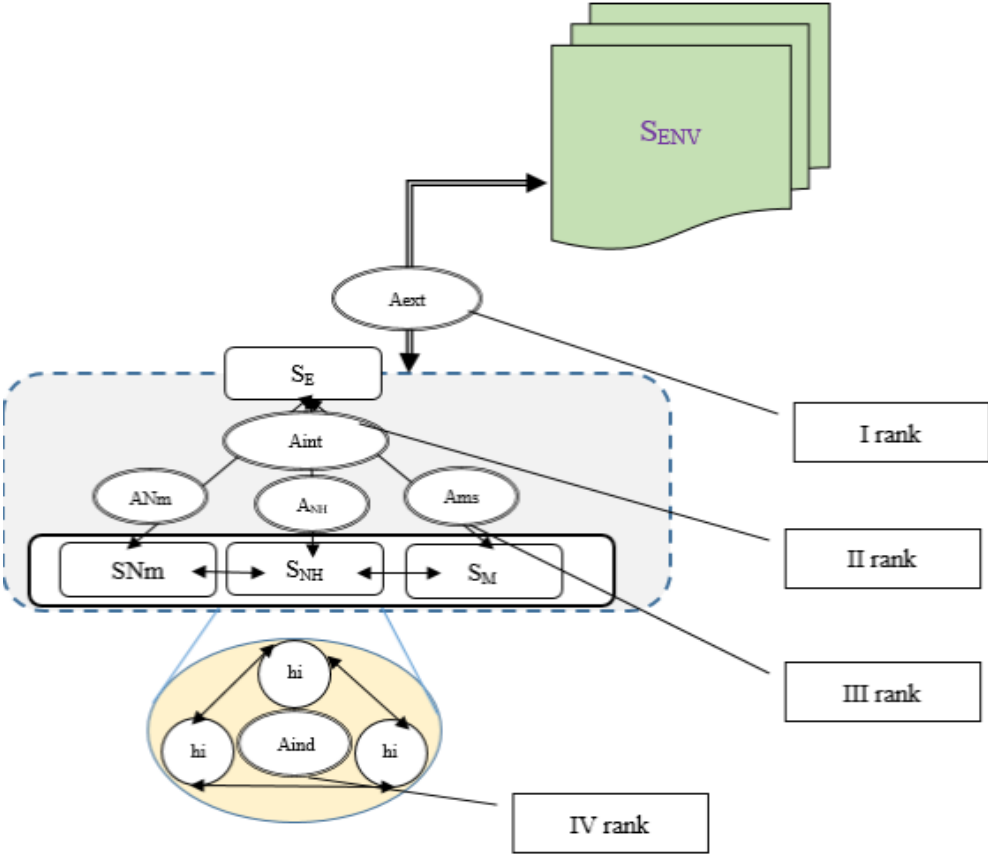


Fig. 1 - Hierarchy of the adaptive control of the personnel at the enterprise

Legend: SENV – system of environment with lots of undetermined factors; SE – system of the enterprise; SM – control subsystem of the enterprise; SNm – subsystem of the enterprise from N1 to Nm, depending on structuring (production, finances, logistics, etc.); SNH – subsystem of the enterprise “personnel”;

hi – separate employee as a representative of the subsystem of the enterprise “personnel”; Aext – adaptation to environmental changes; Aint – adaptation to the internal environment changes; Ams – adaptation to the changes of the control subsystem of the enterprise; A<sub>NH</sub> – adaptation to the changes of the subsystem of the system “personnel”; Aind – adaptation to the changes of the separate individual;

We shall note that the control system (SM) as well as the personnel system (SNH) comes under other subsystems (parity) and the systems of the enterprise generally (SE), and also the systems of lower level – separate representatives of the personnel, employees (hi). In this case, the control system (SM) has to adapt to the influences of higher and lower levels that governs its adaptation (Ams) and adaptation of the subsystem “personnel” (SNH) – the third level of adaptation.

The representatives of the personnel - separate employees influence each other and the systems of higher levels, are changed under the influence of various factors of the internal and external character, thus it can be said that the adaptation to the changes of the separate individual (Aind) is the forth level of adaptation.

Furthermore, it should be noted, that each control object has particular capability for adaptation – level of adaptation to demands of external environment in relation to it.

At the same time, the enterprise also has influence on the external environment, as an open system, that requires the environmental reaction to its influence. This influence is based on the managerial decision regarding the appliance of the particular behavior pattern – basic, known or innovative for the enterprise. Such decision arises in the particular period, which can be considered as a change point (bifurcation point) of the entire system, as the system is renovated on the base of external and internal actions. Thus, the result of the adaptive control is such managerial decision, that is based on the results of all levels adaptation, that leads to the mutual transformation of the system and involves appliance of the changed behavior pattern as a reflection to impacts.

References: 1. Socio-economic systems: genesis and development problems (2003) edited by A I Tatarkin. Ekaterinburg Institut Ekonomiki UrO RAN; 2. Gaisina L. M. (2015) Adaptive management in conditions of social change. *Sovremennye problemy nauki i obrazovaniia*. №1. part. 1. available at: <http://www.science-education.ru/ru/article/view?id=19583>

## **ANALYSIS OF THE LABOR MARKET IN UKRAINE**

C.e.s., as.prof. Smachylo V.V., Kuzmenko I.M  
*Kharkiv National University of Civil Engineering and Architecture*

Indicators and rates of change in the number of people of working age, employment and unemployment rates and other statistics of the State Employment Service are extremely important for the state economy. These data make it possible to know and predict the growth or decline in the economic development of the country.

With the advent of global competition in the labor, market demand for workers increased, and with it and wages. Ukraine is not yet able to compete with its neighbors in terms of wages. Because of this, in recent years we can see a significant outflow of labor from the country. According to the National Bank of Ukraine, in the first quarter of 2019 the demand for labor was quite high, as a result of which the employment rate increased from 55.9% to 57.1%. The number of vacancies has also decreased, which may indicate a partial satisfaction of demand for workers. However, there is a problem of lack of qualified staff in almost all areas. The shortage of workers in construction and industry is particularly noticeable. This can be explained, because Ukraine, according to the statistics of the Ministry of Labor and Social Policy of Poland in 2018, has the largest number of migrant workers in these areas of employment.



Lack of staff causes wage growth in Ukraine. Thus, in Kyiv, according to the statistics of such sites with vacancies as hh.ua, work.ua, the average salary in Kyiv as of August 2019 reaches 16,679 hryvnias and increased by 17.4% compared to 2018. According to the portal "HeadHunter Ukraine" [4], the largest level of wages compared to 2018 increased in the following areas:

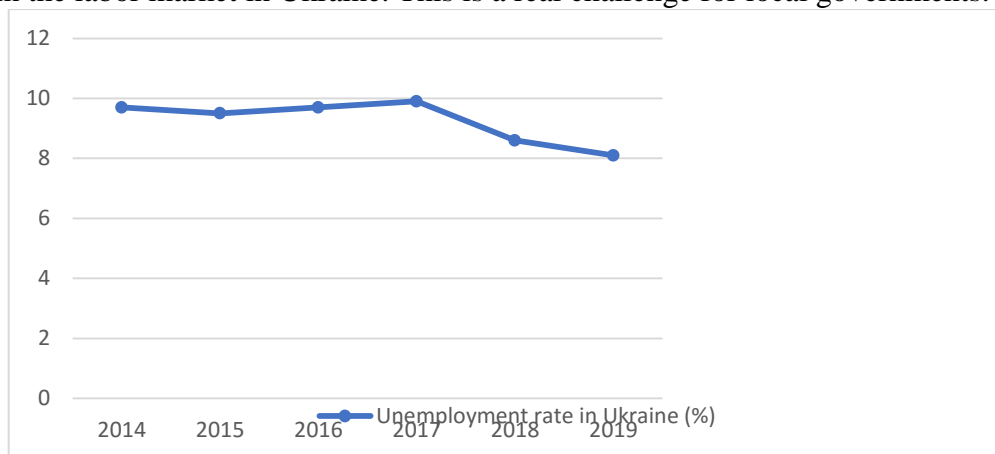
- "Senior Management" - 24%
- "Medicine and Pharmaceuticals" - 18%
- "Personnel management, training" - 13%
- "Science and Education" - 12%
- "Administrative staff" - 12%
- "Tourism, hotels, restaurant business" - 11%

According to the State Statistical Service of Ukraine [1], in 2018, 17.9 million working-age people lived in Ukraine. The employed population was 16.4 million people, as a percentage - 57.2%. The unemployment rate according to the ILO (International Labour Organization) methodology was 8.6%.

Statistics for 2019 showed that last year the number of labor force in Ukraine reached 18.08 million people, among whom the employed population was 16.62 million people, which is 58.3% of the total population. The unemployment rate compared to 2018 decreased slightly and reached 8.1%.

Meanwhile, the unemployment rate in the European Union has reached a record low of 6.2% according to Eurostat. The lowest level was recorded in the Czech Republic (2.00%), as well as in the Netherlands and Germany (3.2%).

In developed economies, the question of insufficient labor immigrants has arisen. In 2018, the German Chancellor announced the need to simplify the conditions for attracting labor immigrants; the same plans have many other countries, such as Canada, Sweden, and Poland. A more active policy of attracting immigrants to North America and Europe leads to crises in the labor market in Ukraine. This is a real challenge for local governments.



Picture 1 - Unemployment rate in Ukraine in recent years; *Built on [1]*

Labor shortages lead to the closure of enterprises and organizations, which will reduce local budget revenues and significantly increase the burden on infrastructure maintenance and pension payments. Therefore, appropriate measures should be taken as soon as possible to overcome the shortage of staff by attracting labor immigrants from other countries and the gradual return of Ukrainian emigrants.

References: 1. Офіційний сайт комітету статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua) 2. Офіційний сайт НБУ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [www.bank.gov.ua](http://www.bank.gov.ua) 3. Офіційний сайт статистичного бюро ЄС [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [www.ec.europa.eu/eurostat](http://www.ec.europa.eu/eurostat) 4. Сайт з пошуку та розміщення вакансій в Україні HeadHunter [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [www.hh.ua](http://www.hh.ua)

# STARTUPS AND SMEs AS A DRIVER OF ENTREPRENEURSHIP'S DEVELOPMENT

*C.e.s., as.prof. Smachylo V.*

*Kharkiv National University of Civil Engineering and Architecture*

*PhD. Fabus M.*

*School of Economics and Management in Public Administration in Bratislava, Slovakia*

Entrepreneurship is a main point of sustainability. There are a lot of types and form of entrepreneurship in the worlds. There are companies of all size: corporation, small and medium-sized enterprises (SMEs), start-ups. Ukraine is just beginning to be widespread with the phenomenon of a startup that associates an average citizen with a small business. But Western economies and USA distinguish between startups and small businesses.

According [1] SMEs are defined in the EU recommendation 2003/361. The main factors determining whether an enterprise is an SME are [1] (tabl.1):

- staff headcount;
- either turnover or balance sheet total.

Table 1 – Determining whether an enterprise is an SME [1]

Company category	Staff headcount	Turnover total	or	Balance sheet
Medium-sized	< 250	≤ € 50 m		≤ € 43 m
Small	< 50	≤ € 10 m		≤ € 10 m
Micro	< 10	≤ € 2 m		≤ € 2 m

In the same time, factors like staff headcount and either turnover or balance sheet total are not enough for identification different between start-ups and small businesses. So, according [2] a startup differs to a small business largely in its focus on growth, innovation and in its behaviours. Startup is a ‘business with high impact potential that uses innovation and/or addresses scalable markets’. They are businesses in the early stages of formation, developing an idea into a functioning business that meets market needs and is able to grow.

According [2] main feathers which formation different between startups and SMEs are presented on fig. 1.

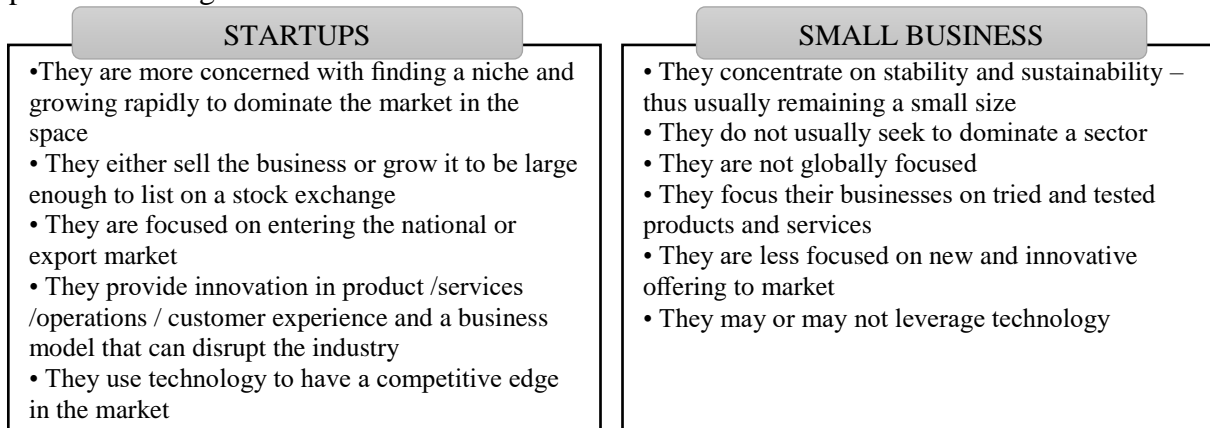


Fig. 1 - Main feathers which formation different between startups and SMEs

In conclusion, startups is a beginning form of entrepreneurship which based on innovation and focusing on rapidly growth. And a person who start a business is oriented on strategic planning.

References: 1. An official website of the European Union URL: [https://ec.europa.eu/growth/smes/business-friendly-environment/sme-definition\\_en](https://ec.europa.eu/growth/smes/business-friendly-environment/sme-definition_en) 2. A startup guide and toolkit for local government URL: <https://launchvic.org/files/LV-Startup-Guide.pdf>

## ENERGY EFFICIENCY DRIVERS FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT: THE CASE OF UKRAINE

Dr. Sc. (Econ), Professor, Iryna Sotnyk,  
PhD (Econ), Associate Professor, Oleksandra Kubatko,  
*Sumy State University*

Ensuring energy efficiency increasing for sustainable development provision of the countries is a priority for many national governments today. For Ukraine, which institutional changes have a high potential for implementing positive energy efficient transformations especially in the household sector, the adoption of timely and justified political decisions is an essential practical issue of improving social, economic and energy performance of the state. In turn, such recommendations require determining a range of factors that affect the dynamics of national energy efficient development.

The objective of the study is to estimate the energy efficiency development of Ukraine as well as to identify drivers of its change. In addition, we offer conclusions and recommendations for improving the national and local policies in order to ensure the energy efficiency improvements in the country. Using the ordinary least square technique for time series data within the software application Stata 14.0 and based on the State Statistics Service of Ukraine data sets, the authors have constructed and tested econometric model, which includes various factors influencing on energy efficiency (in terms of gross domestic product (GDP) per unit of energy, constant 2011 PPP \$ per kg of oil equivalent) for the period 1999-2018. The considered factors are GDP per capita as a proxy for household income, gross capital formation as a proxy for investment in energy efficient measures, percentage of utilities expenditures as a share of household expenditures on payment for utilities in their income and crude oil average prices as a proxy for utilities consumer prices.

The results of econometric modelling for energy efficiency have confirmed that the increment in gross capital formation negatively affects GDP per unit of energy. It means that gross capital formation is not related to energy-saving technologies in Ukraine and even impedes energy-efficient progress. As households' expenditures for utilities grow by 10 percentage points, the energy efficiency indicator improves by \$1 per kg of oil equivalent. That is each additional percentage of expenditures for utilities (in the structure of total household expenditures) leads to an increase in the energy efficiency of \$0.11 per kg of oil equivalent. With rising crude oil average prices by \$10, GDP per unit of energy improves by \$0.067 per kg of oil equivalent.

Therefore, the results of econometric modelling have confirmed the positive impact of an increase in GDP per capita, expenditures for utilities and crude oil average prices on improving energy efficiency in the long run. In contrast, the investment factor negatively affects energy efficiency, which indicates the gaps in the state's investment policy and the lack of energy efficiency goals in its priorities as it was noted above.

Overall, obtained empirical results should be considered when improving the national investment guidelines and other regulatory mechanisms to ensure energy-efficient development of Ukraine. In this context, the perspective directions of improving state and local policies can be as following: 1) expansion of financing of the “warm” loan state program for the population; 2) maintaining of a feed-in tariff for electricity generated by households' renewable energy facilities and creation of green energy cooperatives; 3) expanding cooperation with international financial institutions to implement energy-efficient measures for households and utility suppliers; 4) abolition of government subsidies for fossil fuels; 5) strengthening information support for energy-efficient measures in the residential sector.

## ЗАСТОСУВАННЯ ЕКОЛОГО-ЕКОНОМІЧНИХ МЕХАНІЗМІВ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ МІСТ

Канд. екон. наук, доц. Адвокатова Н.О.  
*ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»*

Активізація розвитку сфери екологічної безпеки життєдіяльності міського населення як частини національної економіки України повинна стати одним із пріоритетних завдань в руслі державної політики та оптимізації економіки. Важливим кроком, як уже зазначалося, в напрямі ефективного забезпечення державної політики у сфері екологічної безпеки життєдіяльності населення України повинно бути також і вдосконалення її економічних механізмів та інструментів, серед яких важливе місце займають фінансово-економічні (податкові, бюджетні, стимулюючі) та інвестиційні заходи. Фінансово-економічне забезпечення реалізації заходів із забезпечення екологічної безпеки життєдіяльності населення спрямовано на:

а) удосконалення нормативно-правового забезпечення:

- розподіл повноважень органів державної та місцевої влади щодо усунення дублювання у сфері прийняття та реалізації нормативних актів;
- врахування зарубіжного досвіду регулювання діяльності суб'єктів підприємницької діяльності у сфері природокористування при розробленні нормативно-правових актів, зокрема, місцевих правил (регламентів) землекористування;
- посилення контролю за виконанням нормативних актів з боку органів виконавчої влади у межах своїх повноважень;

б) розроблення механізмів стимулювання суб'єктів господарювання до здійснення еколого-орієнтованої діяльності:

- запровадження податкових пільг та стимулів;
- розроблення державних та місцевих програм фінансування заходів щодо попередження екологічних небезпек в межах територій рад та диференціація екологічного податку для підприємств, що реалізують заходи екологічного спрямування;

в) популяризація ідей екологічного підприємництва, стимулювання й підтримка ініціатив до повторного використання сировини, перероблення відходів, застосування безвідходного виробництва тощо.

Згідно здійсненої систематизації внутрішніх та зовнішніх загроз фінансово-економічній та екологічній безпеці, до внутрішніх загроз, що прямо чи опосередковано можуть вплинути на елементи екологічної безпеки, належить недосконала фінансово-економічна політика держави та територіальної громади міста (наприклад, недостатнє фінансування бюджетних програм екологічного спрямування, нецільове використання коштів екологічного фонду). До зовнішніх загроз екологічній безпеці віднесемо в першу чергу нестабільність економіки країни.

Таким чином, врахування впливу фінансово-економічних та екологічних загроз на взаємодію суб'єктної та об'єктної складових елементів системи екологічної безпеки на територіальному (місцевому) рівні включає інститут функції забезпечення та інститут функції регулювання, які містять інструменти адміністрування та стимулювання реалізації заходів щодо зменшення впливу антропогенних факторів на екологічну безпеку життєдіяльності населення і інструменти регулювання діяльності органів виконавчої влади та місцевого самоврядування щодо планування та реалізації заходів раціонального землекористування та землевпорядкування.

Формування системи індикаторів раціонального міського землекористування здійснюється за чотирма групами показників – екологічних, економічних, соціальних, еколого-економічних. Визначений на їхній основі інтегральний показник, у порівнянні з попереднім періодом, свідчить про зміну рівня міського землекористування та

землепорядкування. Це необхідний елемент системи управління. Це також цільове планування забезпечення раціонального міського землекористування та землепорядкування в майбутньому. Систематизація та вибір інноваційних стратегій необхідні для впровадження новітніх технологій та є орієнтиром для різних завдань менеджменту.

Відповідно до Закону України «Про державне прогнозування та розроблення програм економічного і соціального розвитку України» система прогнозних і програмних документів економічного і соціального розвитку включає прогнози розвитку областей, районів та міст на середньостроковий період, а також програми економічного і соціального розвитку цих же адміністративно-територіальних одиниць на короткостроковий період. Як зазначається у вказаному Законі прогнозування економічного і соціального розвитку області, району, міста повинен містити:

- аналіз соціально-економічного розвитку відповідної адміністративно-територіальної одиниці за попередній період та характеристику головних проблем розвитку її економіки та соціальної сфери;
- стан використання природного, виробничого, науково-технічного та трудового потенціалу, екологічну ситуацію у відповідній адміністративно-територіальній одиниці;
- прогноз кон'юнктури на ринках основних видів товарів та послуг;
- можливі шляхи розв'язання головних проблем розвитку відповідної адміністративно-територіальної одиниці;
- цілі та пріоритети соціально-економічного розвитку в середньостроковий період та пропозиції щодо заходів місцевих органів виконавчої влади та органів місцевого самоврядування для їх досягнення;
- основні показники соціально-економічного розвитку відповідної адміністративно-територіальної одиниці;
- висновки щодо тенденцій розвитку економіки відповідної адміністративно-територіальної одиниці протягом середньострокового періоду.

Висновок. Еколого-економічний механізм сталого розвитку міст повинен включати: екологічний моніторинг; еколого-правове забезпечення функціонування землекористування; екологічний аудит; економічне обґрунтування втрат, що зумовлюються вилученням сільськогосподарських, лісових, водогосподарських і рекреаційних угідь, обмеженнями у землекористуванні, забрудненням земель і погіршенням їх якісного стану. Різноманітність видів моніторингу та підпорядкування їх ведення різним відомчим організаціям не дозволяє мати повну та об'єктивну комплексну інформацію, яка формувалася б за єдиною методологією, була співставною за часом спостережень та у просторовому вимірі.

Стратегічні напрями використання і охорони земель міста орієнтуються на суттєве зростання ролі землі у формуванні міського бюджету та забезпечення комплексного розвитку земельних відносин, які повною мірою сприяли б задоволенню соціально-економічних потреб населення і формуванню якісного екологічного середовища міста.

Література: 1. Кірова М. О. Окремі аспекти особливостей поняття та сутності екологічної безпеки життєдіяльності міського населення. Землеустрій, кадастр і моніторинг земель. 2017. № 2.- С. 100–109. 2. Адміністративно-територіальний устрій України за станом на 01.01.2018 р. / Управління по зв'язках з місцевими органами влади та органами місцевого самоврядування Апарату Верховної Ради України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: // <http://rada.gov.ua>. 3. Третяк А. М., Третяк В. М., Гунько Л. А., Лобунько Ю. В. Організація землекористування структурних елементів екомережі України на місцевому рівні: [монографія]. К., 2016. - 163 с.

## РЕСУРСОЗБЕРІГАЮЧІ ТЕХНОЛОГІЇ ЯК ЗАПОРУКА ЕКОЛОГІЧНОГО СТАЛОГО РОЗВИТКУ

Здобувач вищої освіти Артамонова О.Д.,  
науковий керівник: канд. екон. наук, доц. Капленко Г.В.  
*Львівський національний університет імені І. Франка*

Найбільш актуальним напрямом дослідження в XXI столітті, є основні аспекти екологічно сталого розвитку в умовах глобальних викликів та загроз. Взаємодія людини і природи є фундаментальною умовою існування суспільства. Процеси життєдіяльності людини впливають не лише, безпосередньо, на суспільство, а й на природу в цілому. Таким чином величина ефекту впливу суспільства є прямопропорційною до величини відтворення навколишнього середовища і може бути як позитивною так і негативною. Відтак екологічний фактор є вагомою складовою сталого розвитку, посилена увага до якого пояснюється підвищенням рівня антропогенного навантаження на довкілля, а також стрімким розвитком науково-технічного прогресу.

Бурхливий розвиток промислового виробництва зумовив значне зростання обсягів використання природних ресурсів і водночас спостерігається виснаження родовищ не відновлюваних ресурсів і забруднення довкілля. Питання раціонального природокористування особливо важливим є для України, оскільки наша країна не забезпечена в повній мірі власними ресурсами, а валовий внутрішній продукт за рівнем ресурсоемності в 1,5 – 8 разів перевищує показники розвинених країн.

Світовий досвід наукоємного техногенного виробництва свідчить про те, що раціональне природокористування та ресурсозбереження забезпечуються завдяки впровадженню ефективних економічних механізмів управління природними ресурсами, використанню маловідходних і безвідходних технологій, ефективних систем і засобів контролю за використанням та збереженням ресурсів і захистом довкілля від забруднення.

В умовах глобалізації і інтеграції України до світових продовольчих ринків відбувається зростання конкуренції, це змушує вітчизняних виробників зберегти та збільшити конкурентні переваги власного виробництва продукції, що можливо досягти шляхом переходу від традиційних методів виробництва до запровадження і адаптування інноваційних технологій, постійного пошуку і реалізації ефективних управлінських рішень.

Досвід країн з розвинутою ринковою економікою засвідчує, що саме інноваційна діяльність є рушійною силою всього господарського життя і переважний приріст виробництва забезпечується саме за рахунок впровадження інноваційних технологій.

Маємо визнати, що подальша інтенсифікація вітчизняного виробництва повинна відбуватися не за рахунок екстенсивних та інтенсивних ресурсоемних методів виробництва, а шляхом ефективного використання і збереження наявних виробничих ресурсів. Це дасть можливість задовольнити зростаючі потреби споживачів, здійснити технічне та технологічне переоснащення галузей, зберегти наявний природний потенціал України та відродити її економіку, яка буде солідарна з екологічними нормами. В поєднанні з іншими інноваціями ресурсозберігаючі технології є основою розвитку стійкого високоефективного аграрного виробництва.

За останні роки ресурсозбереження стало одним з пріоритетних напрямів державної політики. Зокрема в цей час було розроблено «Енергетичну стратегію України на період до 2030 року». Що ж стосується державної економічної політики в сфері ресурсозбереження, то відсутність комплексної системи оцінки ресурсоефективності унеможливує розвиток ефективних важелів регулювання ресурсозберігаючої діяльності підприємств, стимулювання до ресурсозбереження, а

отже, знижує її ефективність і породжує «застій». В цьому контексті, застосування найкращих закордонних практик є вдалим вирішенням проблеми. Досить довгий час найближчим партнером є Європейський Союз.

Енергетична стратегія Європейського Союзу — стратегія, розроблена Європейською Комісією, щодо основних напрямів розвитку енергетики Країн-Членів. Створення єдиного європейського Енергетичного Союзу формує ви-клики та відкриває перед Україною нові можливості долучитись до цього процесу, надає можливість стати повноправним членом європейського енергетичного союзу та будувати на цій основі євроінтеграційну стратегію. Україна перебуває на перехресті енергетичних потоків, має розвинену газотранспортну інфраструктуру та найбільші на всій території Європи підземні газосховища, забезпечує транзит енергоносіїв зі Сходу до ЄС.

Разом з тим, потенціал щодо освоєння НВДЕ (Нові Відновлювані Джерела Енергії) є суттєвим досвідом щодо розвитку біоенергетики в Україні серед компаній з іноземними інвестиціями. Вагомий потенціал має комерціалізація українського інтелектуального продукту у сфері енерготехнологій, розвитку відновлюваної енергетики — зокрема біопалива, що виробляється з відходів тваринницьких ферм, відходів соломи, соняшника, деревообробки. Залучення іноземних інвесторів до створення спільних підприємств з виробництва відновлюваної енергетики, розвиток об'єктів енергетичної інфраструктури сприятиме розвитку єдиної енергетичної системи Україна — ЄС, що сприятиме євро-інтеграції нашої країни.

На сьогоднішній день, в світі, процес екологізації бізнесу просунувся від етапу запровадження до активного застосування. Переважна більшість підприємств усвідомлюють свою «не економність», не просто як факт, а мають в розпорядженні дані, про негативний вплив на навколишнє середовище кожної з ділянок виробництва. Україна, як частина глобального господарства, поступово досягає відповідного рівня екологізації підприємств. За останні роки основна маса українських бізнес підрозділів вже запровадила найкращі світові практики щодо економії ресурсів. Як наслідок, вони стають більш конкурентоспроможними на глобальному ринку, за рахунок підтримки світових цінностей. Така ідеологія дозволяє їм підвищувати авторитет і зарозом отримувати фінансові вигоди, чи у вигляді збільшення рівня інвестування, чи зменшення постійних витрат.

Література: 1. Декларація «Прямуй на зелене» в рамках Генерального договору ООН. [Електронний ресурс]. — Режим доступу : [http://www.accountingukraine.kiev.ua/go\\_green\\_declaration.pdf](http://www.accountingukraine.kiev.ua/go_green_declaration.pdf) 2. Energy union. [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.consilium.europa.eu/en/press/pressreleases/2015/03/conclusions-energy-european-council-march-2015/> 3. Фактори та особливості екологічного сталого розвитку сільських територій в умовах глобальних викликів / [Інна О. Іртишева, Тетяна В. Стройко, Маріанна І. Стегней] — URL: [http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:7z2HHEGL9DIJ:www.irbis-nbu.gov.ua/cgi-bin/irbis\\_nbu/cgiirbis\\_64.exe%3FC21COM%3D2%26I21DBN%3DUJRN%26P21DBN%3DUJRN%26IMAGE\\_FILE\\_DOWNLOAD%3D1%26Image\\_file\\_name%3DPDF/ape\\_2015\\_1\\_37.pdf+&cd=6&hl=ru&ct=clnk&gl=ua](http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:7z2HHEGL9DIJ:www.irbis-nbu.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbu/cgiirbis_64.exe%3FC21COM%3D2%26I21DBN%3DUJRN%26P21DBN%3DUJRN%26IMAGE_FILE_DOWNLOAD%3D1%26Image_file_name%3DPDF/ape_2015_1_37.pdf+&cd=6&hl=ru&ct=clnk&gl=ua)

## **РОЗВИТОК ФІНАНСОВОГО СЕКТОРУ УКРАЇНИ**

Канд. екон. наук, доц. Белікова Т.В., ст. викл. Леуненко О.В.  
*Харківський національний університет будівництва та архітектури*

В останні роки Україну торкнулися кризи, такі як економічна, що посилювалася банківською та валютною кризами. Фінансовий сектор постраждав багаторазово. Причиною цього стала міжнародна криза 2008 року, яка спричинила обмеження ліквідності банківської системи. В результаті цього було посилено вимоги щодо

діяльності банківської системи, зокрема посилені вимоги щодо оцінки платоспроможності позичальника та оцінки нерухомості.

Політична криза 2014 – 2015 років супроводжувалася девальвацією гривні, інфляцією, суттєвим падінням ВВП майже на 10 % в 2015 році. Це спричинило значний відтік депозитних вкладень й, отже, нову хвилю банкрутств банків з недостатньо високою фінансовою стійкістю. В цей період з метою покращення стану банківської системи країни, а також з метою зниження кредитних ризиків НБУ почав впровадження заходів стабілізаційного характеру, зокрема ввів корективи щодо розрахунку обов'язкових економічних нормативів.

Реформа фінансового сектору в 2014 – 2019 роках направлена на протистояння кризовим явищам та зміцненню фінансової системи з метою наближення до рівня євростандартів та виконання вимог ЄС.

Сталий розвиток фінансового сектору України забезпечувався заходами, що сприяли розбудові інституційної спроможності регуляторів даного сектору, захистом прав споживачів фінансових послуг та інвесторів. Реалізація цих заходів забезпечувалася виведенням з ринку неплатоспроможних фінансових інституцій, рекапіталізацією банків, ідентифікацією операцій з пов'язаними особами, підвищенням вимог до мінімального розміру статутного капіталу тощо [1].

Крім того, в 2019 році відбулося зростання частки державного капіталу в банківському секторі після переходу Приватбанку у державну власність, що обмежує конкуренцію на ринку фінансових послуг.

Згідно Звіту про виконання комплексної програми розвитку фінансового сектору України до 2020 року [1] виконано 64 % всіх дій Програми повністю або хоча б одним регулятором [2]. Серед ключових реформ, впроваджених упродовж останніх років у банківському секторі, зокрема, такі: посилено інституційну спроможність центробанку та проведено його внутрішню трансформацію; запроваджено інфляційне таргетування та гнучке курсоутворення; проведено масштабну валютну лібералізацію; здійснено оздоровлення банківського сектору; посилено відповідальність власників та менеджменту банків і небанківських фінансових установ; впроваджено автоматизовану систему виплат вкладникам неплатоспроможних банків, скорочено строк виплати гарантованої суми відшкодування за вкладами, розширено перелік вкладників, на яких поширюються гарантії ФГВФО; запроваджено електронний підпис у банківській системі, систему дистанційної ідентифікації BankID НБУ тощо [2].

Станом на квітень 2020 року спостерігається спалах коронавірусу, який підвищив попит на валюту всередині України. Втім, Національний банк згладжував надмірні курсові коливання і проводив інтервенції з продажу валюти на міжбанківському валютному ринку. Це дає змогу нівелювати ажіотаж, спричинений психологічними чинниками [3].

За прогнозами Інституту міжнародних фінансів (ІМФ), глобальне зростання ВВП в цьому році може скласти всього 1%. Крім сфери медицини, пандемія найбільше вплине на сфери телекомунікацій і технологій, цифрових медіа, логістики та комерції, банкінгу та фінансових справ, і навіть на освітній сектор [4].

Однак, сьогодні критично важливо розуміти, що цей вплив передбачає не лише перспективу глобального спаду. Але й найсильніший поштовх до трансформації бізнесу, суспільства та їх взаємодії з державою і між собою. Отже, карантин, звичайно, стане причиною зниження економічного та фінансового розвитку країни, сповільнення обсягів нарощування ВВП, і, як слідство, деяке гальмування сектору фінансових послуг.

Література: 1. Звіт про виконання комплексної програми розвитку фінансового сектору України до 2020 року. URL: [https://bank.gov.ua/admin\\_uploads/article/Report\\_results%20KP\\_2020\\_detal.pdf?v=4&fbclid=IwAR1NO5cMP6D92azz1PeGb4dT4QbEpbY5NVNTTJngMnKwJd0OJZkHxDWw1lg](https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/Report_results%20KP_2020_detal.pdf?v=4&fbclid=IwAR1NO5cMP6D92azz1PeGb4dT4QbEpbY5NVNTTJngMnKwJd0OJZkHxDWw1lg) (дата звернення: 23.04.2020). 2.



Програма розвитку фінансового сектору виконана на 64%. URL: <https://finclub.net/ua/news/prohrama-rozvytku-finansovoho-sektoru-vykonana-na-64protsent.html> (дата звернення: 23.04.2020). 3. Національний банк проти коронавірусу. URL: <https://bank.gov.ua/about/covid19> (дата звернення: 23.04.2020). 4. Карантин на умовах цифрових технологій. URL: <https://www.everest.ua/uk/analytics/karantyn-na-umovah-cyfyrovyyh-tehnologij/> (дата звернення: 23.04.2020).

## **ДОСЛІДЖЕННЯ ТА ОЦІНКА ШЛЯХІВ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

Канд. екон. наук, доц. Благой В.В., здобувач вищої освіти Кануннікова В.В.  
*Харківський національний університет будівництва та архітектури*

Необхідність налагодження збутової діяльності стає нагальною для кожної компанії, яка працює на конкурентному ринку. Зі зростанням конкуренції компанія має звертати увагу не лише на цінову політику, а й на наявність своїх товарів на полицях магазинів та доступність їх потенційному покупцеві.

Збутова політика підприємства також спрямована на підвищення ефективності фірми, тому що в сфері збуту остаточно виявляються всі зусилля маркетингу по підвищенню прибутковості. Пристосовуючи збутову мережу під споживача, підприємство має більше шансів вистояти в конкурентній боротьбі, саме в даній сфері підприємець знаходиться ближче до покупця.

Виокремлено досвід американських компаній, які на персональний продаж витрачають до трьох разів більше, ніж на рекламу.

Використання засобів стимулювання збуту рекомендується підприємствам, що працюють на відносно невеликому ринку і не є на ньому лідерами, оскільки їх рекламні бюджети не можна порівняти з витратами на рекламу світових лідерів. Не пропонуючи пільг продавцям і не заохочуючи споживача, таким виробникам важко змагатися за місце на ринку. Цінова конкуренція часто використовується ними в спробах розширення частки ринку, а для лідерів така політика неефективна, тому що їх зростання ґрунтується на розширенні товарної категорії в цілому.

При розробці програми по просуванню товару все ширше використовують поєднання декількох засобів стимулювання.

Дослідження в області стимулювання збуту показали, що в порівнянні з рекламою стимулювання збуту викликає стійкішу і більш легко вимірювану реакцію об'єму продажів; ефективність стимулювання збуту підвищується при координації його заходів з рекламною кампанією. Як показують дослідження, цінове стимулювання, збільшує об'єм продажів приблизно на 15%; у поєднанні з рекламою показник виріс на 19%, а в комплексі з рекламою і демонстрацією товару на місці продажу - на 24%.

Розроблено напрямки підвищення ефективності збутової діяльності підприємства та розраховано витрати на їх реалізацію. На підставі отриманих даних структурувано зовнішні та внутрішні фактори, що обумовлюють процес розробки заходів які впливають на збутову діяльність підприємства. Збутова концепція стверджує, що споживачі не купуватимуть товари підприємства в достатній кількості, якщо воно не докладає значних зусиль у сфері збуту товарів. Підприємство керується тим, що споживачі переважно не мають явного наміру придбати їхні товари і тому треба вживати активних заходів для збуту товару, на цій основі розроблено кінцеву стратегію збуту продукції підприємства.

Таким чином після проведення розрахунків можемо зробити висновки щодо ефективності запропонованої програми стимулювання збуту товару.

Ефективність першої хвилі програми стимулювання збуту товару виявилася достатньо високою, що підтверджено наступним: рентабельність після запропонованих

заходів зростає у 3,8 рази, економічний ефект від проведення акцій є позитивним і склав 356,2 (тис. грн) або 29,7 (тис. грн) на місяць, загальна ефективність в абсолютних показниках за час проведення стимулювання продажів склала 2249 тис.грн., а товарообіг збільшився у 1,38 рази, тобто зріс на 38%. При цьому також досягнута економія умовно-постійних витрат у розмірі 408,35 тис. грн.

## ДОСЛІДЖЕННЯ ТА ОЦІНКА ШЛЯХІВ ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Канд. екон. наук, доц. Благой В.В., здобувач вищої освіти Кануннікова Д.С.  
*Харківський національний університет будівництва та архітектури*

Підприємство має більший потенціал у векторах фінанси та виробництво, а найслабкіший потенціал – у векторі організаційна структура менеджменту. Тому доцільним є залучення кредитних коштів для модернізації основних засобів (підвищення потужності підприємства та впровадження нових основних засобів та технологій).

Пропонується розпочати з заходу направлено на загальне підвищення рівня ефективності використання кадрового потенціалу і загалом діяльності, встановлення на підприємстві віртуальної АТС [1-6]. Це дозволить:

- фіксацію всіх вхідних і вихідних дзвінків з вказівкою номера телефону абонента, часу до відповіді, часу і запису самої телефонної розмови;
- по кожному телефонному номеру можна переглянути історію взаємодії скільки разів дзвонив, коли, з ким розмовляв і про що;
- переглядати статистику по всіх дзвінках за обраний вами період по кожному співробітнику, скільки дзвонили вперше, кількість пропущених, вихідних;
- налаштування будь-якого сценарію для вхідних дзвінків. Приміром, дзвінки надходять у відділ продажів, якщо 30сек. не відповідають - переадресація на мобільний телефон директора; можливість дзвінків з сайту; контролю та підвищення ККД співробітників; оптимізації та контролю витрат; безкоштовний зв'язок всередині офісу, зі складом та з філіями, в т.ч. в інших містах і країнах; можливість перевіряти ефективність своїх рекламних кампаній.

Ви можете здійснювати вихідні дзвінки прямо з МойСклад CRM. Для цього досить зайти на картку вибраного контакту і вибрати "зателефонувати через Vinotel".

Наприклад, в особистому кабінеті Vinotel по кожному менеджеру ви в будь-який момент можете подивитися: кількість прийнятих і пропущених дзвінків, кількість часу в розмові, аудіозаписи розмов, продуктивність співробітника в порівнянні з минулим тижнем, це особливо актуально в сучасних умовах праці в дистанційному режимі.

За допомогою цих даних ви зрозумієте, як працює ваш менеджер, викладається він також, як і в офісі. А щоденне планування завдань і звіти про виконану роботу не дадуть співробітнику розслабитися, а ви будете в курсі всіх робочих процесів.

Як свідчить досвід використання подібних систем, це дозволяє виявити недобросовісних співробітників, знизити затрати на зв'язок на 70% і підвищує рівень прибутку від звичайної діяльності на 2%.

Література: 1. Усик С. П. Аналіз послуг мобільного зв'язку на ринку України / С. П. Усик, С. А. Пономаренко // Сталій розвиток економіки. – 2016. – № 3. – С. 341-346. 2. Національна комісія, що здійснює державне регулювання у сфері зв'язку та інформатизації. Офіційний веб-портал Elektronnij resurs.- Rezhim dostupu: <http://nkrzi.gov.ua>. 3. Лазоренко Л. В. SWOT-аналіз діяльності підприємств мобільного зв'язку / Л. В. Лазоренко // Науковий вісник Херсонського державного університету. – 2017. – №23. – С. 54-57. 4. Рейтинг мобільних операторів України Elektronnij resurs.- Rezhim dostupu: <http://file.liga.net/company/111.html> 5. Как мобильные операторы

смогут зарабатывать в будущем Elektronnij resurs.- Rezhim dostupu: [https://www.cisco.com/c/ru\\_ru/about/press/press-releases/2014/06-061814b.html](https://www.cisco.com/c/ru_ru/about/press/press-releases/2014/06-061814b.html). 6.  
Интеграция телефонии Binotel и CRM Elektronnij resurs.- Rezhim dostupu: <https://www.binotel.ua/crm-telephony/moysklad>

## **ТЕХНОЛОГІЧНИЙ ПРОГРЕС ТА ЗМІНА СТРУКТУРИ ЗАЙНЯТОСТІ, ЯК СЕРЙОЗНІ ВИКЛИКИ ДЛЯ СУЧАСНОГО РИНКУ ПРАЦІ**

Канд. екон. наук, доц. Богашко О. Л.,  
*Навчально-науковий інститут економіки та бізнес-освіти,  
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

Технологічний прогрес веде до масової автоматизації та необоротних зрушень у структурі зайнятості, які створюють серйозні виклики для ринку праці й осіб, відповідальних за розробку політики у сфері освіти та зайнятості. Праця і технології завжди знаходилися в тісному взаємозв'язку. Технологічні зміни забезпечують підвищення продуктивності праці, сприяють економічному зростанню і створенню нових робочих місць як на окремих підприємствах, так і на макроекономічному рівні [2]. У багатьох галузях і професіях нові технології вже замінили працю людини, що призвело до вивільнення працівників у різних секторах економіки та регіонах. Ці процеси позитивно позначилися на капіталізації секторів і підприємств.

Інтернет речей, що поєднує безліч різноманітних пристроїв, об'єктів і сенсорів в онлайн-мережу, еволюціонує та здатний відстежувати різні операції, інформувати про хід їх виконання, контролювати їх і вживати необхідних заходів в режимі реального часу без участі людей, генеруючи при цьому безпрецедентний обсяг даних. Доповнений аналізом великих даних і хмарними технологіями зберігання та обчислення, інтернет речей може дати імпульс новим предикативним підходам до прийняття рішень, новим бізнес-моделям, інтелектуальним системам і повністю автономним машинам [3]. Сфера застосування таких технологій стрімко розширюється, що найрадикальнішим чином позначається на широкому колі секторів. Зокрема, інтернет речей стимулює «розумне» виробництво, надаючи дані та створюючи інструменти для підвищення ефективності виробничих процесів і управління ризиками по всьому ланцюгу постачань – від логістики до управління запасами й технічного обслуговування обладнання. В енергетиці «розумні мережі» на основі інтернету речей забезпечують моніторинг передачі енергії й стану інфраструктури, виявлення надзвичайних ситуацій, мінімізацію втрат, усунення перебоїв енергопостачання та застосування ефективних механізмів ціноутворення.

У свою чергу штучний інтелект як здатність машин і систем здобувати знання, вирішувати когнітивні завдання і діяти розумно може забезпечити створення принципово нових програмних додатків і самонавчання роботів для виконання різних людських операцій і перетворення в автономних агентів.

У поєднанні з новітніми досягненнями в області механіки й електротехніки штучний інтелект істотно розширює можливості промислових роботів адаптуватися до зовнішнього світу і до мінливих виробничих умов без необхідності перепрограмування. Роботи на його основі поступово займатимуть центральне місце в логістиці та обробних виробництвах, забезпечуючи підвищення безпеки, швидкості, точності та продуктивності. Машинне навчання революціонує також деякі сегменти сфери послуг, такі як маркетинг, фінанси, індустрія розваг і медицина.

Так, алгоритми на основі штучного інтелекту можуть виявитися корисними в прогнозуванні ринкових коливань, а автоматизація медичних операцій розширює сферу застосування автономних роботів-хірургів.

Ще одним прикладом технологій з високим потенціалом трансформації виробничих процесів і ланцюжків постачання служить 3D-друк – адитивні технології пошарової побудови виробів. У поєднанні з цифровими технологіями вони радикально змінюють ситуацію в промисловості через інтеграцію дизайну, виробництва та постачань.

В даний час 3D-друк використовується для виготовлення моделей, компонентів і запасних частин, але в міру розширення спектра друкованих матеріалів (сьогодні це в основному пластики, метали, кераміка і скло), підвищення точності обробки поверхні і якості готових виробів роль подібних технологій зростає, в тому числі й на ринках готової продукції.

Переваги нових технологій, крім всіх інших викликів, залежать від адаптивності ринку праці. По суті, технологічний прогрес виступає одним з найважливіших факторів розвитку сфери зайнятості, попиту і пропозиції праці та професійної структури робочої сили [1].

Розвиток машинного навчання, робототехніки й штучного інтелекту неминуче сприяє автоматизації виробництва, зміни структури попиту на працю і ліквідації деяких професій. Під загрозою скасування багато інтелектуальних, когнітивних й аналітичних робіт, пов'язаних з виконанням рутинних стандартних операцій, зокрема на транспорті, в офісах і у сфері послуг.

Разом з тим, у міру виникнення і розвитку нових продуктів, процесів та бізнес-моделей з'являються робочі місця нового типу. Наприклад, цифровізація стимулює попит на фахівців з аналітичними навичками, який в даний час перевищує не тільки фактичну пропозицію, але і відповідний потенціал систем освіти та професійної підготовки.

Професійна структура вже зазнала змін у багатьох країнах; процес створення нових робочих місць поляризується по високо- і низькокваліфікованим групам, а ліквідуються в першу чергу робочі місця, що потребують середнього рівня кваліфікації та виконання рутинних операцій [3].

У зв'язку з невизначеністю ситуації й значними наслідками поточних технологічних трансформацій для виробничих систем і суспільства в цілому, державним діячам необхідні надійні попередні дані, щоб прогнозувати ефект технологічних змін щодо професійної структури та розробки відповідної політики у сфері науки, технологій та інновацій.

Нові робочі місця можуть не відповідати стандартній моделі повної зайнятості; можливо, вони будуть прийматимуть нетрадиційні форми (неповний робочий день, робота на вимогу). Сучасні технології дозволяють розділити робочий процес на більш дрібні операції в рамках глобального цифрового виробництва. Робочі завдання вже стали більш фрагментованими; все більше працівників виконують нестандартні операції як на основному місці зайнятості, так і в якості додаткової підробітки.

Хоча жінки історично скромніше представлені в науковій і технологічній сферах, цифровізація може сприяти скороченню гендерної нерівності на ринку праці. Цифрові платформи дозволяють використовувати більш гнучкі механізми зайнятості та сприяють нормалізації балансу «робота-сім'я», зниженню культурних бар'єрів і вирівнюванню професійного поля для чоловіків і жінок.

Література: 1. Богашко О. Л. Модернізація освітньої системи як відповідь на нові запити світового ринку інтелектуальної праці / О. Л. Богашко // Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія «Міжнародні економічні відносини та світове господарство». Випуск 18. Частина 1. – Ужгород : Видавничий дім „Гельветика”, 2018. – С. 53 – 57. 2. Богашко О. Л. Роль инновационной деятельности общества в процессе эволюции экономической системы мира О. Л. Богашко // Науковий журнал «Економічні горизонти». – 2017. – № 2 (3). – С. 4 – 8. 3. Roelfsema

## РОЗВИТОК ЕКОТУРИЗМУ В ІВАНО-ФРАНКІВСЬКІЙ ОБЛАСТІ

Ас. Боднарук І. Р., ст. Мандибур В.С.

*Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу*

В умовах сьогодення ідеї екологізації життя сприяють розвитку такого виду туризму як екологічний, що передбачає покращання навколишнього середовища регіону, у якому заплановано організацію ековідпочинку, формує екологічну свідомість. Крім того, із швидким розвитком інформаційних і комп'ютерних технологій та швидким і насиченим темпом життя виникає необхідність відпочинку на природі, що і передбачає екотуризм.

Івано-Франківська область має значні природно-рекреаційні ресурси та потенціал, ефективне використання яких дозволить поліпшити та розвивати новий напрямок бізнесу та завдяки цьому отримати додаткові прибутки усім суб'єктам, залученим до туристичної сфери. М'який клімат, мінеральні джерела, значний природно-заповідний фонд, водні, лісні ресурси, різноманіття флори та фауни Івано-Франківської області – все це створює умови для розвитку екологічного відпочинку.

У роботі [1] під екотуризмом розуміють туризм, що включає подорожі в місця з відносно незайманою природою, з метою отримати уявлення про природні та культурно-етнографічні особливості даної місцевості, яка не порушує при цьому цілісності екосистем і створює такі економічні умови, при яких охорона природи і природних ресурсів стає вигідною для місцевого населення.

Згідно з визначенням В. І. Гетьмана [2] «екологічний туризм включає всі види туризму, орієнтовані на збереження природного довкілля, зокрема заповідних ландшафтів, налагодження гуманних стосунків із місцевим населенням та органами самоврядування, поліпшення фінансово-економічного благополуччя регіонів».

Серед існуючих видів екотуризму автор [3] називає: екскурсії маркованими екоосвітніми стежками; пішохідний екотуризм; лижний, гірськолижний, велосипедний, кінний, водний (рафтинг), спелеотуризм, орнітологічний туризм (спостереження за птахами); етнографічний туризм (кантрі-туризм), мисливський; любительське і спортивне рибальство; парашанеризм, прогулянки, подорожі на повітряних кулях (балунінг); скелелазіння (альпінізм); екстремальний екотуризм (стрибки з прив'язаним тросом). Також відомим на сьогодні є екоагротуризм як поєднання екотуризму та агротуризму. Отож доцільним видається розвиток інноваційних видів туризму в Івано-Франківській області, використовуючи досвід інших областей (наприклад, фестиваль повітряних куль у Чернівецькій області). Крім того створення нових та підтримка існуючих туристичних продуктів і атракцій передбачено Стратегією розвитку Івано-Франківської області на період 2021-2027 рр. [4] та скеровано на підвищення туристично-рекреаційного потенціалу регіону.

Також для підвищення якості інформаційних зв'язків при наданні послуг екотуризму вважаємо необхідним:

- формування єдиного каталогу екотуристичних послуг, який би містив інформацію про:

1) туристичних операторів та агенцій Івано-Франківській області, які забезпечують екотуристичні подорожі;

2) екоготелі, екосадиби;

3) облаштування та ознакування екологічних стежок (зокрема для кожної стежки формування інформаційного путівника про історію створення, природні та істотко-

культурні цінності, правила поведінки, знаки, окремі краєвиди, фото рослин, тварин, інших об'єктів, які можуть зустрітися на маршруті);

- підтримку існуючих та відкриття нових екотуристичних візит-центрів;
- видання промоційної і сувенірної продукції, пов'язаної з розвитком екотуризму;
- просування екотуристичних локацій і продуктів у мережі Інтернет та соціальних медіа.

Розвиток екологічного туризму в Івано-Франківській області сприятиме зростанню споживання екологічних послуг, створенню нових робочих місць у сфері обслуговування, зростанню доходів населення, що покращить економічний розвиток області [4].

Отже, враховуючи вищенаведені засади для розвитку екотуризму в Івано-Франківській області, можна сказати, що Івано-Франківщина має сприятливі умови та ресурси для розвитку зазначеного виду туризму, проте важливим і необхідним є розробка спеціальних регіональних та місцевих програм з розвитку екотуризму, а також свідоме ставлення кожного з нас до довкілля.

Література: 1. Boo, Elizabeth. (1990), *Ecotourism: The Potentials and Pitfalls*. Vols. I and II. WWF, Washington, DC. (In English) 2. Гетьман, В. І. Національні природні парки Українських Карпат: туристичні обрії та реалії. Журнал «Зелені Карпати». 2004. № 1–2. С. 51. 3. Гетьман В. І. Екотуризм на територіях та об'єктах природно-заповідного фонду. *Екотуризм і сталий розвиток у Крпатах: матеріали міжн. наук.-практ. конф.*, 10–12 жовтня 2007 р., Рахів., 2007. С. 54-63. 4. Стратегія розвитку Івано-Франківської області на 2021-2027 роки. Рішення обласної ради від 21.02.2020 № 1381-34/2020. м. Івано-Франківськ, 2020. 4. Боднарук І. Р., Нестерук Т. О. Екотуризм: роль та значення для Івано-франківської області. *Економіко-управлінські аспекти трансформації та інноваційного розвитку галузевих і регіональних суспільних систем в сучасних умовах: матеріали Всеукр. наук.-практ. інтернет-конф.*, 11-12 квітня 2019 р. Івано-Франківськ: ІФНТУНГ, 2019. С. 271-274.

## **ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ АГРОБІЗНЕСУ В УКРАЇНІ**

Ас. Божидай І.І., здобувач вищої освіти Байлов І. А.  
*Харківський національний університет будівництва та архітектури*

Проблема ефективності – це завжди проблема вибору: що робити, які види продукції, який обсяг ресурсів використовувати для поточного і майбутнього споживання. Рівень ефективності впливає на економічне зростання, підвищення рівня життя населення, зниження інфляції, поліпшення умов праці і відпочинку. Не існує такого процесу, машини, пристрою, настільки ефективного, щоб його не можна було зробити неефективним при відповідній зміні цінностей. Все залежить від того, яка мета повинна бути досягнута в результаті виробничої, економічної або будь-якої іншої доцільної діяльності.

Ефективність виробництва підприємства характеризує його результативність, яка знаходить своє вираження у зростанні добробуту населення країни. Отже, ефективність виробництва можна визначити як оптимальне використання ресурсів в зіставленні з суспільними потребами. На практиці при економічних розрахунках визначають загальну (абсолютну) і порівняльну економічну ефективність.

Загальна (абсолютна) ефективність характеризує загальну величину економічного ефекту в зіставленні як з усіма витратами на його досягнення - вартістю засобів праці, предметів праці і робочої сили, застосованих або витрачених на даний час, так і з окремими видами використовуваних ресурсів.

Призначення порівняльної економічної ефективності полягає у визначенні найбільш економічно вигідного варіанту вирішення даного господарського завдання. Порівняльна економічна ефективність визначається при розробці та впровадженні нової техніки, при вирішенні питань з виробництва і застосуванню взаємозамінних матеріалів і продукції, при проектуванні будівництва та реконструкції діючих підприємств.

При визначенні порівняльної економічної ефективності в якості величини економічного ефекту приймається економія, отримана від зниження собівартості продукції, в якості витрат – додаткові капітальні вкладення, що зумовили цю економію. Порівняльна економічна ефективність визначається при виборі одного з двох і більше варіантів вирішення певної господарської або техніко-економічної задачі. Вона характеризує переваги одного варіанта в порівнянні з іншими.

Для більш детального і точного визначення ефективності актуальним буде використання порівняльної економічної ефективності, так як дає можливість більш детально вивчити певний аспект.

На превеликий жаль, ефективність сучасного виробництва в агробізнесі України не є сильною стороною – Україна сьогодні знаходиться на другому-третьому десятку в рейтингах країн за показниками врожайності зернових культур. Більша частина експорту – це сировина, а не готова продукція – це по-перше. По-друге, інвестиційний клімат нашої держави на сьогодні є не досить сприятливим. Причина – величезна кількість обтяжливих і застарілих регуляторних процедур, які створюють додаткове навантаження на бізнес. Бізнес, в свою чергу, змушений нести додаткові витрати на подолання цих процедур, а в деяких випадках просто не може розвивати виробництво. І, по-третє, в нашій країні сьогодні недостатньо ефективна зовнішньоекономічна діяльність в сфері розвитку торгових відносин. Це є однією з головних причин стримування розвитку агросектора.

Але має місце додати, що агропромисловий комплекс України має великі шанси на значний і стабільний ріст в найближчі роки. Для цього, повинні бути виконані принаймні декілька умов:

Подальше поліпшення інвестиційного клімату, що в свою чергу дозволить агробізнесу мати достатньо коштів, щоб стати інноваційним і високоефективним. Продовження державної політики в галузі поліпшення інвестиційного клімату в агропромисловому комплексі – головна запорука подальшого зростання ваги України на глобальному продовольчому ринку.

Налагодження торгових зв'язків, що дозволять Україні щорічно збільшувати обсяги реалізації сільськогосподарської продукції. В останні роки Україна зробила величезні кроки в цьому напрямку. Найзначнішою подією останніх років, безумовно, стало підписання між Україною і Європейським союзом угоди про асоціацію та створення зони вільної торгівлі. Результат не змусив на себе довго чекати – Україна посіла третє місце в списку головних постачальників агропродовольчої продукції в Європейський Союз (ЄС) за період з лютого 2018 року по січень 2019 включно. Також наша держава має значні досягнення в підвищенні ефективності торгівлі за допомогою підписання угоди про лібералізацію торгівлі не тільки з ЄС, а з заокеанськими країнами. Яскраві приклади останніх років – угода про створення зони вільної торгівлі з Канадою (2016), Ізраїлем (2019).

У відповідності до «Стратегії сталого розвитку України до 2030» в розрізі операційної цілі «Сприяння сталого розвитку агропромислового комплексу» визначено такі основні завдання [1]:

– підвищення вдвічі продуктивність людської праці у сільському господарстві та доходів дрібних виробників аграрної продукції;

– сприяння створенню та розвитку малих сільськогосподарських підприємств (до 50 га земельних угідь);

–нарощення питомої ваги продукції харчової промисловості та переробки сільськогосподарської сировини у експорті до 65%;

–забезпечити створення систем збалансованого виробництва продуктів харчування та запровадити методи ведення сільського господарства, які дають можливість підвищити життєстійкість і продуктивність та збільшити обсяги виробництва, сприяють збереженню екосистем, зміцнюють здатність адаптуватися до зміни клімату, екстремальних погодних явищ, посух, повеней та інших стихійних лих і поступово поліпшують якість земель і ґрунтів;

–збільшити площу земель сільськогосподарського призначення, зайнятих під органічним виробництвом,;

–забезпечити збереження генетичного різноманіття насіння і культивованих рослин, а також сільськогосподарських і домашніх тварин та відповідних їм диких видів;

–збільшити інвестування в сільську інфраструктуру, сільськогосподарські дослідження, розвиток технологій і створення генетичних банків рослин і тварин;

–забезпечити належне функціонування ринків продовольства, зокрема шляхом зниження ринкових ризиків для сільгоспвиробників та урізноманітнення ринкових інструментів, використання механізмів проведення товарних і фінансових інтервенцій;

–забезпечити населення, зокрема його малозабезпечені верстви, основними видами продовольства на рівні науково-обґрунтованих норм відповідно до міжнародних стандартів.

Підсумовуючи, Україна вже є дуже важливим гравцем на глобальному світовому ринку. Але збільшення попиту на продовольство та ряд інших змін відкриває для нашої країни величезні подальші перспективи для зміцнення позиції сильного експортера сільськогосподарської продукції.

Література: 1. Стратегія сталого розвитку України до 2030. Проект – 2017 року.  
URL: [https://www.undp.org/content/dam/ukraine/docs/SDGreports/UNDP\\_Strategy\\_v06-optimized.pdf](https://www.undp.org/content/dam/ukraine/docs/SDGreports/UNDP_Strategy_v06-optimized.pdf)

## **ВИЗНАЧЕННЯ ФАКТОРІВ ВПЛИВУ НА ВИРОБНИЧУ ПОТУЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ**

*Ас. Божидай І.І., здобувач вищої освіти Константинова К.Г.  
Харківський національний університет будівництва та архітектури*

Нині Україна стикнулася з проблемою структурних перетворень національної економіки, які пов'язані не тільки з необхідністю становлення ринкових відносин, але й об'єктивною потребою відповідати розвинутим світовим господарським системам [3, с. 243].

У сучасних умовах господарювання максимальне використання виробничих потужностей підприємств є найдешевшим заходом, що різко впливає на ефективність роботи кожного з них. Виробничі потужності підприємств, матеріальною основою яких є сучасні системи машин, мають динамічний характер. У їхньому складі відбуваються як якісні, так і кількісні зміни.

Виробнича потужність підприємства (цеху, дільниці) - це максимальний обсяг продукції, який може виготовити підприємство (цех, дільниця) протягом року (кварталу, місяця) за допомогою закріплених (наявних у нього) за ним засобів праці (технологічної сукупності машин, устаткування і виробничих площ) відповідно до встановленої спеціалізації, кооперації виробництва та режиму роботи.

Якщо не враховувати впливу об'єктивних факторів на зміну потужностей, то це позначиться на ефективності їх використання. Особливо чутливий такий вплив в умовах частой зміни продукції і технології її виготовлення. Освоєння виробництва



нових модернізованих виробів у багатьох випадках зумовлює зміну структури потужностей, а іноді вимагає докорінної їх перебудови. Важлива роль тут відводиться новій технології. Так, застосування при виготовленні різних їхніх розмірів і форм складових готових виробів зумовлює суттєві зміни в якісному і кількісному складі устаткування, насамперед в обробних виробництвах, що в підсумку стимулює необхідність перебудови структури їх систем машин.

У сучасних умовах господарювання створення нових виробничих потужностей, їх раціональне структурування формується тільки з урахуванням впливу нових цілей підприємства. Для ухвалення управлінських рішень про створення, розширення та диверсифікацію діючих виробничих потужностей необхідна систематизація чинників, які впливають на формування виробничої потужності. Класифікація факторів, що впливають на величину формування виробничої потужності, побудована за ознакою їхньої деталізації (рис. 1).

Дослідження ролі та місця виробничої потужності в суспільному виробництві показує, що від рівня використання виробничих потужностей підприємств та їх темпів приросту залежать темпи економічного розвитку.

Вирішення цієї проблеми дає можливість підприємствам удосконалити процес оцінювання вільних потужностей, резервів та вузьких місць для мобілізації прихованих резервів та ліквідації невідповідності потужності окремих цехів, дільниць, груп обладнання мінімальної потужності відповідного підрозділу, підвищити ефективність управління собівартістю продукції та її ціноутворенням тощо.



Рисунок 1 – Класифікація факторів впливу на величину формування виробничої потужності. Джерело [1, 2]

Розроблення нових механізмів функціонування виробництва та вдосконалення його моделі роблять питання ефективного управління та оптимізації виробничої програми підприємства одним із найважливіших для сучасної української економіки.

Література: 1. Орлов О.О. Планування діяльності промислового підприємства : [підручник] / О.О. Орлов. – К. : Скарби, 2002. – 336 с. 2. Слеп'ян Е.В., Сотченко Ю.К., Ніколаєв С.В. Виробнича потужність підприємства та підвищення ефективності її використання / Е.В. Слеп'ян, Ю.К. Сотченко, С.В. Ніколаєв // Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії. – 2017. – Вип. 1-1 (07). – С. 120 – 124. 3. Тисунова В.Н. Трансформація української економіки і її регіональні аспекти / В.Н. Тисунова. – Луганск : РІО ЛГУВД, 2007. – 560 с.

## ОСНОВНІ НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ІНДЕКСУ ЕКОЛОГІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ УКРАЇНИ

Ас. Божидай І.І., здобувач вищої освіти Рочева Г.В.  
*Харківський національний університет будівництва та архітектури*

Враховуючи сучасні тенденції розвитку вітчизняного та міжнародного ринків, основний шлях до вирішення екологічних проблем лежить у використанні зеленої економіки, у підвищенні культури землекористування, та у формуванні більш відповідального підходу до природних ресурсів [1].

У Європейському Союзі прийнято європейський План відновлення економіки, яким передбачено вливання допомоги у розмірі 400 млрд. євро на підвищення купівельної спроможності, стимулювання економічного зростання і створення робочих місць. Планом відновлення економіки передбачається прийняття низки екологічно-орієнтованих заходів, зокрема по боротьбі із зміною клімату, в галузі енергоефективності, чистих технологій, підвищення екологічно-орієнтованих професійних знань і підтримки екологічно-орієнтованої продукції.

«Ресурсоефективна Європа» – одна з семи ключових ініціатив у рамках стратегії «Європа 2020», спрямована на забезпечення розумного, стійкого і справедливого зростання. Ця ключова ініціатива покликана задати рамки для розробки стратегій і планів, спрямованих на забезпечення переходу до ресурсоефективної, низьковуглецевої економіки, яка дозволить поліпшити економічні показники з одночасним скороченням споживання ресурсів; виявити і створити нові можливості для економічного зростання, інновацій і підвищення конкурентоспроможності ЄС; забезпечити безперебійні постачання ключових ресурсів; боротися із зміною клімату і обмежити дію на довкілля, пов'язану з використанням ресурсів.

Йельським і Колумбійським університетами у співпраці з Всесвітнім економічним форумом підготовлено та опубліковано результати глобального дослідження, що відображають досягнення країн у сфері управління природними ресурсами та їх раціонального використання за рівнем екологічної ефективності (ЕРІ). Індекс екологічної ефективності у 2018 р. містить 24 показники в 10 категоріях, які відображають різні аспекти стану навколишнього природного середовища та життєздатності її екологічних систем, збереження біологічного різноманіття, протидії зміні клімату, стану здоров'я населення, практику економічної діяльності і ступінь її навантаження на навколишнє середовище, а також ефективність державної політики в області екології, що дозволяє оцінити стан навколишнього середовища та життєздатність екосистем 180 країн світу. Він визначається кожні два роки. У 2018 році лідером за рівнем екологічної ефективності визнано Швейцарію. У першу десятку лідерів також увійшли Франція, Данія, Мальта, Швеція, Великобританія, Люксембург, Австрія, Ірландія та Фінляндія. Україна в рейтингу посіла 109 сходинку і опинилась між Туреччиною (108) та Гватемалою (110). [2].

Значення Індeksu сформоване за шкалою від 0 до 100 (гірше-краще) на підставі оцінки 24 показників, згрупованих у 10 категорій, які відображають різні аспекти стану оточуючого природного середовища та життєздатності екосистем (збереження

біологічного різноманіття, ступень навантаження економічної діяльності на оточуюче середовище, ефективність державної політики в сфері екології тощо).

Відповідно до рейтингу України за індексом екологічної ефективності та його складовими побудовано діаграму (рис. 1).

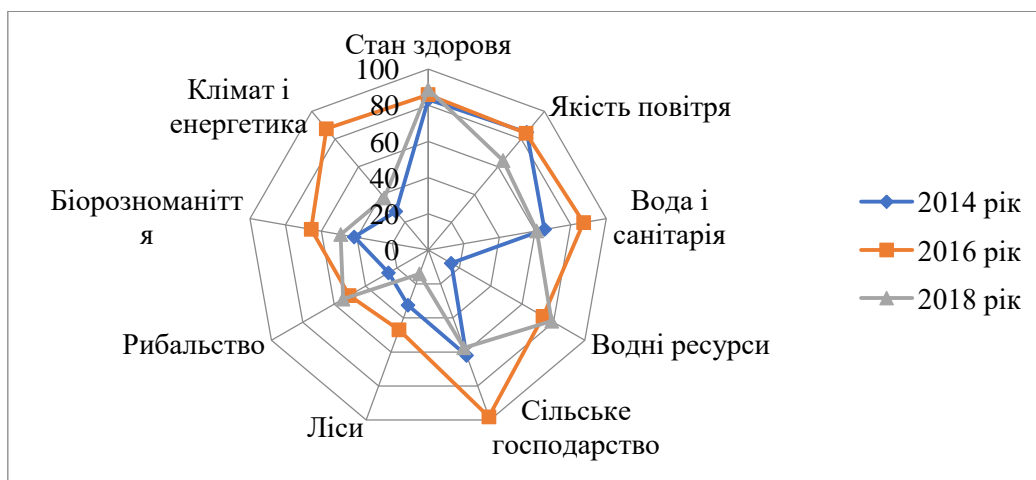


Рисунок 1 – Індикатори індексу екологічної ефективності України. Побудовано автором на основі джерела: [2]

Для того, щоб покращити вітчизняну позицію в рейтингу необхідний комплексний підхід до всіх складових індексу екологічної ефективності, але особливої уваги заслуговують ліси.

Показник забезпеченості лісовими ресурсами розраховується як частка земель, зайнятих лісами та лісовими насадженнями, у загальній площі території країни.

Ліси України за своїм призначенням і розташуванням виконують переважно водоохоронні, захисні, санітарно-гігієнічні, оздоровчі та інші функції. Особливість лісів і лісового господарства України:

- нерівномірність розподілення лісів та відносно низький середній рівень лісистості на півдні та сході країни;
  - переважно екологічне значення лісів та висока частка лісів з режимом обмеженого лісокористування (до 50%);
  - половина лісів України є штучно створеними і потребують посиленого догляду.
- Загальна площа лісів і лісовкритих територій України на 1.01.2015 р складала – 10630,3 тис. га, з них 9652,2 тис. га – вкриті лісовою рослинністю території. Україна має меншу забезпеченість лісовими ресурсами в порівнянні з країнами ОЕСР та зі світовими показниками. Рівень лісистості України становить 15,6%. Середньосвітовий показник дорівнює 30,8%; по країнах ОЕСР – 31,2%. Оптимальним за європейськими нормами є показник лісистості на рівні 20%, для досягнення якого необхідно створити більше двох мільйонів гектарів нових лісів. Водночас створення нових лісів не повинне здійснюватися шляхом заліснення унікальних степових ділянок.

Основними причинами виникнення проблем у лісовій сфері є недосконалість системи управління та розвитку лісового господарства, відсутність правових та економічних механізмів, стимулювання запровадження природозберігаючих технологій, недосконалість податкової бази, а також нечіткість визначення правового статусу щодо управління землями під полезахисними лісовими смугами.

Література: 1. Глухова Д.А. Екологічні виміри розвитку агропромислового комплексу в європейських країнах. / Глухова Д.А. // Міжнародні відносини. Серія «Економічні науки». – 2014. – №4. URL: [http://journals.iir.kiev.ua/index.php/ec\\_n/article/view/2599](http://journals.iir.kiev.ua/index.php/ec_n/article/view/2599) (дата звернення: 01.12.2019). 2. Позиції України в рейтингу екологічної ефективності у 2018 році. URL:

## МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Ас. Божидай І.І., здобувач вищої освіти Шип К.В.  
*Харківський національний університет будівництва та архітектури*

В умовах ринкової економіки аналіз і оцінка конкурентоспроможності підприємства є необхідним елементом діяльності кожного господарюючого суб'єкта. Оцінка конкурентоспроможності проводиться для наступних цілей:

- розробка заходів для підвищення конкурентоспроможності;
- вибір контрагентів для ведення спільної роботи;
- складання програм з метою виходу компанії на нові ринки збуту;
- реалізація інвестиційної діяльності;
- здійснення державного регулювання економіки.

Слід зазначити, що оцінка конкурентоспроможності здійснюється з метою визначення положення підприємства на досліджуваному ринку і є основою для проведення аналізу, за допомогою якого виявляються шляхи для підвищення конкурентоспроможності підприємства [1].

В умовах конкурентного середовища, яке активно розвивається, слід проводити аналіз конкурентоспроможності свого підприємства на тлі інших представників даного сектора ринку. Це дасть можливість отримати відомості про те, що цікавить покупця в продукції або послугі даного підприємства, і які переваги є у конкурентів. Далі вже на основі аналізу можна і необхідно вдосконалити моменти, які сприяють поліпшенню рівня конкурентоспроможності суб'єкта господарювання. З цього можна зробити висновок, що проведення аналізу є життєво необхідною складовою будь-якого підприємства, так як, знання щодо бажань та вподобань покупців, конкурентних переваг у суперників є підґрунтям для формування ефективної стратегії діяльності підприємства. Існує ряд методичних підходів до оцінки конкурентоспроможності підприємства, які можна об'єднати в дві великі групи: графічні та аналітичні методи (рис.1).



Рисунок 1. Методи оцінки конкурентоспроможності підприємства [2,3]

З усього перерахованого вище, можна зробити висновок, що кожен метод оцінювання конкурентоспроможності підприємства має як свої переваги, так і недоліки, і ідеальної методики не існує. Для оцінки та підвищення конкурентоспроможності підприємства розроблено безліч методів, які можна застосовувати як в комплексі, так і окремо, в залежності які завдання поставлені перед початком оцінки.

Різноманіття методів дає можливість кожному підприємству обирати найбільш ефективний і простий метод оцінювання і власну політику ведення конкурентної боротьби.

Література: 1. Швед Т.В., Біла І.С. Оцінка конкурентоспроможності підприємства. *Електронне наукове фахове видання «Економіка та суспільство»*. 2017. Вип №8. С. 405-410. URL: [http://economyandsociety.in.ua/journal/8\\_ukr/70.pdf](http://economyandsociety.in.ua/journal/8_ukr/70.pdf) 2. Кириченко О.М., Мігдальський А.В. Методи оцінювання конкурентоспроможності підприємства. *Електронний журнал «Ефективна економіка»*. 2017. Вип. №2. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=5428> 3. Колмакова О.М., Андріянова О.Я. Методи оцінки конкурентоспроможності підприємства. *Науковий журнал «Молодий вчений»*. 2018. Вип. №5.1 (57.1). С. 37-41.

## **ЦИФРОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФОРМУВАННЯ ЕКОНОМІЧНОГО ІМУНІТЕТУ ЯК ОСНОВА СТАЛОГО РОЗВИТКУ БУДІВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

Ст. викл. Боліла Н.В.

*Київський національний університет будівництва і архітектури*

Особливістю сучасного розвитку економічної системи усіх країн є цифрова трансформація процесів функціонування економіки, посилення внутрішньої і зовнішньої інформаційної взаємодії усіх ланок економічної системи, у тому числі і інформаційного середовища підприємств. Внутрішнє середовище підприємства поступово перетворюється із низки окремих відділів, центрів відповідальності і прийняття рішень в єдиний інформаційний простір, у рамках якого кожен відповідальний виконавець може використовувати бази даних, бачити графіки і структуру внутрішніх процесів, вплив інших учасників на сферу власної діяльності тощо. Більша відкритість, взаємозалежність і швидкість протікання бізнес-процесів, необхідність впровадження без паперового обміну інформацією на мікро- мезо- і макрорівнях призводять до того, що будівельним підприємствам необхідно адаптуватись до нових моделей розвитку, впроваджуючи інформаційні технології та системи взаємодії із іншими учасниками будівництва [1]. При цьому ключовим завданням постає формування системи економічної безпеки підприємства, здатної в умовах цифровізації економіки з високою точністю виявляти і нейтралізувати загрози сталому розвитку і функціонуванню.

Сталий розвиток розглядається як керований розвиток у результаті системного підходу та використання новітніх інформаційних технологій, можливості планування та передбачення наслідків прийнятих рішень, а концепція сталого розвитку, в цілому, передбачає зміну традиційної економіки на екологізовану та соціально спрямовану. Сталий розвиток, в першу чергу, це економічне зростання за якого вирішуються нагальні проблеми життєзабезпечення суспільства. В сучасних умовах підприємства потрапляють під вплив зовнішніх і внутрішніх загроз, що істотно відображається на результатах їх виробничої діяльності, а отже, на їх економічній безпеці [2]. Важливим завданням, на сьогоднішній день, є забезпечення безпечного і сталого розвитку суб'єктів господарювання.

Різноманіття процесів в ході здійснення операційної, фінансової і інвестиційної діяльності підприємства і необхідність попередження загроз вимагають активної інформаційної взаємодії усіх підрозділів підприємства, а також ключових стейкхолдерів [3], які найбільшим чином впливають на фінансову стійкість. У зв'язку із тим, що з кожним роком зростає обсяг використовуваної та переданої інформації, потреба у створенні інтегрованої системи підтримки економічного імунітету підприємства на різних етапах життєвого циклу, систематизації інформаційної взаємодії компонентів системи економічного імунітету, призводять до необхідності створення інтегрованої інформаційної системи (ІВС). Така система має забезпечити можливість взаємодії різних підсистем підприємства та аналіз загроз від взаємодії із різними стейкхолдерами (постачальників, замовників, конкурентів, державних і місцевих органів влади, фінансово-кредитних організацій тощо) на предмет запобігання кризового розвитку. Усі відомості в ІВС зберігаються у цифровому вигляді. Всі процеси інформаційного обміну за допомогою ІВС мають своєю кінцевою метою максимально можливе виключення з ділової практики паперових документів і перехід до прямого безпаперового обміну даними (у практиці будівництва прикладом є створення BIM-моделі об'єктів). Інтегрована інформаційна система, яка є основою формування економічного імунітету будівельних підприємств можна розглядати як сукупність розподілених баз даних, які містять відомості про фінансово-економічне, виробниче середовище, ресурси і процеси підприємства, зміну його стану у кожен окремий момент часу, забезпечує коректність, актуальність, збереження і доступність даних тим суб'єктам, кому це необхідно і дозволено. Всі дані в ІВС повинні зберігатись у вигляді інформаційних об'єктів, але має бути забезпечена можливість при необхідності виводу кожного блоку даних на екран або на паперовий носій інформації.

Оскільки мова йде про формування економічного імунітету протягом усього життєвого циклу підприємства, а це досить тривалий період часу, то виникає необхідність інтеграції діяльності інформаційних потоків і баз даних усіх відділів підприємства в єдиний інформаційний простір (систем бухгалтерської інформації, фінансово-економічної, даних про рух матеріально-технічних і трудових ресурсів, фінансових потоків, інженерно-конструкторської і технологічної документації і інших систем управління підприємством. Для вирішення цього завдання необхідно впровадити в рамках всього підприємства єдину систему класифікації операцій, ресурсів, фінансово-економічних показників, індикаторів фінансового стану, єдину систему класифікації загроз. Також потрібно забезпечити можливість відстеження загроз на рівні окремої події або операції (наприклад відстеження періоду і суми дебіторської заборгованості за окремим договором/додатковою угодою або відстеження періоду постачання матеріалів на об'єкт тощо). При цьому основою має стати принцип – інформація про загрози і ризики, яка виникла на будь-якому етапі операційної, інвестиційної і фінансової діяльності підприємства зберігається і має бути доступною усім відповідальним виконавцям у відповідності із їх правами доступу.

Впровадження системи в масштабах підприємства потребує надання різних рівнів доступу для різних груп співробітників. Інтеграція в рамках єдиної системи фінансово-економічних, бухгалтерських, юридичних, конструкторських, технологічних і управлінських даних неминує призводити до потреби захисту конфіденційності даних з одного боку, із іншого – забезпечення відкритості, необхідної для формування ефективної системи превентивного захисту. Крім того, при впровадженні систем інформаційного забезпечення економічного імунітету підприємствам потрібно впроваджувати власні стандарти, методики і інструкції роботи з даними, оскільки копіювання досвіду інших фірм по ряду причин практично неможливо через відмінності в організаційній структурі, специфіку операційної діяльності, систем обліку, формування бізнес-процесів.

Література: 1. . Беленкова О.Ю. Цифрова трансформація будівництва: механізм взаємодії бізнесу, науки, держави / О. Ю. Беленкова // Будівельне виробництво. 2019. № 66. - С. 30-36. 2. Стеценко С. П. Ієрархічна модель оцінювання інфраструктурних ризиків підприємницької діяльності у будівництві / С. П. Стеценко , Т. А. Ільїна // Наукові праці НДФІ. - 2019. - № 1. - С. 119-129. (НБД: Google Scholar, Research Bible, Index Copernicus ICI World Journals) 3. Економетричний інструментарій управління фінансовою безпекою підприємств будівництва: [моногр.] / Л.В. Сорокіна, А.Ф. Гойко, С.П. Стеценко, К.В. Ізмайлова та інші. – К.: Київський національний університет будівництва і архітектури, Кривий Ріг: Видавець ФОП Чернявський Д.О. 2017. – 404 с.

## **ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ЩОДО ВИРШЕННЯ ПРОБЛЕМ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНИХ КОНТАКТІВ**

Бут-Гусаїм Олександр  
*Одеський Національний Політехнічний Університет*

У дослідженні висвітлені проблеми та напрями розвитку підходів побудови зовнішньоекономічних контрактів.

Формування міжнародних договорів здійснення зовнішньоекономічної діяльності поєднує у собі міжнародне публічне, міжнародне приватне і національне цивільне право [1]. Зважаючи на те, що складання договорів повинно враховувати велику кількість нормативних та законодавчих актів, виникнення проблемних чи конфліктних ситуацій, сьогодні суть договору зводиться до мінімізації ризиків, в той час як він повинен бути націленим на отримання максимальної економічної чи соціальної вигоди від співпраці.

Форма контрактів відповідно до чинного законодавства має суворо імперативний характер, а набуття чинності документа відбувається з моменту державної реєстрації договору. Судова та арбітражна практика показує, що такі правила створюють умови для формування повторюваних помилок, які виникають при зміні умов договору. Найбільше проблем виникає в області стратегічних відносин, а особливо інновацій та змін. Спільні зусилля повинні бути націлені на створення ефективної практики формування доданої вартості на кожному етапі відносин. По факту ж, договір зовнішньоекономічної угоди – це документ, що не містить чітко-поставлених цілей, або документ, що формує послідовність операцій в разі, коли хтось недоотримує економічні вигоди. Ще гірше, коли у документі зловживають довірою однієї з сторін. Однак найбільш недоцільними є стандартні контракти, які взагалі не містять варіантів зміни чи розвитку партнерства.

Враховуючи проблематику створення договорів, розглянемо основні напрями щодо їх удосконалення. Слід дотримуватися п'яти правил при формуванні контракту:

1.Слід включати до контракту пункти можливості поведінки у випадку дефолту чи невдалої співпраці, що дозволить зменшити збитки двох сторін договору.

2.Контракт повинен стимулювати гнучкість та інноваційну поведінку у випадку настання кризових ситуацій у партнерстві.

3.Він повинен бути простим для розуміння учасникам ділових відносин.

4.Контракт повинен бути націлений на зміцнення довіри.

5.Контракти повинні бути гнучкими до змін та розвитку [2].

Література: 1. Саксонов В.Б. Правові особливості зовнішньоекономічних договорів (контрактів) України. *Науковий вісник Дніпропетровського державного університету внутрішніх справ*, 2012. №2. С.252-259 2. Watton A. How to Structure Your Contracts to Drive Innovation. *Best Practice Group*.2018.URL:<https://www.bestpracticegroup.com/how-to-structure-your-contracts-to-drive-innovation/>. (дата звернення: 11.03.2020).

## ПРИНЦИПИ УПРОВАДЖЕННЯ КАТЕГОРІЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Канд. екон. наук, доц Бутенко О.П., магістр Гончарова А.С.  
*Харківський національний університет будівництва та архітектури*

Для успішної роботи з підвищення ефективності асортименту товарів, необхідно взаємовигідне співробітництво учасників збутового ланцюга. Саме для забезпечення цієї роботи кожному підприємству рекомендується використовувати інструменти та принципи категорійного менеджменту. Причини з яких ця співпраця приносить ефект, як товаровиробникам, так і оптовикам і роздрібним продавцям такі: поглиблення кооперації між постачальниками і роздрібними продавцями містить великі можливості для економії оборотних коштів; використання принципів категорійного менеджменту дозволяє уникнути багатьох внутрішніх функціональних конфліктів, робить систему роботи з асортиментом товарів більш гнучкою і керованою.

Категорійний менеджер, який є суб'єктом управління на роздрібному торговельному підприємстві виділяє в асортиментному переліку товарів певну товарну категорію, якою управляє для оптимізації доходів роздрібною продавця за ціною категорією. При цьому забезпечується оптимізація не тільки товарообігу і прибутковості окремих товарних категорій, а й асортименту товарів у цілому. Упровадження концепції категорійного менеджменту повинно здійснюватися на основі певних принципів, до яких відносяться такі:

- Принцип орієнтація на індивідуальні запити споживачів. Він полягає у тому, що при формуванні категорії товарів до неї включаються ті види, різновиди, торгові марки і товарні артикули, які відповідають запитам споживачів і тому користуються попитом. Ґрунтується на орієнтацію психологічних особливостей споживача, таких як сприйняття кольору упаковки, маркування товару, естетичних властивостей товарів, стиль, мода і дизайн та обумовлює необхідність інноваційних підходів при розробці нових категорійних товарів.
- Принцип динамічності товарної категорії. Цей принцип означає необхідність систематичного аналізу всіх товарних позицій, які входять у категорію, за результатами якого приймається рішення про виключення (елімінацію) неперспективних товарів і поповнення новими перспективними товарами, які користуються попитом.
- Принцип систематизації. Зазначений принцип полягає у встановленні визначеної послідовності вибору й розміщення категорійних товарів та забезпечення їх процесів і послуг. Принцип сегментації враховується при формуванні товарної категорії як системи, яка є цілісною. Система процесів товароруку забезпечує безперебійну, ритмічну доставку категорійних товарів у місця продажів.
- Принцип націленості на конкретний результат. Він полягає у тому, що кожна товарна позиція в категорії повинна приносити певну вигоду. Для одних товарів це може бути підвищення прибутку, для інших це є формування іміджу підприємства, для третіх це є створення і підтримка споживчих переваг категорійних товарів і конкретного місця продажу. У всіх зазначених випадках кінцевим результатом є забезпечення задоволеності запитів споживачів.
- Принцип формування купівельної активності. Основним завданням цього принципу є підкріплення категорійних товарів за рахунок трансформаційних змін маркетингових комунікацій, призначених для формування попиту і стимулювання збуту.
- Принцип доступності товару. Цей принцип забезпечує наявність товарних запасів там, де вони потрібні споживачам. Найбільш поширеною практикою є накопичення запасів, яке спирається на прогнозування потреб і може передбачати використання різних стратегій для окремих видів товарів у залежності від їх відносної



популярності на ринку, значущості для всього виробничого процесу, прибутковості і ринкової вартості. Для забезпечення виконання принципу доступності необхідна інтеграція всіх ресурсів логістики і чітка націленість на конкретні параметри доступності для конкретних клієнтів.

- Ймовірність виникнення дефіциту. Є принципом та показником наявності товару для продажу споживачам, який показує, як часто може виникнути нестача запасів. Дефіцит виникає, коли попит на який-небудь товар перевищує обсяг запасів. Загальна кількість випадків нестачі будь-якого товару свідчить про здатність компанії підтримувати базовий рівень обслуговування. Однак, цей показник не враховує той факт, що наявність одних товарів має більш важливе значення у порівнянні з іншими.

- Принцип норми насичення попиту. Вказаний принцип показує масштаби або наслідки дефіциту у різні періоди часу. Сама по собі нестача того чи іншого товару ще не означає, що клієнти залишаться незадоволеними. Дефіцит впливає на якість обслуговування тільки в тому випадку, якщо зачіпає саме ті товари, на які зафіксовано певний попит. Дуже важливо встановити, якого саме товару не вистачає, і скільки одиниць цього товару бажають отримати споживачі. Оцінка масштабів дефіциту дозволяє простежити здатність постачальника задовольняти запити споживачів.

- Принцип повноти охоплення замовлення. Цей принцип є найбільш суворим критерієм доступності, так як передбачає, що повна доступність всіх запасів показує, як часто складається ситуація, коли всі запаси компанії реалізовані. Повнота охоплення замовленнями визначає потенціальну частоту, з якою споживачі могли б отримувати замовлення при бездоганному виконанні всіх інших функцій.

- Принцип функціональності систем товарного обігу. Вказаний принцип є принципом категорійного менеджменту, який характеризується здатністю виконання очікуваних термінів.

Використання принципів категорійного менеджменту дозволяє врахувати максимально більшу кількість факторів, що впливають на товарообіг певної товарної категорії, при роботі з якою забезпечується виконання цілі максимального задоволення потреб покупця і підвищення ефективності співпраці між виробником і роздрібним продавцем. При цьому категорійний менеджмент орієнтується на два суміжних рівня: на сферу виробництва товарів і сферу роздрібною торгівлі. Зрозуміло, що успішна робота з підвищення ефективності асортименту товарів, забезпечення взаємовигідного співробітництва усіх учасників збутового ланцюга на засадах категорійного менеджменту можливе лише у разі комплексного використання його принципів.

Література: 1. Киселев В.М., Николаева М.А. Категорийный менеджмент // уч. пос. Москва, 2012. 158 с. 2. Категорийный менеджмент - эффективный инструмент співпраці роздрібною мережі і постачальника [Назва з екрану]/ Режим доступу : <https://interfax.com.ua/news/press-release/409828.html> HYPERLINK "https://interfax.com.ua/news/press-release/409828.html%203" 3. Кандалинцев В. Финансовый вага категорії // Новини торгівлі. 2003. - № 12. – С. 34. 4. Снегирьова В. Роздрібний магазин. Управління асортиментом по товарних категоріях. СПб .: Пітер, 2007.- С. 82-83

## **ОБЛІК ТА АНАЛІЗ У ВЗАЄМОЗВ'ЯЗКУ З УПРАВЛІНСЬКИМИ РІШЕННЯМИ**

Канд. екон. наук, доц. Вербицька В.І.,  
здобувачі вищої освіти Поясник О.Б., Резуненко С.Ю.  
*Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Управління завжди має певний намір і ясну програму дій. Та ситуація змінюється, і під час реалізації запланованого з'являються перешкоди або, навпаки, випадають сприятливі шанси. Аби нейтралізувати завади, уникнути перешкод і

використати можливості, необхідний своєчасний вплив на об'єкт управління в потрібному напрямі. Для цього передусім приймають управлінське рішення, яким визначають, що саме бажано отримати і як цього досягти [1].

Під впливом змін у діяльності підприємств – ускладнення управління, вдосконалення технології виробництва тощо – з'явилися нові функції. Так, найважливішими і досить складними проблемами стали організація інформаційної бази управління та інформаційна підтримка управлінських рішень у режимі реального часу [2]. Ці проблеми на підприємстві розв'язують постійно, тому інформаційні напрями роботи доповнили перелік функцій управління. Виконувати інформаційні функції можливо тільки за умови якісного ведення обліку і використання методів та моделей економічного і фінансового аналізу та аудиту [3].

Розглядаючи виконання основних функцій управління, якими є планування, контроль та регулювання [1, 2], можна побачити, що вони не є найпростішими: кожна з них вмщує як мінімум одну спільну елементарну складову, якою є функція аналізу. Аналіз є необхідною внутрішньою складовою кожної з трьох основних функцій управління. Аналіз передує функції планування: щоб прийняти планове рішення треба спочатку проаналізувати попередні дії, звітні дані та зміни довкілля. Аналіз завершує функцію контролю: порівняння планової та звітної інформації є різновидом аналізу. Аналіз виступає основною складовою функції регулювання: регулююче рішення приймається на підставі аналізу даних контролю та різних альтернативних варіантів впливу.

Сам аналіз за своєю суттю є не функцією управління, а функцією пізнання (*cognition*) [4]. За допомогою аналізу визначаються позитивні та негативні риси виконання плану, виявляються тенденції та наявні резерви розвитку, фактори впливу і ступінь їхньої дії, тобто виконуються пізнавальні процеси. Інформація, отримана в результаті аналізу, використовується в управлінні як підстава для прийняття управлінських рішень з компенсаційних або розвиваючих дій.

Аналогічно облік і аудит відносяться теж до пізнавальних функцій. Вони є внутрішніми пізнавальними складовими планування, регулювання та контролю. Аудит, з одного боку, належить до узагальнюючого контролю, а з іншого, аудиторська функція консультування (управлінський аудит) входить як складова до планування та регулювання. За допомогою аудиторських процедур на підставі даних обліку перевіряється стан підприємства та його робота, робляться висновки і надаються рекомендації, які використовуються для остаточних управлінських рішень не тільки під час контролю, а й в ході планування та регулювання.

Таким чином, облік, аналіз і аудит є когнікативними (пізнавальними) функціями. Інформація обліку, аналізу й аудиту, яка використовується в процесі прийняття рішень, готується за допомогою пізнавальних методів:

- спостереження;
- моделювання;
- експерименту з моделлю.

Рішення з планування, регулювання або контролю приймають тільки після того, як буде отримано інформацію про результати дій, встановлених попередніми рішеннями, та стан об'єкта управління. Цю інформацію збирають шляхом спостережень. Експеримент допомагає розробляти, оцінювати та обирати проекти рішень. При цьому безпосередній експеримент з об'єктом завжди пов'язаний з витратами та ризиком. Тому замість об'єкта в експерименті використовують модель як його замісник. Якщо модель якісна, то модельний експеримент надасть ту ж саму інформацію, що й експеримент з самим об'єктом [4].

Моделювання є обов'язковим проміжним етапом між спостереженням і експериментом.

Множина когнікативних функцій, як і функцій управління, також відкрита. Крім аналізу і аудиту, до неї можна віднести, наприклад, такі функції як обчислення та інформаційний пошук, роль яких посилюється у міру розвитку інформаційних управлінських технологій і моделювання: обчислення входить до будь-якої моделі прийняття управлінських рішень, інформаційний пошук використовують задля забезпечення моделі або безпосередньо особи, яка приймає рішення, необхідною довідковою інформацією.

Використовуючи в прийнятті рішень не тільки дані, а й методи и моделі бухгалтерського обліку, можна прискорити обґрунтування рішень і одночасно підвищити їх надійність. До такого висновку приводить розглядання як засобу управління підприємством бухгалтерського обліку в його широкому розумінні (*accounting*).

Література: 1. Егорова Н. А. Экономическое управление: онтологический подход / Н. А. Егорова // Вестник Харьковского государственного автомобильно-дорожного технического университета.– Харьков, 1998. – Вып. 8. С. 24-26. 2. Хан Д. Планирование и контроль: концепция контроллинга / Д. Хан ; пер. с нем. – М. : Финансы и статистика, 1997. – 800 с. 3. Вербицька В.І. Вдосконалення аналітичної системи управлінського обліку автотранспортного підприємства // Вісник НТУ «Харківський політехнічний інститут» (економічні науки). Збірник наукових праць. – Х. : НТУ «ХПІ». – 2018. – № 19 (1295). – С. 23-26. 4. Новейший философский словарь / ред. Грицанов А. А. – Минск: Научное издание, 1999. – 1350 с.

### **ЗНАЧЕННЯ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ**

Канд. екон. наук, доц. Вербицька В.І.,  
здобувачі вищої освіти Нгбоді Аджа Агнес Дебора, Радіонов В.Е.  
*Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Сучасне господарювання вимагає оперативного реагування на зміни зовнішнього середовища, і управлінські рішення стали повсякденною роботою [1]. Вибором, оцінкою і обґрунтування управлінських рішень постійно займається не лише менеджмент, а й економічні та фінансові служби підприємств. Показники, моделі і методи, якими оперують ці служби, стають язиком бізнесу, засобом не тільки оцінки рішень, але й їх обґрунтування і аналізу [2].

Сутності та значенню бухгалтерського обліку приділено багато уваги вчених та науковців. Майже всі вони наголошують, що адекватному відображенню обліку господарської діяльності підприємств та організацій не існує альтернативи, якщо підприємство прагне успіху на ринку, а саме цим діям і відповідає бухгалтерський облік [3].

Метою роботи було дослідження чинників, від яких залежить міра управлінського завантаження бухгалтерського обліку. Результатом роботи став висновок про те, що головними чинниками слід вважати стабільність зовнішнього середовища, особливості технологічних процесів, організаційна структура бухгалтерії.

Економіко-математичні методи і моделі залишаються обов'язковим засобом прийняття рішень, та в повсякденній практиці, особливо невеликих підприємств, не визначальним. Головним стає професійний вибір методів обліку і розподілу витрат, калькуляції собівартості і аналізу і моделювання фінансових результатів. Бухгалтер (фінансовий працівник) повинен апробувати різні моделі управлінського і фінансового обліку для порівняння результатів їх роботи і надати керівництву не тільки початкові дані для прийняття управлінських рішень, але і самі проекти рішень [4]. На сьогодні на кожному окремо взятому підприємстві ступінь управлінського завантаження

бухгалтерського обліку залежить від конкретних умов роботи підприємства. Дослідження різноманітних факторів впливу показало, що насамперед ситуація залежить від таких чинників:

- стабільність зовнішнього середовища;
- особливості технологічних процесів;
- організаційна структура бухгалтерії.

Коли зміни зовнішнього середовища закономірні і передбачувані, система управління не піддається збурюючим діям, і з трьох основних функцій управління – планування, контроль і регулювання лишаються дві перші. Функція регулювання в умовах стабільного середовища зводиться до мінімуму. Залишаються планування і контроль, які реалізуються в основному через стандартні і рутинні рішення.

Роль бухгалтерського обліку у разі стабільного середовища полягає здебільшого в тому, аби бути надійним джерелом інформації, чітко забезпечуючи інформаційні потреби управління. В цьому випадку від бухгалтерського обліку вимагається регулярно представляти звіти, забезпечуючи систему управління інформацією зворотного зв'язку; нормативні дані для контролю; оцінні показники для планування.

Якщо середовище нестабільне, то акцент переноситься на функцію регулювання, оскільки присутні збурюючі дії. До них відносяться коливання цін, коливання попиту, високі фінансові і господарські ризики, не стійка кон'юнктура ринку, зміни в законодавчій базі господарської діяльності.

Нестабільне середовище підвищує інтерес до підприємства з боку ринку і розширює коло осіб, які приймають рішення стосовно підприємства на основі бухгалтерської інформації, переслідуючи власні цілі [5]. Сюди входять, крім державних контролюючих органів, всілякі інші контрагенти: кредитори підприємства, акціонери, актуальні і потенційні інвестори, власники банків, представники фінансових органів. Коло агентів теж розширюється – це власники підприємств, його менеджери і адміністратори різних рівнів. Вони мають різні, часто суперечливі інтереси й, як правило, не співпадаючі цілі. Тому підприємство стикається з проблемою вибору з великої множини методик і прийомів оцінки результатів господарської діяльності. Ці методики задає управлінський облік і, зокрема, облік витрат. Він стає інструментом прийняття рішень, від яких залежить виживання і розвиток підприємства.

Міру значущості бухгалтерського обліку визначають також особливості технологічного процесу: масштаби діяльності, тривалість технологічного циклу, сезонний характер робіт, використання унікального устаткування і коштовних матеріалів і багато що інше. Коректність оцінки ефективності кожного рішення на великому підприємстві визначається правильним вибором і коректним використанням методу обліку витрат. Чи буде це попередільний, позаказний, попроцесний, нормативний, багатоступінчастий, функціональний або якийсь другий метод обліку, – залежить від особливостей виробничих процесів. Вибір методу і його використання відноситься до завдань бухгалтерського обліку.

Участь бухгалтерського обліку в управлінні, зрештою, реалізується через роботу бухгалтерії. Тому значущість бухгалтерського обліку залежить від того, наскільки діяльність бухгалтера пов'язана з управлінськими завданнями, які вимагають для свого вирішення розвиненого математичного апарату і сучасної обчислювальної техніки [6].

Література: 1. Вербицька В.І., Бреус В.В. Антикризове управління підприємством. Актуальні питання організації та управління діяльністю підприємств у сучасних умовах господарювання. Збірник тез доповідей Міжвузівської науково-практичної конференції Національної академії Національної гвардії України 28 листопада 2019 року м. Харків. – С. 34-36. 2.Мертенс А. Стоимость компании в теории и на практике. Финансовый директор. - 2019. № 5. - С. 82 - 86. 3. Кужельний М. Теоретичні аспекти бухгалтерського обліку / М. Кужельний // Бухгалтерський облік і аудит. – 2005. – № 8-9. – С. 45-49. 4. Жук В.М. Бухгалтерський облік: шляхи вирішення проблем практики і

науки: Монографія /В.М. Жук. – К.: ННЦ «Інститут аграрної економіки», 2012. –454 с. 5.Шпак В. А. Концептуальна модель організації системи бухгалтерського обліку / В. А. Шпак. – Вісник Львівської комерційної академії. – 2011. – Вип. 36. – С. 450-453. 6. М. В. Сковчиляс, І. І. Подоляк. Сутність та значення бухгалтерського обліку: Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Розвиток соціально-економічних систем в геоелектронічному просторі: теорія, методологія, організація обліку та оподаткування» 11-12 травня 2017 р. (ТНТУ ім. І. Пулюя, м. Тернопіль).- С. 139-141.

## **РЕСУРСНИЙ ПОТЕНЦІАЛ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ: СТАН І ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ**

Здобувач вищої освіти Ветрова В.В.,  
науковий керівник: канд. екон. наук, доц. Благой В.В.,  
*Харківський національний університет будівництва та архітектури*

Ресурсний потенціал сільськогосподарських підприємств є економічною категорією, що визначає сутність взаємопов'язаних земельних, трудових і матеріальних ресурсів. Ресурсне забезпечення аграрного сектору України насамперед характеризується станом матеріально–технічної бази сільського господарства, і, зокрема, вартістю основних засобів та динамікою інвестицій у сільське господарство, введенням в дію виробничих потужностей і об'єктів, забезпеченням аграрних виробників сільськогосподарською технікою, мінеральними добривами та засобами захисту рослин тощо. Потрібно зазначити, що на сучасному етапі господарювання важливу роль відіграє проблема структурної збалансованості ресурсного потенціалу, яка потребує вивчення співвідношення окремих його складових (структури) у вартісній їх формі. Ними, наприклад, є: структурні пропорції між рослинництвом і тваринництвом; земельним фондом і наявністю техніки для обробки ґрунту; тваринництвом і кормовиробництвом тощо.

Дослідження сучасних публікацій з питань оцінки, формування й використання ресурсного потенціалу дає змогу зробити висновок про те, чим є ресурсний потенціал підприємства (рис. 1).

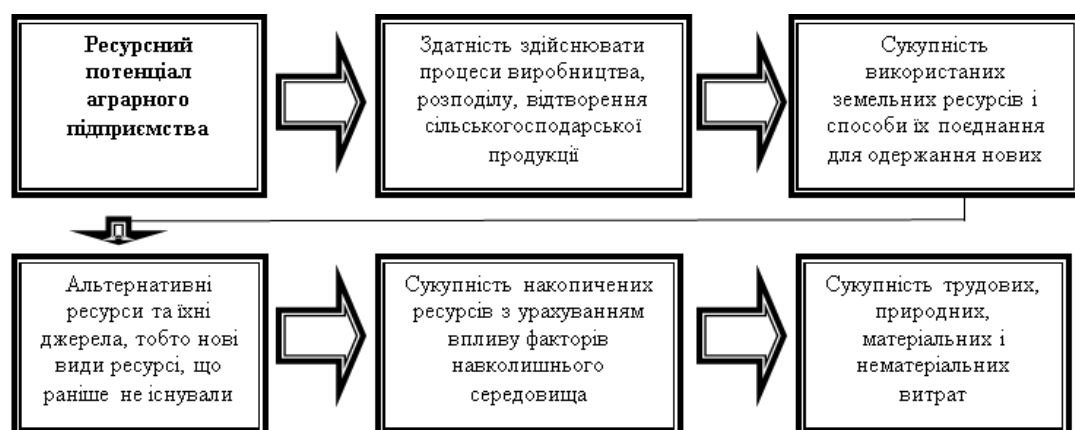


Рисунок 1 - Схема функціональної залежності ресурсного потенціалу аграрного підприємства

Ресурсний потенціал є складною системою ресурсів виробництва, що знаходяться у взаємозв'язку і взаємозалежності. Тому йому притаманні риси, властиві будь-якій системі. Перша з них – це цілісність, яка означає, що всі елементи потенціалу служать загальній цілі, яка постає перед системою. Другою визначною рисою ресурсного потенціалу є складність. Вона виявляється в наявності декількох складових

елементів, кожний з яких є сукупністю окремих частин, які включають більш дрібні частини потенціалу. Використання в процесі планування й відтворення таких системних особливостей ресурсного потенціалу, як взаємозамінність його окремих елементів і збалансоване оптимальне співвідношення між ними, відкриває можливості створення господарської системи, що відрізняється максимальною продуктивністю [1, с. 73]. Тому ресурсний потенціал розглядається як багаторівнева структура, що характеризується сукупністю ресурсів різного роду, доступних для використання визначеного виду, кожен елемент якої є складним цілим, системою взаємозалежних і взаємодіючих між собою частин, що мають відносну самостійність і багатофункціональність (рис. 2).

Одним із складових елементів системи ресурсного потенціалу є земля. Вона активно впливає на процес виробництва, є його найважливішим складовим елементом, базою для органічного поєднання інших виробничих ресурсів. Рівень ресурсного потенціалу залежить не тільки від розміру і структури сільськогосподарських угідь, але й значною мірою від економічної родючості землі, яка залучається до виробничого процесу. Водночас вона вимагає особливого підходу до організації її використання, оскільки, маючи обмежені розміри, є предметом конкуренції різних галузей господарського комплексу.

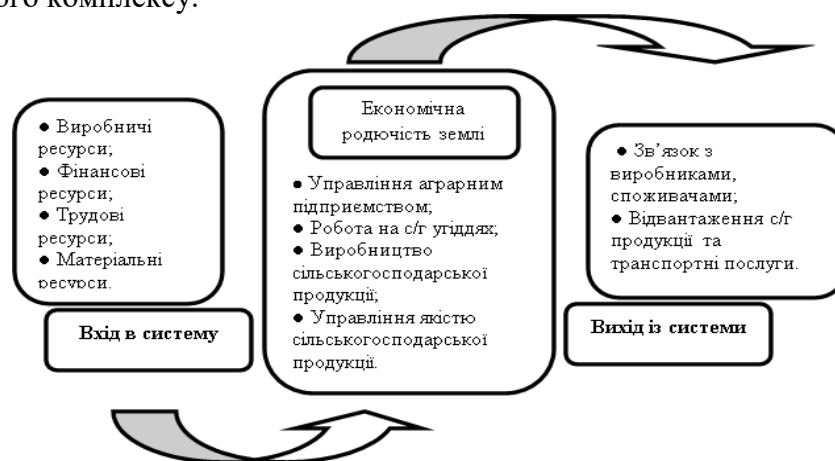


Рисунок 2 - Структурно-функціональна модель аграрного підприємства

Особливості формування ресурсного потенціалу в умовах інформаційного суспільства здебільшого зводяться до визначення ролі інформації в його формуванні та використанні. Зростання ролі інформаційного чинника стає загальною світовою тенденцією, яка, з одного боку, сприяє поліпшенню якісних характеристик ресурсного потенціалу населення, посилює дію організаційно-технічних та інноваційно-технологічних чинників, з іншого боку, обумовлює поглиблення диференціації соціальних рівнів та кваліфікації населення різних регіонів залежно від охоплення їх процесами комп'ютеризації та інформатизації [4, с. 34].

Проведений аналіз оцінки ефективності формування ресурсного потенціалу аграрних підприємств дає підстави говорити про значні невикористані резерви збільшення виробництва продукції, підвищення її якості і, як наслідок, конкурентоспроможності на внутрішньому і зовнішньому ринках.

Література: 1. Давыдкина О.А. Структурирование ресурсного потенциала с использованием эконометрической модели / О.А. Давыдкина, Ю.Ю. Частухина // Вестник Алтайск. гос. агр. ун-та. – 2009. – № 1(51). – С. 71–74. 2. Лапин Е.В. Экономический потенциал предприятия : [монография] / Е.В. Лапин. – Сумы : ИТД «Университетская книга», 2002. – 310 с.

## ОЦІНКА ЯКІСНИХ ХАРАКТЕРИСТИК ПЕРСОНАЛУ ЯК ЧИННИКА ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВА РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ

Канд. екон. наук, доц. Волосов А.М., здобувач вищої освіти Рєзник М.О.  
*Харківський державний університет харчування та торгівлі*

Життєздатність і розвиток сучасних суб'єктів господарювання, у тому числі й сфери роздрібної торгівлі, неможливі без формування, реалізації та розвитку ними конкурентних переваг. Для ефективного управління вказаними процесами потрібна своєчасна об'єктивна оцінка конкурентних переваг на всіх стадіях їх життєвого циклу, і в першу чергу, на стадії формування. Система показників аналізу конкурентних переваг на стадії формування, на нашу думку, містить показники рівень відповідності конкурентних переваг досліджуваного підприємства роздрібної торгівлі існуючим конкурентним перевагам на ринку за: основними видами ресурсів; здібностями торговельного персоналу; компетенціями менеджменту.

Оцінка відповідності забезпеченості підприємства ритейлу ресурсами має відбуватися за наступними видами: товарними ресурсами, які виходячи з основної функції роздрібної торгівлі є основою забезпечення товарообороту та необхідною умовою безперервності процесу товарного обігу, від кількості і складу яких залежить ступінь задоволення потреб споживачів; трудовими ресурсами, які виконують важливу роль у здійсненні торгово-виробничих процесів, діяльність яких безпосередньо впливає на можливості реалізації товарів і послуг; капіталу (як сукупності власних і позикових фінансових ресурсів), дієвість системи управління яким за сучасних умов ведення бізнесу багато в чому визначає ефективність функціонування підприємства ритейлу та його конкурентоспроможність.

Не припинюючи значення товарного та фінансового забезпечення у формуванні конкурентних переваг, варто зазначити, що вирішальна роль належить саме торговельному персоналу та менеджменту підприємств ритейлу. Остання категорія працівників своїми рішеннями визначає види, структуру, якість і ефективність використання усіх інших складових потенціалу підприємства.

Забезпечення й підтримання конкурентоспроможності бізнесу потребують постійного впровадження різних новацій, що, в свою чергу, підвищує вимоги до кваліфікації працівників всіх видів діяльності. Публікації з промислової й організаційної психології дозволяють говорити про залежність ефективності роботи персоналу підприємств роздрібної торгівлі від п'яти основних чинників: знання роботи; здібностей; кваліфікації; мотивації; персональних, організаційних і зовнішніх чинників. У свою чергу здібності визначаються наявністю низки наступних характеристик, які створюють профіль торговельного персоналу: професійні якості (комунікабельність, знання техніки продажів, знання товару, знання стандартів компанії у роботі з клієнтами, ораторські навички); особистісні якості (амбіційність, відповідальність, вміння переконувати).

Аналіз здібностей торговельного персоналу в системі дослідження конкурентних переваг підприємств роздрібної торгівлі пропонуємо проводити з використанням бального методу. Головна ідея аналізу здібностей торговельного персоналу підприємства – кількісно виразити за допомогою балів найважливіші характеристики як працівників, так і робіт, що вони виконують, для подальшого використання в оцінюванні його ролі.

Для характеристики працівників кількісній оцінці підлягає їхній професійно-кваліфікаційний рівень і ділові якості, що створюють необхідні передумови для виконання відповідних функціональних обов'язків.

Показниками, що характеризують роботу є наявність у персоналу спеціальної освіти, підвищення кваліфікації за період дослідження для різних типів персоналу, досвід роботи персоналу в торгівлі, організація мотивації персоналу в підприємстві та ділові якості (професійна компетентність, прояв винахідливості й ініціативності в роботі, добре її виконання (без нагадувань, примусу), не допущення бездіяльності, точне виконання всіх доручень, відповідальність, ефективність колективної співпраці, сприйнятливість до інновацій у діяльності, прояв здібностей до неординарних рішень і нових ідей, емоційна стриманість) персоналу.

Оцінка здібностей торговельного персоналу має п'ять ступенів прояву: низький; нижче за середній; середній; вище за середній; високий (від 1 до 5 балів). Результат оцінки всієї сукупності здібностей торговельного персоналу визначається сумою оцінок рівнів відповідних ознак з урахуванням їхньої питомої значущості. Методика узагальнюючої оцінки здібностей торговельного персоналу передбачає розрахунок сукупного показника статистичним методом на базі окремих показників бальної оцінки (наявність спеціальної освіти в персоналу, підвищення кваліфікації за період дослідження для різних типів персоналу, досвід роботи персоналу в торгівлі, організація мотивації персоналу в підприємстві роздрібною торгівлі, ділові якості).

Компетенції менеджменту підприємств ритейлу доцільно оцінювати за рівнем його розвитку. Для оцінки менеджменту пропонується використовувати базову модель компетенцій, яка більш повно відображає необхідні компетенції [1, с. 124-125] та виступає шаблоном, за яким підприємство роздрібною торгівлі може оцінювати існуючий менеджмент, формувати програми його розвитку й проводити удосконалення [2, с.112]: особистісні, лідерські, управлінські, інноваційні, технічні компетенції [3].

Оцінка всієї сукупності компетенцій менеджерів конкретного підприємства також визначається сумою оцінок рівнів обраних ознак з урахуванням їхньої питомої значущості.

Застосування зазначених показників відповідності дозволяє однозначно визначити рівень відповідності забезпеченості конкурентних переваг підприємства роздрібною торгівлі ресурсами, здібностями торговельно-оперативного персоналу, компетентності менеджменту відносно конкурентів. Показники відповідності для конкретного підприємства роздрібною торгівлі визначаються шляхом порівняння його позицій з максимальними результатами за конкурентною групою підприємств ритейлу. Шкала рівня відповідності конкурентних переваг підприємств ритейлу сформованим на ринку конкурентами може бути: нижче середнього (0-0,49); середнім (0,5); вище середнього (0,51-0,99); максимальним (1,0). Якщо розраховані рівні відповідності/забезпеченості наявних ресурсів/здібностей/компетенцій підприємства за певними кількісними/якісними параметрами є нижчими за середнє значення конкурентної групи, то його конкурентні переваги не відповідають за цим напрямом конкурентним перевагам на ринку. У протилежному випадку його конкурентні переваги відповідають середньому значенню, а підприємство може формувати і реалізовувати конкурентні переваги, а менеджмент є ефективним.

Література: 1. Актуальные проблемы управления персоналом в современных организациях : монография / Под общей ред. М. А. Корговой. – М. : РАО-ПГЛУ, 2013. – 641 с. 2. Бизнес-образование: специфика, программы, технологии, организация / Под общ. ред. С. Р. Филоновича. – М. : ГУ ВШЭ, 2004. – 412 с. 3. Коргова М. А. Оценка менеджеров организации с применением модели компетенций / М. А. Коргова и др. // Гуманизация образования. – 2015. – № 5. – С. 89-95. – Режим доступа : <http://elibrary.ru/contents.asp?issueid=1529552>.



## **ОЦІНКА ТА ПОРІВНЯННЯ КОРОТКО- І ДОВГОСТРОКОВИХ КОЕФІЦІЄНТІВ ЕЛАСТИЧНОСТІ ЯК ЧИННИК СТАЛОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІЧНОГО СУБ'ЄКТА**

Здобувач вищої освіти Воробець В. В.  
*Інститут економіки та менеджменту*

*Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу*

При аналізі попиту важко виділити тривалість періоду часу, тобто потрібно визначити періоди часу, через які ми будемо фіксувати зміни. При періоді менше року – короткостроковий період. В цілому, криві попиту за короткий період часу виглядають інакше, ніж за довготривалий.

Короткостроковий період — це період часу, протягом якого підприємство не може замінити свої виробничі потужності, але може змінити обсяг виробництва продукції і ступінь інтенсивності їх використання. Обсяг виробництва може змінитися шляхом застосування меншої (більшої) кількості живої праці, сировини та інших ресурсів, тобто наявні виробничі потужності протягом короткострокового періоду можуть використовуватися менш або більш інтенсивно.

З точки зору фірми (підприємства) довгостроковий період — це період, який є достатнім для заміни всіх задіяних ресурсів, включно з виробничими потужностями. А з точки зору галузі він дозволяє підприємству розформуватися і залишити галузь, а новим підприємствам (фірмам) організуватися і увійти в галузь. Потрібно зазначити, що довгостроковість і короткостроковість є поняттями умовними і різними для різних галузей, їх тривалість залежить від технологічного циклу та характеру виробництва [1, с. 112119].

Для багатьох товарів попит від ціни більш еластичний в довготривалому а не в короткому періоді часу. Це пов'язано з тим, що зміни споживацьких звичок потребують часу, а також з тим, що попит на деякі товари може бути пов'язаний з запасом в останніх інших товарів, який змінюється повільніше.

Наприклад: різке підвищення цін на бензин зменшує його попит в короткотривалому відрізьку часу, однак в довготривалому відрізьку часу це зменшує попит на автомобілі.

Для інших товарів попит більш еластичний в довготривалому періоді часу. Це товари довготривалого використання – запас кожного товару в споживачів набагато більший від щорічного об'єму випуску. В результаті невелика зміна в сумарному запасі, яким хочуть володіти споживачі, може призвести до великої в процентному вираженні зміни об'єму покупок [2].

У короткостроковому періоді, за часткової варіації факторів виробництва, підприємство, пристосовуючись до динаміки ринку, може змінити випуск продукції, маневруючи, насамперед, обсягами застосування змінних ресурсів.

У довгостроковому періоді, за визначенням, усі фактори виробництва розглядаються як змінні. Якщо ринкова ситуація та її довгостроковий прогноз сприятливі для підприємства, то воно може істотно збільшити обсяг випуску продукції, збільшуючи кількість застосовуваного капітального устаткування, замінюючи його на продуктивніше, розширюючи виробництво шляхом оренди або зведення нового будинку і т. п.

Центральне завдання виробничого менеджера як у короткостроковому, так і в довгостроковому періоді — вибрати таку комбінацію факторів, таке їх співвідношення, щоб забезпечувалася економічна ефективність виробництва, тобто мінімізувалися витрати на заданий обсяг випуску продукції [3, с. 51].

Еластичність попиту по доходу також дуже відрізняється для коротко – і довготривалого періодів. Для більшості товарів і послуг еластичність попиту по доходу

більша в довгостроковому періоді, бо споживачі можуть дозволити собі збільшення споживання лише поступово. Для товарів довготривалого використання – зворотна ситуація. Навіть незначне збільшення доходу приводить до різкого збільшення об'єму поточних покупок. Із-за того, що попит на товари довготривалого використання коливається дуже різко у відповідь на короткострокові зміни доходу, галузі, які виготовляють такі товари, дуже чутливі до змін мікроекономічних умов. Це стосується ділової активності – спадів і бумів. Такі галузі називають циклічними – їх стан має тенденцію збільшувати циклічні зміни у ВВП і національному доході [2].

У короткостроковому періоді фірма обирає обсяг виробництва та ціни на підставі правила  $MR=MC$ . При цьому вона може отримувати прибуток чи мати збиток.

Ситуація на ринку, коли фірми отримують економічні прибутки, не може існувати довго – ці прибутки і досить легкий вступ у галузь спонукають нові фірми вступити в галузь, що призводить до поступового ліквідування економічних прибутків [4]. Відповідно протилежна ситуація, коли фірми зазнають економічних збитків, що веде до відтоку фірм з галузі, доки не відновляться нормальні прибутки. Отже рівновага в довгостроковому періоді досягається при  $P=AT$  і  $MR=MC$ .

Фірми в довгостроковому періоді отримують нульовий економічний прибуток, але не здійснюють виробництво при мінімальних середніх витратах, як при чистій конкуренції – у яких наявні надлишкові потужності. Хоча фірми при монополістичній конкуренції схильні в довгостроковому періоді до отримання нормального прибутку, однак, внаслідок диференціації товару або нецінової політики, у фірми можуть зберегтись економічні прибутки чи економічні збитки [5, с. 89].

Література: 1. Яцюк О. С. Мікроекономіка: Навчальний посібник. Івано-Франківськ: ІФНТУНГ, 2019. 188 с. 2. Yatzyuk O. S. Business continuity program as the basis of the enterprise anticrisis financial management. Матеріали міжнародної науково-практичної конференції «Universum View 2». Вінниця: ТОВ «Нілан-ЛТД», 2018. С. 390-392. 3. Задорожна Н. В. Мікроекономічна теорія виробництва і витрат: Навч. посібник. К.: КНЕУ, 2003. 219 с. 4. Ghandir Hatem, Mark Liuty, Sviatoslav Kis, and Oleh Yatsiuk, Modelling of Socially Responsible Pareto-Effective Stakeholders Interaction Formation under the Mass Media Influence. Proceedings of the 2019 7th Conference on Modeling, Development and Strategic Management of Economic System (MDSMES 2019), in series: Advances in Economics, Business and Management Research, vol. 99, Ivano-Frankivsk and Polyanitsia village (TC Bukovel), Ukraine, October 24-25, 2019. – Available: <https://www.atlantispress.com/proceedings/mdsmes-19/125918774> DOI <https://doi.org/10.2991/mdsmes-19.2019.3> 5. Косік А. Ф., Гронтковська Г. Е. Мікроекономіка: навчальний посібник, підручник. К.: Центр учбової літератури, 2008. 138 с.

## **ДІЯЛЬНІСТЬ НЕБАНКІВСЬКИХ ФІНАНСОВИХ УСТАНОВ У КОНТЕКСТІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ**

Канд. екон. наук, доц. Временко Л.В.

*Харківський національний університет будівництва та архітектури*

У «Стратегії розвитку фінансового сектору України до 2025 року» візією визначено інтегрований у міжнародний простір, ефективний, стійкий та конкурентоспроможний фінансовий сектор, який динамічно розвивається та забезпечує вагомий внесок у стале та інклюзивне економічне зростання України [1]. Місією фінансового сектору є забезпечення сталого та інклюзивного розвитку економіки України через забезпечення ефективного акумулювання, розподілу та обігу фінансових ресурсів в економіці.

Державне регулювання діяльності фінансових установ (страхових компаній, кредитних спілок, недержавних пенсійних фондів та їх адміністраторів, управителів фондів фінансування будівництва та фондів операцій з нерухомістю, адміністраторів товарів у групах, ломбардів, юридичних осіб публічного права та фінансових компаній, що надають фінансові послуги, що можуть суміщатись (позики, в тому числі на умовах фінансового кредиту, надання фінансового лізингу, надання факторингу, надання гарантій та поручительств) та юридичних осіб, які не мають статусу фінансової установи, але мають право надавати певні види фінансових послуг (лізингодавці) здійснює Національна комісія, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг (Нацкомфінпослуг).

За підсумками 2019 року кількість таких фінансових установ зменшилась на 260, що на 27,5% більше, ніж роком раніше. Незважаючи на зниження кількості небанківських фінансових установ, вони продемонстрували активну динаміку розвитку. Активи фінансових установ на 31 грудня 2019 року склали близько 236 млрд грн, що на 19,5%, або на 38,5 млрд грн більше, ніж на аналогічну дату 2018 року.

При цьому загальні активи страховиків зросли більш ніж на 370 млн грн, або на 0,6%, в т.ч. компаній зі страхування життя – на 1,3 млрд грн, або на 10,9%. Обсяг страхових резервів у страхових компаній перевищив 29,5 млрд грн (+ 9,6%). Загальна вартість активів фінансових компаній зросла на 36,9 млрд грн, або на 29,4%, активи НПФ – на 398 млн грн, або на 14,5%, активи кредитних спілок – на 295 млн грн, або 13,3%, активи ломбардів – на 544 млн грн, або 14,6% [2].

Важливими небанківськими фінансовими інститутами як із соціальної, так і з економічної точки зору, є страхові компанії та недержавні пенсійні фонди (НПФ). За даними Нацкомфінпослуг кількість страхових компаній значно скоротилася, так за 2019 рік порівняно з 2018 роком, кількість компаній зменшилася на 48 страховиків, порівняно з 2017 роком зменшилася на 61 страхову компанію [3]. Водночас, валові страхові премії за 2019 рік зросли на 7,4%, валові виплати – на 11,5% у порівнянні з 2018 роком. Збільшення валових страхових премій відбулося по таким видам страхування: автотранспортне страхування – на 16,5% (КАСКО, ОСЦПВ, "Зелена картка"); медичне страхування – на 28,2%; страхування життя – на 18,4%; страхування медичних витрат – на 40,1%.

Пенсійні внески до недержавних пенсійних фондів склали 161 млн грн (+ 36,4%), а пенсійні виплати – 138 млн грн (+ 21,1%).

Важливими інституціями фінансового ринку, що забезпечують мобілізацію фінансових ресурсів, є установи кредитної системи та інститути спільного інвестування. У 2019 році небанківські фінансові установи продемонстрували активне зростання наданих фінансових послуг населенню, а також підприємствам малого і середнього бізнесу. За цей період компанії, ломбарди і кредитні спілки надали кредити на 100 млрд грн, що на 50,1% перевищує показник аналогічного періоду минулого року. Обсяг кредитів, виданих населенню кредитними спілками, перевищив 2,7 млрд грн (+ 14,8%), а вклади громадян в кредитних спілках досягли 1,6 млрд грн (+ 25,8%).

Позитивною є тенденція відкриття філій та представництв небанківських фінансових установ в регіонах. За останній рік фінансові компанії зареєстрували 791 філію і представництво, ломбарди – 774, страхові компанії – 33, кредитні спілки – 33. Це дозволило забезпечити не тільки доступність небанківських фінансових послуг в регіонах України, а й створити нові робочі місця з податковими відрахуваннями до місцевих бюджетів. Так, до кінця 2019 року небанківські фінансові установи налічували 11,681 тис. філій і представництв, у т.ч. ломбарди – 6,172 тис., фінансові компанії – 3,931 тис., страховики – 1,167 тис., кредитні спілки – 408 [2].

У зв'язку з пандемією коронавірусу та з огляду на той факт, що небанківські фінансові установи є частиною критичної інфраструктури, тобто повинні забезпечувати в повному обсязі виконання зобов'язань перед клієнтами, Нацкомфінпослуг наразі

отримує пропозиції від страховиків, фахівців та науковців щодо введення додаткових антикризових заходів. У березні-квітні 2020 року спостерігається зниження ділової активності по ряду небанківських фінансових послуг. Перш за все, це істотне скорочення обсягів мікрокредитування, страхування туристів, автотранспортного страхування, фінансового лізингу та інвестування в житлове будівництво.

Отже, необхідно створити умови для ефективного функціонування фінансових установ на вітчизняному ринку фінансових послуг. Ефективно функціонуючий страховий ринок, розвинені пенсійні фонди, небанківські кредитні установи та інші фінансові установи сприятимуть стабільному та успішному розвитку всіх економічних процесів у суспільстві.

Література: 1. Офіційний сайт Національного банку України. Стратегія розвитку фінансового сектору України до 2025 року. URL: <https://bank.gov.ua/about/refactoring/develop-strategy> 2. Зальотов А.Н. Небанковский финрынок разрабатывает пакет антикризисных мероприятий. URL: <https://interfax.com.ua/news/economic/653228.html> 3. Підсумки діяльності страхових компаній за 2019 рік. URL: [https://nfp.gov.ua/files/OgliadRinkiv/SK/sk\\_2019.pdf](https://nfp.gov.ua/files/OgliadRinkiv/SK/sk_2019.pdf)

## **ЕКОНОМІЧНІ МЕХАНІЗМИ ОПТИМІЗАЦІЇ КАДРОВОЇ ПОЛІТИКИ БУДІВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА**

Канд. екон. наук, доц. Гелеверя Є. М., здобувач вищої освіти Остапчук А. Ю.  
*Харківський національний університет будівництва та архітектури*

Від забезпечення підприємства кваліфікованими кадрами, раціонального їх використання залежать організаційно-технічний рівень виробництва, імідж підприємства, його фінансова стабільність, усі показники діяльності підприємства.

Результати господарської діяльності підприємства залежать від ефективності використання живої праці – найбільш вирішального фактору виробництва, тому що підприємство створилося самою людиною для задоволення її потреб. Забезпеченість підприємства трудовими ресурсами, їх раціональне використання, високий рівень продуктивності праці сприяють збільшенню обсягів виробництва продукції, ефективному використанню устаткування, обладнання, машин, механізмів, зниженню собівартості та зростанню прибутку.

Важливим елементом продуктивних сил і головним джерелом розвитку економіки є люди, їх майстерність, освіта, підготовка, мотивація діяльності. Існує непересічна залежність конкурентоспроможності економіки, рівня добробуту населення від якості трудового потенціалу персоналу підприємства, організації.

Персонал підприємства формується та змінюється під впливом внутрішніх факторів – це характер продукції, яка випускається на підприємстві, технології та організації виробництва; під впливом зовнішніх факторів – це демографічні процеси, юридичні та моральні норми суспільства, характеру ринку праці.

Все це викликає гостру необхідність формування економічних механізмів оптимізації кадрової політики будівельного підприємства, яка забезпечить виживання і стійке положення підприємства в ринкових відносинах.

Вагомий внесок у дослідження проблем формування економічних механізмів оптимізації кадрової політики будівельного підприємства внесли такі вітчизняні та зарубіжні вчені, як І. Корогодін, В. Лобанова, Є. Мерем'янина, Л. Старкова, Д. Шереметов, О. Якуб та ін.

Сучасні тенденції розвитку ринкових відносин в Україні привели до формування нових поглядів під час здійснення управління на підприємствах. Управління трудовими ресурсами в межах новітніх підходів розглядається як важіль, що сприятиме здійсненню результативного управління, рівень якого можливо виміряти відповідними

показниками соціального та економічного характеру. Однак більш ілюстративним вважається комплексний підхід до визначення ефективності управління трудовими ресурсами, в основу якого покладено розробку соціально-економічного показника ефективності.

Отже, визначення методологічних та теоретичних засад ефективного управління трудовими ресурсами є актуальним і потребує подальших розробок.

Управління - це цілеспрямована дія на об'єкт з метою змінити його стан або поведінку у зв'язку зі зміною обставин.

Управління трудовими ресурсами - наука і практика керівництва трудовими ресурсами, яка є, у свою чергу, однією з функцій управління та має таку специфіку: працівники мають інтелект, їхня реакція на зовнішню дію емоційно усвідомлена, тож процес взаємодії між організацією та працівником є двобічним, працівники схильні до постійного вдосконалення та саморозвитку, що є найбільш важливим та довготривалим джерелом підвищення ефективності діяльності організації, люди приходять до організації усвідомлено, з чітко визначеними цілями та очікують від організації допомоги або можливості реалізації цих цілей. Отже, задоволеність працівника є такою самою необхідною умовою, як і задоволеність організації.

Основна мета оптимізації управління трудовими ресурсами та оптимізації кадрової політики – поєднання в межах кадрової політики організації ефективного планування потреби в трудових ресурсах, науково обґрунтованої та застосованої практично оцінки персоналу, планування кар'єрного росту, ефективного навчання персоналу, підвищення кваліфікації та трудової мотивації для розвитку здібностей працівників, результативного контролю та оптимального вирішення завдань, які визначаються вимогами ринку

Література: 1. Корогодін І. Т. Научные принципы и подходы к анализу конкурентоспособности на рынке труда // Человек в постиндустриальном обществе: сб. науч. статей по мат. международной науч.-практ. конф., 2013. – ВГУ – С. 59-65. 2. Лобанова В.В. Сущность и значение конкуренции для рынка труда // Экономика: теория и практика, 2012. - № 1 (25). – С.60-68. 3. Меремьянина Е.С. Бренд работодателя как фактор конкурентоспособности современных организаций // Управление социальными изменениями в нестабильных условиях: материалы Всероссийской научной конференции. - МГУ им. М. В. Ломоносова, 2016. Издательство: ООО "МАКС Пресс". – С. 414-416. 4. Старкова Л. С. Оценка уровня конкурентоспособности работодателей на рынке труда // Вестник ВГУ им. А. Г. и Н. Г. Столетовых. Серия: Экономические науки, 2017. - Номер: 2 (12). – С.131-136. 5. Шереметов Д. А. Теоретические модели поведения предпринимателя на рынке труда как фактор повышения конкурентоспособности фирмы // Вестник ИжГТУ им. М.Т. Калашникова, 2009. - Вып. 1. – С. 79-80. 6. Якуб О. А. Сущность конкурентоспособности предприятия на рынке труда // Экономика и управление инновационными процессами, проектами, программами: матер. Межд. заочной науч.-практ. конф., 2015. - ОмГУ им. Ф.М. Достоевского. – С. 150-153.

## **ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИМ КАПІТАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА**

Канд. екон. наук, доц. Гелеверя Є. М., здобувач вищої освіти Смоліна К. О.  
*Харківський національний університет будівництва та архітектури*

Практична реалізація існуючого організаційно-економічного забезпечення адаптивного управління інтелектуальним капіталом у будівництві має пробуксовуючі ознаки. До того ж існує ряд серйозних проблем підвищення комерційної привабливості та недосконалість механізму амортизації й відтворення інтелектуальних активів у

будівництві – зазначені аспекти потребують подальшого дослідження і удосконалення особливо в умовах українських реалій.

У сучасному світі відбуваються важливі економічні трансформації, пов'язані з інтенсифікацією накопичення і використання інтелектуального капіталу. На відміну від історичної ретроспективи, коли визначальними факторами розвитку були матеріально-речовинний і фінансовий капітали, інтелектуальний капітал набуває все більшого значення.

Електронна енциклопедія Вікіпедія містить статтю «Інтелектуальний капітал», зі змісту якої ми визначили, що існують різні підходи до визначення поняття «інтелектуальний капітал»:

Інтелектуальний капітал – інтелектуальні здібності людей, у сукупності зі створеними ними матеріальними й нематеріальними засобами, які використовуються в процесі інтелектуальної праці.

Інтелектуальний капітал – це інформація й знання, які відіграють роль «колективного мозку», що акумулює наукові й повсякденні знання працівників, інтелектуальну власність і накопичений досвід, спілкування й організаційну структуру, інформаційні мережі та імідж підприємства.

Інтелектуальний капітал – вартість сукупності наявних у нього інтелектуальних активів, зокрема інтелектуальної власності, його природних і придбаних інтелектуальних здатностей й навичок, а також накопиченої ним бази знань і корисних відносин з іншими суб'єктами.

У складі інтелектуального капіталу в цій статті виділяють три складові:

людський капітал: знання, навички, досвід, ноу-хау, творчі здібності, креативний спосіб мислення, моральні цінності, культура праці та ін.;

організаційний капітал: патенти, ліцензії, ноу-хау, програми, товарні знаки, промислові зразки, технічне й програмне забезпечення, органі-заційна структура, корпоративна культура й т.п.;

споживчий капітал (його слід трактувати більш широко, як інтерфейсний капітал): зв'язки з економічними контрагентами (постачальниками, споживачами, посередниками, кредитно-фінансовими установами, органами влади та ін.), інформація про економічних контрагентів, історія взаємин з економічними контрагентами, торговельна марка (бренд).

Також у Вікіпедії запропоновано ряд головних чинників, що впливають на формування й використання інтелектуального капіталу: фінансово-інноваційний капітал; високі технології; рівень розвитку інформаційного середовища; наявність сучасної ринкової інфраструктури; стан інноваційного середовища та ін.

Якщо розглянути суто наукові літературні джерела, у яких висвітлюються теоретичні аспекти інтелектуального капіталу, то на особливу увагу заслуговують статті проф. О.Б. Бутнік-Сіверського і монографія Академіків НАН України В.М. Геєця та В.П. Семіноженка. З огляду на ці наукові джерела зосередимо увагу на розкритті архітектоніки побудови моделі обігу інтелектуального капіталу в будівельній галузі.

Відображення взаємозв'язку функціональних елементів – складових організаційно-економічного механізму управління інтелектуальним капіталом у будівельній галузі, їх розширений склад та важелі управління у вигляді системної моделі представлено на рис. 1.

Викладена структура, послідовність алгоритмізації та подальшої реалізації запропонованого механізму дозволить підняти якість управління інтелектуальним капіталом підприємства будівельної галузі, а з ним і його прибутковість.

Характеризуючи організаційно-економічний механізм управління інтелектуальним капіталом доцільно виділити такі підсистеми:

економічна, яка визначається організацією, плануванням і бюджетуванням, фінансуванням, контролем, діагностикою;



Рисунок 1 – Складові організаційно-економічного механізму управління інтелектуальним капіталом у будівельній галузі

організаційна, яка базується на напрямках формування та використання служби безпеки на підприємстві, забезпечення її фінансування, визначення показників діяльності, реагування на відповідні відхилення, постійний моніторинг діяльності;

тактичне забезпечення шляхом зростання ефективності використання потенціалу, який існує на підприємстві, визначення рівня стійкості стану, можливості реагування до інновацій;

стратегічне забезпечення, яке визначається використанням майбутніх можливостей, забезпечення розвитку підприємства, реагування на внутрішні та зовнішні умови;

здійснення інтегрованої оцінки стану та рівня використання економічної безпеки на підприємстві.

Рух інтелектуального капіталу в процесі реалізації запропонованого організаційно-економічного механізму управління інтелектуальним капіталом представлено на рис. 2.

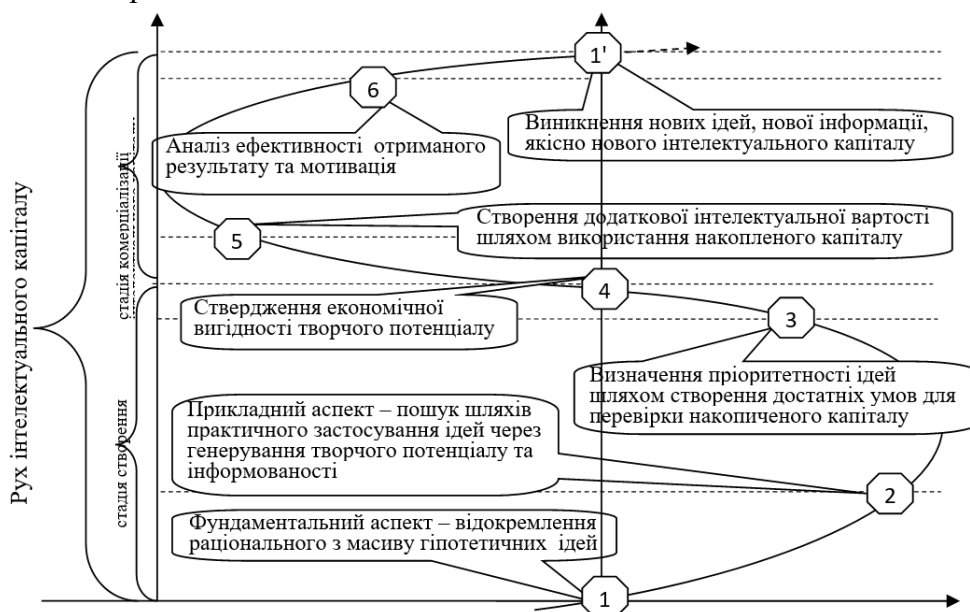


Рисунок 2 – Рух інтелектуального капіталу в процесі реалізації організаційно-економічного механізму управління інтелектуальним капіталом

Щодо перспектив подальших досліджень в цьому напрямі ми бачимо удосконалення системи адміністрування й підвищення ефективності комерціалізації інтелектуального капіталу будівельної галузі шляхом внесення певних змін у відповідний сегмент діючого законодавства.

Література: 1. Геєць В. М. Інноваційні перспективи України / В. М. Геєць, В. П. Семіноженко. – Харків : Костанта, 2006. – 272 с. 2. Бутнік-Сіверський О. Б. Інтелектуальна власність в інноваційній сфері: економіко-правовий аспект / О. Б. Бутнік-Сіверський // Інтелектуальна власність та інновації : міжнародний науково-практичний семінар, м. Київ, 25-26.03.2013. - К., 2013. - С.1-15. 3. Гелеверя Е. М. Управление инновационным развитием жилищной сферы экономики региона в условиях децентрализации // Сучасні питання економіки і права: зб. наук. праць. – К. : КиМУ, 2015. – Вип. 2(10). – С. 28 - 34. <http://www.kymu.edu.ua/sychasni-putannya-ekonomiku.html> 4. Гелеверя Є. М. Еволюційні передумови розвитку та сучасний стан системи інтелектуальної власності в Україні // Глобальні та національні проблеми економіки. - Миколаїв, МНУ ім. В.О. Сухомлинського, 2018. - Вип. 21. – Електронне фахове видання. <http://global-national.in.ua> 5. Гелеверя Є. М. Інтелектуальна власність у соціально-економічних системах будівельної галузі: теоретичні та прикладні аспекти // Глобальні та національні проблеми економіки. - Миколаїв, МНУ ім. В.О. Сухомлинського, 2016. - Вип. 14. – Електронне фахове видання. <http://global-national.in.ua> 6. Орлюк О. П. Захист прав інтелектуальної власності в контексті європейської інтеграції / О. П. Орлюк // Вісник Національної академії правових наук України. - 2016. - № 3. - С. 58-74. 7. Гелеверя Є.М. Удосконалення економіко-правового режиму амортизації інтелектуальних активів будівельними підприємствами / Гелеверя Є.М., Загоруйко О.О. // Вітчизняний та світовий досвід правового регулювання відносин у сфері інтелектуальної власності : Збірник наукових праць за матеріалами VII Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції (27 квітня 2018 р.) / За заг. ред. О.В. Черевка, О.П. Орлюк. – Черкаси: Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького, 2018. – С. 55-59.

## **МОДЕЛЮВАННЯ ІНФЛЯЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ ЗАДЛЯ ПІДТРИМКИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ**

Гербиш В. Г.,  
науковий керівник: д-р. екон. наук, проф. Янковий О. Г.  
*Одеський національний економічний університет*

В умовах фінансової кризи зростає актуальність передбачення розвитку негативних явищ в економіці для того, щоб попереджати та згладжувати їх. Важливим індикатором стану економіки є інфляція. Пов'язані з нею ризики позначаються на ефективності функціонуванні і розвитку економічної системи. Інфляція – багатогранний, складний процес, який чітко відображає усі основні проблеми й суперечності економіки. Найбільш очевидно вона проявляє себе в систематичному переповненні каналів грошового обігу масою надлишкових грошей, що веде до їх знецінення та додаткового перерозподілу національного доходу й національного багатства на шкоду більшості населення.

Існує декілька методів моделювання прогнозу інфляції. Одним з них є моделювання інфляційної інерції й інфляційних очікувань та багатофакторне моделювання, які можна використовувати для короткострокового прогнозування інфляції. Моделювання інфляційної інерції й інфляційних очікувань базується на біхевіоральному аспекті інфляції, тобто під час побудови такої моделі припускають, що переважна більшість людей «бачить» тільки рівень інфляції, а інші макроекономічні показники залишаються поза їх увагою, відповідно, вплив на поточний темп інфляції



матимуть лише попередні її значення. Таким чином, економічні агенти очікуватимуть у поточний період часу такий рівень інфляції, який був притаманний попереднім періодам із певними корегувальними коефіцієнтами (вагами), які визначають важливість впливу значень темпів попереднього періоду на значення темпів поточного. Ці ваги можуть бути розподілені по-різному: постійно спадати з часом; спочатку зростати, а потім, досягнувши максимуму, спадати тощо [1].

Інший поширений підхід при моделюванні інфляційних процесів ґрунтується на використанні кривих зростання. Вирівнювання динамічних рядів даних за допомогою кривих зростання у більшості випадків є зручним засобом для їх опису та отримання прогнозних значень. Основною проблемою в разі застосування даного підходу є вибір адекватної форми кривої. Зрозуміло, що найбільш логічно визначати форму кривої, виходячи з аналізу суті та специфіки досліджуваного явища або процесу з додатковим використанням низки діагностичних критеріїв та критеріїв якості [2].

Західні вчені під час прогнозування інфляції досить часто спираються на монетаристську модель М. Фрідмана, який вважав, що інфляція завжди є грошовим явищем [3]. Кількісна теорія грошей сама по собі не передбачає введення до моделі лагів відповідних змінних, тому необхідно зупинитися детальніше на причинах і правомірності їх включення. Лаг ВВП може означати, що економіка адаптується до змін у кон'юнктури ринку не відразу, а з певним запізненням, яке спричинене перебудовою або введенням нових виробничих потужностей. Оскільки ВВП також є доходом, використання лагів можна інтерпретувати як відображення постійного доходу, тобто заощадження попередніх періодів можуть бути витрачені у поточному [4].

На протигагу монетаристським моделям, кейнсіанська модель інфляції базується на концепції ділової активності, яка постулює, що зростання рівня цін спричинене надмірним попитом на споживчому ринку. Цей надмірний попит відображається у підвищенні попиту на виробничі ресурси, такі, як праця тощо. Надмірний попит на працю призводить до збільшення вартості цього фактора. Таким чином, із кейнсіанської концепції інфляції теоретично виводиться крива Філіпса, яка зв'язує безробіття і рівень інфляції в країні. Доведено, що економетричні моделі у переважній більшості випадків через об'єктивні причини не можуть адекватно описувати криву Філіпса у довгостроковій перспективі [5]. Щодо короткострокової перспективи, то в цілому їх якість задовільна [6].

Прогноз інфляції (поряд з прогнозами таких макроекономічних показників, як ВВП, інвестиції, прогноз зовнішньоторговельного балансу та інші) є одним із ключових при розробці макроекономічної політики взагалі, та монетарної політики Національного банку України – зокрема. Саме інфляційні процеси спричиняють значний вплив на макроекономічне середовище та розвиток країни в цілому. Інфляція у будь-якій економіці визначається інфляцією попиту, інфляцією витрат та інфляційними очікуваннями. Побудова досконалих моделей прогнозу інфляції пов'язана із значними труднощами, оскільки в більшості випадків досить важко передбачити величини тих екзогенних факторів, які мають значний вплив на зміни рівня цін. Однак точність моделі залежить не тільки від достовірного прогнозу саме екзогенних факторів моделі, але й адекватного визначення основних факторів впливу на інфляцію. Вибір оптимальної кількості факторів впливу та аналіз кількісних та якісних параметрів їх впливу є основною задачею при побудові моделі.

Література: 1. Лук'яненко І. Г. Економічні науки. Наукові записки. «Методологічні підходи до моделювання інфляційних процесів». Том 94. С. 58. 2016 [Електронний ресурс]. Режим доступу: [http://ekmair.ukma.edu.ua/bitstream/handle/123456789/4009/Lukianenko\\_Metodolohichni.pdf](http://ekmair.ukma.edu.ua/bitstream/handle/123456789/4009/Lukianenko_Metodolohichni.pdf) 2. Заходякин Г. В. курс «Компьютерная поддержка прогнозирования» [Електронний ресурс]. Режим доступу: [https:// www.slideshare.net/abode/5-arima](https://www.slideshare.net/abode/5-arima). 3. Roland G. Transition

and Economics: Politics, Markets and Firms / G. Roland. – Cambridge : Mass. MIT Press, 2000. – 561 p. 4. Mankiw N. G. Macroeconomics / N. G. Mankiw. – Second edition – New York : Worth Publishers, Inc, 2018. – 514p. 5. Gooheon K., Lavern M., Wayne R. Public debt, money supply, and inflation : a crosscountry study and its application to Jamaica / K. Gooheon, M. Lavern, R. Wayne // IMF working paper. – 2019. – No. 06/121. – 39 p. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.imf.org/external/pubs/ft/wp/2006/wp06121.pdf>. 6. Харазішвілі Ю., Заріцький О., Заводник В. Інфляція, фактори впливу та інструменти регулювання // Вісник Національного банку України. – 2015. – № 9. – С. 12-17.

## **КОЛАБОРАЦІЯ – ЕФЕКТИВНА ФОРМА ПАРТНЕРСТВА**

Викл. Головка-Марченко І.С., здобувач вищої освіти Татаренко А.А.  
*Харківський національний університет будівництва та архітектури*

Спільна діяльність у певній сфері двох або більше людей, підприємств чи організацій, для досягнення спільної мети, називається колаборація. В процесі колаборації люди або представники організацій обмінюються своїми знаннями, досвідом, корисною інформацією, навчаються, щоб у підсумку досягти згоди (консенсусу). Також цим терміном можуть називати всіх учасників процесу колаборації в сукупності. Простими словами, колаборація – це співпраця. Вона необхідна тоді, коли люди мають спільну мету, і їм потрібно досягти згоди та домовитися, попередньо разом повчитися, обмінятися досвідом або даними. Таке поняття застосовується як до звичайних людей, так і до підприємств. Останнім часом термін зустрічається у багатьох сферах життя.

Сьогодні колаборація є одним з найпотужніших маркетингових інструментів, а не тільки формою об'єднання підприємств. Такого роду співпраця може проявлятися у різних формах: від спільного рітейлу і просування до створення колабораційних продуктів. Метою колаборації є отримання її учасниками більших можливостей для досягнення цілей в умовах конкуренції. Колаборація дає можливість залучити нових клієнтів, створити додатковий PR брендів-учасників. Ефект синергії, що виникає в результаті колаборації, дозволяє партнерам «поділитися» репутацією і клієнтами, залучити нових споживачів і створити нову велику споживчу цінність для своєї аудиторії. Успіх колаборації залежить від критеріїв, які необхідно враховувати при виборі партнера. Головним з них є спільність цільової аудиторії усіх учасників.

Проте винятком виступає колаборація між брендами різних цінових сегментів. Більш дорогий бренд стає ближчим і доступнішим, при цьому отримуючи додатковий дохід від нижчого цінового сегмента, а бренд нижчої цінової категорії покращує свій імідж, підвищуючи цінність в очах споживачів за рахунок зв'язку з брендом преміум-класу. В інших випадках схожість цільових аудиторій необхідна для того, щоб залучити нових клієнтів з числа клієнтів партнера, а також для можливості створення спільного рітейлу і кампаній просування.

Обов'язково необхідно враховувати наступні вимоги співпраці на умовах колаборації:

- колаборація повинна бути вигідною для усіх учасників та покращувати їх імідж і репутацію. Оптимальним варіантом є об'єднання брендів, які перебувають на одному рівні. У такому випадку ймовірність негативних наслідків для однієї або більше сторін мінімізується;

- варіанти колаборації учасників, що володіють різними статусом та репутацією можливі за умови, що така співпраця не зашкодить жодному з партнерів;

- на сприйнятті жодного з брендів-партнерів не повинні негативно позначатися імідж та сприйняття споживачами інших брендів, що є учасниками колаборації. У разі

невиконання цієї умови учасники ризикують втратити наявних клієнтів та статус в суспільстві.

Колаборація виступає новою можливістю для підприємств отримувати більший прибутку та розширювати клієнтську базу. Колаборація є дуже ефективним маркетинговим інструментом та швидким способом підняти статус підприємства чи організації за рахунок обміну організаційними здібностями, інтелектуальними перевагами з іншими підприємствами.

## ЕЛЕКТРОННИЙ ДОКУМЕНТООБІГ В УКРАЇНІ

Викл. Головка-Марченко І.С.,  
здобувач вищої освіти Шебалкова Є.І.

*Харківського національного університету будівництва та архітектури*

Ефективність управління підприємством чи установою певною мірою залежить від того, наскільки добре воно організовує робочий процес, оскільки робочий процес і управління ним тісно пов'язані. Швидкість отримання інформації, необхідної для прийняття управлінського рішення, залежить від швидкості руху, обробки документів та подання їх на виконання.

Під документообігом розуміють рух документів в організації з моменту їх отримання або створення до завершення і відправлення [1].

Електронний робочий процес здійснюється відповідно до законодавства України або на підставі договорів. Відповідно до ст. 9 Закону України «Про електронні документи та електронний документообіг» електронний документообіг трактується як сукупність процесів створення, обробки, відправки, передачі, отримання, зберігання, використання та знищення електронного цифрового підпису, які виконуються із застосуванням цілісності перевірки та, за необхідності, підтвердження факту отримання таких документів [1].

Основними елементами електронного документообігу є:

- електронний документ;
- електронно-цифровий підпис (ЕЦП);
- позначка часу.

Документ, в якому інформація створюється та зберігається за допомогою електронних даних, що виконуються комп'ютерними засобами, називається електронним та підписується за допомогою електронного цифрового підпису, що надає йому юридичну силу.

Електронний цифровий підпис (ЕЦП) – це тип електронного підпису, який є результатом криптографічного перетворення електронного набору даних, який додається або логічно поєднується для підтвердження його цілісності та ідентифікації абонента. ЕЦП накладається особистим ключем і перевіряється відкритим ключем. Приватний ключ – це параметр криптографічного алгоритму формування ЕЦП, який доступний лише абоненту. Відкритий ключ – це параметр криптографічного алгоритму для перевірки ЕЦП, який доступний суб'єктам у сфері використання ЕЦП [2, ст.1].

Позначка часу фіксує дату та точний час, призначений документу на момент підписання. Вирішуючи позов, він гарантує його обґрунтованість.

Суб'єкти електронного документообігу, які здійснюють його на договірних засадах, самостійно визначають режим доступу до електронного документу, що містить конфіденційну інформацію, та встановлюють для нього систему (методи) захисту. В інформаційних, телекомунікаційних, інформаційно-телекомунікаційних системах, які забезпечують обмін електронним документообігом, що містять інформацію, яка є власністю держави, або інформацію з обмеженим доступом, повинен забезпечуватися захист цієї інформації відповідно до законодавства [3, ст.15].

Завдання автоматизації робочого процесу – це перетин традиційного паперового документообігу та нових комп'ютерних технологій. Автоматизація підприємств включає безліч специфічних організаційних, структурних та виробничих особливостей, налаштувань компанії, корпоративних стандартів та вимог, визначених процедур взаємодії між службами та підрядниками і залежить від технічного обладнання та ін.

Отже, електронний документообіг являється прогресивним підходом до значного підвищення ефективності фірм, установ та організацій, який включає набір процесів створення, обробки, відправки, передачі, прийому, зберігання, використання та знищення електронного документа. Інтегруючи всі документи-системи в інформаційний вузол, електронний документообіг дозволяє створити єдиний інформаційний простір. Така робота проводиться без втрати якості роботи з документами, відповідно до традицій оформлення документів. Завдання робочого процесу не може бути представлене однією галуззю в загальному бізнес-процесі організації. Рух документів тісно пов'язаний з іншими завданнями, які вирішуються інформаційною системою управління.

Література: 1. «Держслужбовець» Організація роботи з документами (ч. 3). [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <https://i.factor.ua/ukr/journals/ds/2015/june/issue-6/article-8786.html> 2. Юридичний портал Протокол Закони Стаття 1. Визначення термінів. [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: [https://protocol.ua/ua/pro\\_elektronniy\\_tsifroviy\\_pidpis\\_stattya\\_1/](https://protocol.ua/ua/pro_elektronniy_tsifroviy_pidpis_stattya_1/) 3. Юридический портал Протокол Законы Стаття 15. Обіг електронних документів, що містять інформацію з обмеженим доступом. [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: [https://protocol.ua/ru/pro\\_elektronni\\_dokumenti\\_ta\\_elektronniy\\_dokumentoobig\\_stattya\\_15/](https://protocol.ua/ru/pro_elektronni_dokumenti_ta_elektronniy_dokumentoobig_stattya_15/) 4. ДСТУ 2732:2004 Діловодство й архівна справа. [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: [https://vn.court.gov.ua/userfiles/27\\_2732-2004\(1\).pdf](https://vn.court.gov.ua/userfiles/27_2732-2004(1).pdf)

## **КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ ОРГАНІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ**

Канд. екон. наук, доц. кафедри маркетингу та реклами Головчук Ю.О.  
*Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ*

Сучасні процеси глобалізації економіки та інтеграційні процеси призвели до зростання конкуренції як на світових ринках, так і на внутрішньому ринку України. В даний період, коли відбувається поширення розвитку ринкових відносин, немовби як за вимогою часу відбувається становлення і формування конкурентного середовища в національній економіці.

Конкурентоспроможність підприємства передбачає, що вона може підтримувати або розширювати своє конкурентне становище на ринку та впливати на ситуацію на ринку, пропонуючи якісні продукти, що відповідають конкретним потребам споживачів та забезпечують їх ефективність. Як відомо, що сьогодні найважливішим важелем конкуренції виступає ціна і якість на товари і послуги, що реалізуються. Конкурентоспроможність підприємства на абстрактному рівні також визначається як сума переваг, які підприємство пропонує для використання свого конкурентного становища серед конкурентів. [1, с. 147; 2, с. 68]

Таким чином, конкурентоспроможність підприємства - це загальна особливість компетенцій, цінностей та конкурентних переваг, тобто активи та параметри підприємства. Необхідно відмітити, що для того, щоб забезпечити провідне місце підприємства на ринку, сьогодні важливим стратегічним завданням є подолання конкуренції у розробці та розробці нових товарів, нових технологій, нових конструкцій, нових витрат на виробництво, нових цін та нововведень у продажі, що проявляється в управлінні конкурентоспроможністю. Будь-яке підприємство повинно підтримувати

конкурентоспроможність своєї продукції на високому рівні, щоб мати можливість систематично аналізувати ситуацію на ринку з метою посилення своїх конкурентних позицій, що забезпечує довгострокове економічне зростання підприємства та високий рівень конкурентоспроможності. [3, с. 113; 4, 73]

Загальний підхід до розробки інструментів підвищення конкурентоспроможності підприємств на ринку полягає в тому, що фактори підвищення конкурентоспроможності підприємств з точки зору споживчої орієнтації є виправданими. Іншими словами, враховується перехід від конкуренції до використання порівняльних ознак, що призводить до низьких витрат на оплату праці, природних ресурсів та конкурентних переваг на основі компетенцій, цінностей, інновацій та орієнтації на споживача. Сюди входить вибір основної конкурентної стратегії, тобто стратегії, яка найбільш повно і ефективно використовує наявні можливості. Основна особливість основної конкурентної стратегії - адаптація діяльності підприємств до конкретних ринкових умов шляхом визначення основних стратегій підвищення конкурентоспроможності. [5, с. 157; 6]

Таким чином, можна зробити висновки, що важливу роль при управлінні конкурентоспроможністю підприємства відіграють і ресурси, наявні в підприємства (матеріальні, фінансові та людські ресурси), інтелектуальна власність, науково-технічний рівень корпоративного розвитку, структура виробництва за фазами життєвого циклу підприємства, особливості ринку.

Література: 1. Герасименко В. М. Підвищення конкурентоспроможності продукції підприємства за рахунок маркетингової стратегії. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2017. Вип. 58. С. 143-152. 2. Головчук Ю. О., Пчелянська Г. О. Особливості формування стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємства на основі парадигми інноваційного розвитку. *Економіка та держава*. 2020. №3. С.66-70. URL: [http://www.economy.in.ua/pdf/3\\_2020/14.pdf](http://www.economy.in.ua/pdf/3_2020/14.pdf) 3. Нижник І. В. Маркетингове стратегічне управління підвищенням конкурентоспроможності підприємства. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2015. № 4(2). С. 112-115. 4. Пасічник І. Ю. Методичний підхід до оцінки ефективності маркетингової стратегії в процесі управління конкурентоспроможністю продукції. *Управління розвитком*. 2015. № 4. С. 71-75. 5. Савченко М. В., Шкуренко О. В. Управління конкурентоспроможністю підприємства у контексті забезпечення економічної безпеки. *Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля*. 2019. № 3. С. 156-159. 6. Стадник В. В., Іжевський П. Г., Головчук Ю. О. Маркетинг взаємодії в розвитку інноваційного та ринкового потенціалу підприємства. *Ефективна економіка*. 2018. № 2. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6101>

## **ВАЛЮТНЕ РЕГУЛЮВАННЯ В УКРАЇНІ: СУТНІСТЬ, СТАН ТА НАПРЯМИ РОЗВИТКУ**

Здобувач вищої освіти Григоруk Т.О.,  
науковий керівник: канд. екон. наук, доц. Ніколаєва А.М.  
*Луцький національний технічний університет*

Питання процесів інтеграції України до Європейського Союзу та міжнародного співробітництва з провідними державами світу є актуальними для розвитку вітчизняної економіки. Тому для ефективного забезпечення взаємодії між національною та світовою економіками необхідне вдосконалення механізму валютного регулювання.

Валютне регулювання – це система, один із механізмів державного впливу на певні економічні процеси (регламентація міжнародних розрахунків, порядок здійснення

операцій із валютними цінностями, управління обігом валюти, вплив на обмінний курс національної валюти, контроль за здійсненням валютних операцій) [1, с. 39].

Метою валютного регулювання є підтримка економічної стабільності та створення міцної бази для розвитку міжнародних економічних відносин за допомогою впливу на валютний курс та операції з обміну валюти. Суб'єктами виступають учасники валютних операцій, а саме: уповноважені банки-резиденти, юридичні і фізичні особи-резиденти та нерезиденти. Об'єктом є операції резидентів та нерезидентів, фізичних та юридичних осіб, що пов'язані з переміщенням валюти, зміною її власника, перерахуванням валюти за кордон, отриманням валютних коштів за товари та послуги [3, с. 469].

В Україні, починаючи з 19 лютого 1993 р., діяльність щодо валютного регулювання підпорядковувалася Декрету Кабінету Міністрів України «Про систему валютного регулювання», який дозволяв проведення лише окремих валютних операцій, зазначених у нормативно-правовому акті. Таке жорстке валютне законодавство ставило за мету зменшити відплив капіталу за кордон, що було необхідним для того, щоб утримати національну економіку на початку незалежності.

7 лютого 2019 р. набув чинності Закон України «Про валюту і валютні операції» від 6 червня 2018 р., який прийшов на зміну Декрету. Нове законодавство є більш ліберальним, передбачає послаблення валютного контролю в державі, полегшення здійснення операцій валютного обміну в банках, зміну умов міжнародних переказів, введення в дію нової для українців процедури – валютного обміну онлайн, збільшення можливостей для експортно-імпорتنих операцій з суб'єктами господарювання та представниками бізнесу країн Європейського Союзу, а також надає чітке визначення валютному регулюванню – це діяльність Національного банку України та Кабінету Міністрів України, спрямована на регламентацію здійснення валютних операцій суб'єктами валютних відносин і уповноваженими установами. Даний закон містить також ряд обмежень: встановлення граничних термінів для розрахункових операцій, пов'язаних з міжнародним товарообігом, резервування коштів за валютними операціями, продаж частини від іноземних надходжень та інші [5].

Незважаючи на досягнуте, необхідно і надалі вдосконалювати законодавчу базу і визначати прозорі та раціональні правила для міжнародної діяльності, оскільки внаслідок введення спрощеного законодавства з'явилася потреба у посиленні здійснення заходів боротьби з відмиванням доходів кримінального походження.

До напрямів покращення механізму валютного регулювання експерти відносять:

- зниження рівня доларизації шляхом підтримки стійкості гривні;
- збільшення контролю за виводом капіталу в офшори;
- стимулювання експорту та забезпечення рівноваги платіжного балансу;
- продукування привабливих умов для утримання населенням валюти у вітчизняній банківській системі;
- розвиток ринку валютних деривативів, строкових контрактів з метою збільшення потенціалу регулювання валютного ринку та хеджування валютного ризику з одночасним зменшенням участі держави у встановленні курсових орієнтирів монетарної політики;
- диверсифікація валютних резервів країни. Це дасть змогу зменшити можливі збитки знецінення певної валюти;
- підтримка ліквідності банківського сектору на рівні, необхідному для здійснення валютних розрахунків зовнішньоекономічної діяльності;
- поєднання механізмів державного регулювання та ринкових засад функціонування економіки;
- скасування обов'язкового продажу частини валютних надходжень юридичних осіб [2, с. 219; 3, с. 471-472; 4, с. 121].

Отже, валютне регулювання є важливим механізмом реформування сучасної економіки України. Його вдосконалення надасть змогу забезпечити стабілізацію зовнішньоекономічних відносин нашої держави з провідними країнами світу і сприятиме стабільному розвитку вітчизняної економіки.

Література: 1. Журавка Ф.О. Науково-методичний підхід до визначення місця валютного регулювання в системі державної економічної політики України. *Вісник Університету банківської справи. Серія «Теоретичні засади та макроекономічні аспекти розвитку фінансових систем»*. Зб. наук. праць. 2017. №3 (30). С. 36–41. 2. Кузнєцова А.Я., Місяць Н.О. Концептуальні засади формування механізму валютного регулювання в Україні. *Бізнес Інформ. Серія «Фінанси, грошовий обіг і кредит»*. Наук. ж-л. 2017. №9. С. 215–220. 3. Матросова Л.М. Проблеми регулювання валютної сфери України та можливі шляхи її вирішення. *Глобальні та національні проблеми економіки. Серія «Гроші, фінанси і кредит»*. Наук. ж-л. 2017. Вип. 18. С. 468–473. 4. Шевченко О.С. Стан і тенденції розвитку валютного ринку України. *Актуальні питання економічних наук: матеріали міжнар. наук.-практ. конф., (м. Запоріжжя, 9-10 черв. 2017 р.)*. Запоріжжя, 2017. С. 118–121. 5. Про валюту і валютні операції: Закон України від 07.02.2019 р. №2473-VIII / ВР України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2473-19> (дата звернення: 14.05.2020).

## УПРАВЛІННЯ МОДЕЛЯМИ ТРАНСФОРМАЦІЇ ЕКОНОМІКИ КРАЇНИ

Канд. екон. наук Гриценко Н.В.

*Український державний університет залізничного транспорту*

До трактування трансформації економіки існує декілька підходів, але між ними немає різких граней. Однак вони різні за теоретичним основам і визначенням пріоритетних напрямків трансформації, послідовності заходів, темпам перетворень, по набору умов, дозволяючих досягти максимальних результатів, по виробничим і соціальним наслідкам.

В літературі панує уявлення, що виділяються тільки дві протиборчі одна одній концепції трансформації. Одна з них називається «градуалізм» (від англійського слова «gradual» - поступовий), а друга - «шокова терапія» [2].

Слід зазначити, що вибір концепції трансформації багато в чому залежить від вихідного стану справ в країні. Але при будь-якому варіанті проведення реформ величезне значення має сила державних інститутів, тобто, здатність держави, після початкового етапу розпаду старих органів управління і створення нових органів, домогтися здійснення обраної економічної політики.

Однак якщо виділяти змістовні особливості різних підходів до трансформації, то світовий досвід становлення або розширення ринкових відносин окреслює межі наступних моделей ринкового реформування: моделі «ринкового соціалізму», ліберально-монетарістську модель, інституційну і ордоліберальну моделі.

Ознайомимося коротко з цими моделями.

Модель «ринкового соціалізму. Теоретична основа такої моделі - посилка, згідно з якою система «державного соціалізму» здатна до самовдосконалення та еволюції в бік змішаної економіки «демократичного соціалізму». Заміна командно-адміністративної системи системою управління за допомогою економічних важелів стимулюючого (дестимулюючого) характеру при збереженні в тій чи іншій формі централізованого планування і провідну роль державної власності відповідно до цієї моделі повинна відбуватися поступово, еволюційно.

Суть реформаторських дій в децентралізації системи планування і управління, в розширенні елементів економічного відокремлення держпідприємств, у впровадженні господарського механізму з використанням ринкових важелів. Підприємства

переводяться на самофінансування - «повний господарський розрахунок», посилюється матеріальне стимулювання шляхом підвищення ролі таких показників, як товарна продукція і прибуток. Значно зростає частка прибутку, що залишилась в розпорядженні підприємств в результаті встановлення нормативів її розподілу і формування різних фондів:

При цьому в моделі і відповідній їй практиці реалізується установка на збереження принципів соціальної політики та соціальних цінностей дореформеного періоду.

Ліберально-монетаристської модель. Ця модель заснована на неокласичній теорії, провідний постулат якої - ринок як природний результат спонтанного розвитку: іншими словами, це означає, що як тільки економіка країни буде лібералізована, відносини її суб'єктів почнуть ефективно саморегулюватися під дією "невидимої руки ринку".

Постулати неокласичної економічної теорії коротко описують дану модель наступним чином: ринок складається спонтанно; відносини його суб'єктів саморегулюючі під впливом «невидимої руки»; необхідні лібералізація всіх господарських відносин і їх захист від усіх зовнішніх впливів. Економічна роль держави мінімізується, цей інститут покликаний відійти від безпосереднього управління економікою: на його частку залишається розробка загальної концепції і програми реформ, а також контроль за грошовою масою за допомогою жорсткої грошово-кредитної і бюджетної політики. [5]

Інституційна модель. Цей підхід передбачає, перш за все, перетворення системи інститутів, економічних, а також соціальних відносин, вироблення правил поведінки і взаємодії цих інститутів. Ключова роль відводиться державі і системі законодавства, які і формують інституціональні основи ринкової економіки.

Ця модель націлює економічну політику на рішення довгострокових структурних питань розвитку реального сектора, перш за все за допомогою держави. Прихильники моделі вважають, що саме система інституційних перетворень створює умови для економічної стабілізації, в тому числі для фінансового оздоровлення [3].

Ордоліберальної модель. Дану модель можна назвати, гармонійним синтезом ліберально-монетаристської та інституційної моделей. Ця модель заснована на теоретичних ідях В. Ойкена [4].

У виняткових випадках держава може навіть регулювати ціни на критично важливі товари та послуги (продовольство, енергія, транспорт). [3]

Іншими словами дана концепція стверджує активну роль держави у відновленні ринкової економіки і її ефективне функціонування. Держава формує певний господарський порядок. Чи не втручаючись в практичну роботу підприємця, бере на себе відповідальність за мінімізацію наслідків можливих кризових явищ, підтримання стабільності грошової одиниці і за недопущення панування монополій. [5]

Таким чином, слід зазначити, що накопичений в світі значний і досить різноманітний досвід теоретичного обґрунтування моделей економічної трансформації економіки, характеризує їх різноманіття. Застосовувалися на практиці моделі ринкової трансформації мають чимало спільних елементів, але розрізняються їх комбінаціями, політичними і соціальними акцентами, ранжируванням заходів щодо їх логічної і тимчасової пріоритетності, за характером і соціальною ціною їх здійснення. Все це і ряд інших чинників ставить нашу країну в відокремлене положення, яке зобов'язує використовувати індивідуальний методологічний підхід до дослідження й формування власної моделі соціально-економічного розвитку.

Трансформація економіки України повинна забезпечити якісні перетворення усіх її елементів, структур і форм.

Література: 1. Бардиш Г. О. Проблеми трансформації і реструктуризації української економіки в напрямі соціальної спрямованості : моногр. / Г. О. Бардиш ;



Нац. банк України. Львів. банк. ін-т. – Л., 2006. – 479 с. 2. Гражевська Н. І. Еволюція сучасних економічних систем : навч. посіб. / Н. І. Гражевська ; Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. – К. : Знання, 2011. – 287 с. 3. Програма економічних реформ “Заможне суспільство, конкурентоспроможна економіка, ефективна держава” [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [www.president.gov.ua/content/kerprogram.html](http://www.president.gov.ua/content/kerprogram.html). 4. Трансформаційні процеси та економічне зростання в Україні / за ред. акад. НАН України В. М. Гейця. – Х. : Вид-во “Форт”, 2003. – 440 с. 5. Чухно А. А. Модернізація економіки та економічна теорія // Економіка України. – 2012. – № 10. – С. 24-33.

## **ФІЗИЧНЕ ВИХОВАННЯ ЯК СКЛАДОВА ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ДЕРЖАВИ**

Ст. викл. Гунько М.В., ст. викл. Іщенко А.М.

*Харківський національний університет будівництва та архітектури*

Розвиток і зміна фізичного виховання на протязі людської історії може багато розповісти про соціальні зміни в суспільстві. У всі часи, в усьому світі велика увага приділялася і приділяється фізичній культурі та спорту, так як фізична культура та спорт це одна з соціально-культурних сфер, в рамках якої можливі вирішення багато економічних, політичних та інших важливих завдань. Наша країна не є винятком. У концепції довгострокового соціально-економічного розвитку України, визначена роль фізичної культури та спорту як розвиток людського потенціалу країни, стабілізації демографічної ситуації та зниження смертності в працездатному віці. Недостатнє залучення дітей та молоді до занять фізичною культурою і спортом негативно впливає на здоров'я майбутнього покоління, а також веде до зростання дитячого і підліткового алкоголізму, наркоманії та злочинності, що теж відбивається на соціально-економічних показниках.

Без комплексних заходів щодо створення умов для регулярних занять фізичною культурою та спортом, негативна ситуація, пов'язана зі станом здоров'я населення та соціальної демографією, посиляться.

При збереженні існуючих тенденцій у розвитку фізичної культури та спорту неминучі:

- подальше погіршення здоров'я громадян України та скорочення тривалості життя;

- величезні економічні втрати держави в зв'язку із захворюваністю населення.

З чого складається економічне зростання і відповідно поліпшення добробуту людей, тієї країни або регіону в якому це зростання відбувається? Відповідь на це питання можна знайти в підручнику економічної теорії (Сажина, 2009).

Економічне зростання національного господарства може здійснюватися екстенсивним і інтенсивним шляхом. Екстенсивний тип економічного зростання передбачає розширення масштабів виробництва. Це означає, що економічне зростання досягається завдяки кількості залучених в виробництво факторів виробництва на колишній технічній основі. До них відноситься: зростання числа працівників, збільшення капіталовкладень, зростання обсягу споживаної сировини.

Інтенсивний тип економічного зростання передбачає застосування більш ефективних засобів виробництва, технологій і процесів. Це означає, що економічне зростання досягається за рахунок поліпшення чинників виробництва. До них відноситься: підвищення кваліфікації працівників, режим економії, науково-технічний прогрес, вдосконалення технологій і організації праці на виробництві, підвищення якості продукції.

Як відомо, у всіх ресурсів є властивість закінчуватися, тому найбільш ефективним бачиться інтенсивний тип економічного зростання. Велику роль в даному

типі економічного зростання відіграють трудові ресурси, які є одним з важливих ланок у ланцюжку чинників виробництва (земля, капітал, ресурси, інформація, праця).

У свою чергу, продуктивність праці залежить від наступних факторів: інтелектуальні можливості, життєва активність, фізичні якості і творчий потенціал працівників. Систематичні заняття фізичною культурою і спортом сприятливо впливає на здоров'я, розумову активність, цілеспрямованість людини.

Науково доведено, що фізична діяльність продовжує працездатний вік, сприятливо позначається на розумовій активності. Наприклад, ранкова гімнастика - один з кращих способів привести свій організм в робочий тонус та підвищити мозкову активність. В сучасних умовах старіння населення та зменшення народжуваності вплив даних факторів має першочергове значення для збереження або збільшення темпів економічного зростання. Таким чином, працівник, який приділяє належну увагу заняттям фізичною культурою, менше хворіє, швидше входить у робочий стан, створює навколо себе сприятливий емоційний фон і більш цілеспрямований, ніж інші. Всі ці якості, підвищують конкурентоспроможність робочої сили, незалежно від сфери економіки, дозволяють збільшувати темпи економічного зростання.

Роль фізичної культури та спорту не обмежується тільки перерахованими вище факторами. З розвитком фізичної культури і спорту люди навчилися отримувати матеріальну вигоду з даної сфери суспільного життя і виною цьому - спортивний бізнес. По всьому світу все більше з'являється спортивних організацій та установ, послуги яких мають хороший попит. До таких організацій відносяться фізкультурно-оздоровчі центри, федерації з різних видів спорту, фітнес клуби, туристичні центри, спортивні секції з різних видів спорту та інше.

Бізнес і спорт мають дуже багато схожих рис. Як в спорті суперник, в бізнесі існує конкуренція. Обом сферам притаманне прагнення до досягнення все більш високих результатів. Будь-який бізнесмен прагне довести своєю діяльністю, що він несе благо суспільству, та гідний громадської поваги. Отже, в спорті та в бізнесі існує однакова мотивація, що спонукає до дій та відточування майстерності на спортивній арені або сфері надання послуг. Також фізичне виховання та спорт можуть зіграти велику роль у вирішенні соціальних завдань, таких, як боротьба зі шкідливими звичками, протистояння алкоголізму і тютюнопаління, збільшення активності населення. Фізична культура і спорт відіграють велику роль при вирішенні завдань соціально-економічного характеру, так як є специфічною соціально-культурною сферою, яка надає позитивний вплив на важливі показники економічного благополуччя країни. Спортивні досягнення країни виступають показником стабільності та стійкості держави.

Колосальний економічний і соціальний ефект від реалізації програм розвитку масової фізичної культури і спорту беззаперечний. За допомогою фізичної активності та спорту школярі, студенти і працівники всіх сфер господарської діяльності набувають і розвивають в собі такі якості, як самодисципліна, цілеспрямованість, самоконтроль та самоспостереження, вчаться не бути лінивими та слабкими, тренують волю і м'язи.

У свою чергу, сфера спортивного бізнесу залучає в свою орбіту мільйони людей, які відновлюють свій трудовий та емоційний потенціал. Активно відпочивають та перемикаються на інші види діяльності, отримують нові знання та вміння в частині рухової активності, раціонального харчування, ведення здорового способу життя.

Враховуючи все це можна стверджувати що, фізична культура та спорт виступає найважливішим елементом процесу відтворення якісної робочої сили, розвитку та зміцнення трудових ресурсів.

Література: 1. Галкин В.В. Экономика спорта и спортивный бизнес. М., "Кнорус", 320 с., 2006. 2. Сажина М.А. Экономична теорія. М., "Норма", 393 с. 2009

## КРУГОВА ЕКОНОМІКА ЯК СУЧАСНА ПЕРЕДУМОВА ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ РЕСУРСІВ

Ст. викл. Дзюбинська О.В.

*Луцький національний технічний університет*

Сучасний економічний світ вступив у період розвитку четвертого за значимістю етапу промислової революції. Її основний акцент орієнтований на інновації, які дозволяють продукувати технологічні новинки, інформаційні технології у виробництві та можливості трансформації на цій основі економічної системи. Конкретно, принциповими засадами реалізації четвертої промислової революції є забезпечення: сумісної взаємодії машин та пристроїв з персоналом; прозорості, яка є результатом такої взаємодії й проявляється в створенні цифрових копій майбутніх реальних фізичних об'єктів та систем; технічної підтримки, за якої комп'ютеризовані системи інтегруються в сферу операційного менеджменту й виконують автоматизовані технологічні операції замість персоналу. Найвищим рівнем такої технічної підтримки є першочергова участь комп'ютерних мереж у сфері управлінського менеджменту. Вона проявляється не лише в зборі, аналізі та візуалізації інформації, що допомагає приймати рішення людським фактором, але й делегуванні виконання окремих управлінських рішень машинам. Таким чином, новий виток промислової еволюції концептуально вирізняється переважною автоматизацією процесів виготовлення виробів та, головним чином, рівнем відповідальності виробника не лише за якість, але й за рух готового продукту до кінцевого споживача, умови його використання та утилізації. Це дає змогу сформуванню нової бізнес-модель на засадах так званої кругової (циркулярної) економіки, де продукти та матеріали зберігають високу цінність рівно стільки, наскільки це може бути можливим. Все це зводиться до використання альтернативних можливостей пошуку та застосування ресурсів для створення нових благ, забезпечення безвідходного виробництва та досягнення на цій основі економічної ефективності.

В умовах постійного зростання споживчих настроїв збільшуються витрати ресурсів, природних в тому числі. Все це створює додаткове навантаження на регіональні економічні системи, які є донорами таких ресурсів зазвичай. Тому лінійна бізнес-модель себе вичерпала, адже окремі ресурсні можливості обмежені за існуючої волатильності цін на них. Особливістю цієї моделі є те, що відповідальна поведінка виробників закінчувалася на стадії збуту товару та частково організування післясервісного обслуговування. На фоні відносно апатичної реакції споживачів за майбутнє товарів це призводило до того, що після стадії споживання товари трансформувалися у відходи. Відтак, потенційні ресурси вивозилися переважно як відходи на звалища. Лише невелика їх частина використовувалася повторно, перероблялася та реалізовувалася у вигляді вторинних матеріалів. За визначенням окремих дослідників лінійна модель економіки зумовлює проблему вилучення природного капіталу з навколишнього середовища та призводить до зменшення вартості природного капіталу через виникнення проблеми забруднення відходами [1, с. 371].

Між моделлю лінійної та кругової економіки є деякі схожості. Так, у лінійній моделі можуть застосовуватися інструменти рециркуляції та рекуперації. Операції з рециркуляції зазвичай включають переробку відходів у продукти, матеріали чи речовини такої ж або нижчої якості. Рекуперація передбачає повернення частини матеріалів та енергії для повторного використання у тому ж технологічному процесі. В лінійній моделі ці процеси застосовуються тими користувачами, які прагнуть якимось чином знайти резерви росту підвищення ефективності використання ресурсів. Водночас зазначені процеси переважно застосовуються на стадії виробництва в ланцюзі створення вартості, тоді як на інших стадіях утворюються відходи й лінійна

модель не вирішує питання поводження з ними. Так, якщо на виробничій ланці ланцюга окремі виробники вирішують проблему з ним завдяки двом вище наведеним процесам, то в ланці дистрибуції можуть виникати відходи пов'язані з незадовільною логістикою, в ланці продаж – відходи упаковки, а також є відходи в ланці споживання та використання готових продуктів. Кругова економіка вирішує проблему відходів шляхом попередження їх утворенні та накопичення через технологічні, організаційні та соціальні інновації в межах руху матеріального потоку в ланцюзі створення вартості.

Література: 1. Murray A., Skene K., Haynes K. The Circular Economy: An Interdisciplinary Exploration of the Concept and Application in a Global Context. *Journal of Business Ethics*. 2017. Volume 140. Issue 3. Pp. 369–380. URL: <https://link.springer.com/content /pdf/10.1007%2Fs10551-015-2693-2.pdf> (дата звернення: 09.08.2019). 2. Hansen K., Mulhall D., Zils M. Luxembourg as a knowledge capital and testing ground for the circular economy. National Roadmap for Positive Impacts. Tradition, Transition, Transformation. 2014. 380 p. URL: [https://www.lux\\_innovation.lu /wp-content/uploads/2017/05/Luxembourg-Circular-Economy-Study.pdf](https://www.lux_innovation.lu /wp-content/uploads/2017/05/Luxembourg-Circular-Economy-Study.pdf) (дата звернення: 10.08.2019). 3. Cradle to Cradle: Toolbox for a Circular Economy. URL: <https://epea-hamburg.com/circular-economy/> (дата звернення: 11.08.2019). 4. Rizos V., Tuokko K., Behrens A. The Circular Economy. A review of definitions, processes and impacts. 2017. 40 p. URL: [http://aei.pitt.edu /85892/1/RR2017-08\\_CircularEconomy\\_0.pdf](http://aei.pitt.edu /85892/1/RR2017-08_CircularEconomy_0.pdf) (дата звернення: 12.08.2019). 5. Leading the cycle Finnish road map to a circular economy 2016–2025. Sitra Studies 121. Sitra, 2016. 56 p. URL: <https://www.sitra.fi/en/publications/leading-cycle/> (дата звернення: 12.08.2019).

## РОЗВИТОК ПЕРСОНАЛУ В ПОСТІНДУСТРІАЛЬНІЙ ЕКОНОМІЦІ

Канд. екон. наук, доц. Дзямулич М. І.  
*Луцький національний технічний університет*

Зростання ролі персоналу тісно пов'язане з нинішньою фазою розвитку глобалізації та науково-технічного прогресу. І хоча вектор цього зв'язку постійно змінювався, але магістральна – висхідна тенденція цього зв'язку виявлялась не відразу. Економічні фактори, перш за все, гнучкість виробництва, вимагали полівалентності робочої сили та великого запасу його потенціалу для освоєння нових функцій при зміні номенклатури продукції чи її об'єму. Навіть концепція максимально економного (ресурсозберігаючого) виробництва, яка набула популярності наприкінці 80-х років ХХ ст., не допускала економії на підготовці персоналу та передбачала високий рівень його професійного розвитку.

У розвинутих країнах Західної Європи та США наразі сформувалася тенденція необхідності мобілізації широкого спектру можливостей людини-працівника та подальшого їх розвитку. Реалізація цієї потреби відповідає зміні характеру праці, що відбувався під впливом науково-технічного прогресу, та новій технологічній базі виробництва. Складність універсальних комплексів у високотехнологічному виробництві та висока ціна кожної трудової помилки вимагають, перш за все, підвищення професійної компетенції працівників, їх кваліфікації. На думку західних соціологів, комп'ютерна інтеграція у сфері праці стимулювала тенденцію до зростання чисельності кваліфікованих працівників та виникнення нових можливостей трудової кар'єри. Таким чином, зростання ролі персоналу у високотехнологічному виробництві призводить до виникнення більш розвинутої сітки нових кваліфікацій, систем професійної підготовки та до стимулювання навчання самих працівників.

З часом кваліфікація стає все більш важливим засобом забезпечення гнучкості підприємства та високої якості його продукції, а також мобілізації робочої сили перед важливістю конкуренції та необхідністю постійних інновацій. Все це, посилюючи

позиції працівників з творчими здібностями та зростаючою компетенцією, породжує цінність кваліфікації та перманентного оновлення знань. Зокрема, зростання кількості більш освічених працівників та їх бажання реалізувати власні здібності в процесі праці та професійній кар'єрі стимулюють кваліфікаційний прогрес і виступають джерелом їх самостимулювання. Сукупність вищезазначених процесів призводить до більшого наростання складності праці та підвищення кваліфікації, без яких не може відбуватися сучасний виробничий прогрес.

Таким чином, в умовах формування глобальної економіки вирішальним фактором економічного прогресу все більше стає людина – кваліфікований працівник, який не просто є складовою частиною процесу виробництва, а й творчою рушійною силою розвитку цього процесу. Тому зростає роль особистого фактору в економічному зростанні суспільного виробництва.

Науково-технічна революція зумовила глибокі перетворення в структурі продуктивних сил, якісно змінила характер і зміст праці, умови і чинники високої ефективності економічної діяльності. Значення інтелектуального чинника у виробництві постійно зростає. Кардинальні зміни у техніко-технологічній базі виробництва потребують адекватних змін у професійно-кваліфікаційній структурі робочої сили. Виникають нові сфери прикладання праці, нові види зайнятості, нові професії тощо [1, с. 26]. Так, за оцінкою Т. Шульца, щорічні відкриття та винаходи в галузі інформаційно-комп'ютерних технологій виокремлюють близько двадцяти видів зайнятості, що з часом можуть виокремитись в окремі професії, дослідження в галузях мікробіології, молекулярної біології, генетики здатні в майбутньому видати для суспільства понад 150 нових окремих видів професій [2, р. 134].

Одним з головних чинників, що визначають сучасні тенденції розвитку ринку праці та робочої сили зокрема, є глобалізаційні процеси, що відбуваються в світі. Сутність глобалізації можна визначати по-різному, однак в сфері соціально-трудоких відносин під глобалізацією мається на увазі трансформація діяльності у цій сфері, набуття нею наднаціонального та транснаціонального характеру. Варто відзначити, що наднаціональний характер цих відносин виразно проявляється у наднаціональному перерозподілі доходів та правовому забезпеченні трудових відносин, яке зокрема, виражається у формі приєднання різних країн до конвенцій та програм Міжнародної організації праці. Складовою процесів глобалізації є зростаюча мобільність робочої сили, інтенсифікація міграційних процесів, наслідки яких є суперечливими. Однак переваги глобалізації в аспекті розвитку ринку праці полягають, перш за все, у поглибленні міжнародного поділу праці, ефективного розподілу коштів в галузі соціально-трудоких відносин, підвищенні якості життя населення тощо. До негативних її наслідків варто віднести посилення дії економічних факторів, що посилюють нерівність у сферах зайнятості та соціального захисту населення у зв'язку із зменшенням ефективності важелів впливу держави на внутрішній ринок праці. Тим часом, для країн, що розвиваються та країн з перехідною економікою серйозною проблемою стає вплив «інтелектуального потенціалу».

Таким чином, все більше розповсюдження інформаційних технологій та процесу автоматизації виробництва змінює кваліфікаційну структуру персоналу. В його складі поступово скорочується частка некваліфікованих та таких, що мають низький рівень кваліфікації працівників. Загальною тенденцією для більшості країн світу є зростання в абсолютному і відносному вираженні чисельності кваліфікованих та висококваліфікованих працівників. Рівень кваліфікації при цьому визначається рівнем освіти та професійної підготовки працівника.

Отже, науково-технічна революція стимулює персонал підприємств до більш глибокого оволодіння знаннями та створює для цього певні матеріальні передумови. Загальними вигодами від поліпшення якості робочої сили є загальний економічний ріст та збільшення прибутку. Загалом, світові тенденції розвитку суспільства зводяться до

поступового збільшення чисельності працівників зайнятих інтелектуальною діяльністю, виробництвом і опрацюванням інформації за рахунок скорочення зайнятості у промисловому виробництві.

Література: 1. Грішнова О. А. Людський капітал: формування в системі освіти та професійної підготовки. Київ : Т-во «Знання», КОО, 2001. 254 с. 2. Shultz T. Investing a People. London : University California Press, 1981. 342 P.

## АКТИВІЗАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ І ПРОГНОЗУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНУ

Канд. екон. наук, доц. Довба І.В., здобувач вищої освіти Довба Т.В.  
*ДВНЗ «Ужгородський національний університет»*

Соціально-економічний розвиток регіональних систем – процес складний, багатофакторний. Тому перед кожним регіоном постає питання оцінки перспектив розвитку з урахуванням всіх факторів, що впливають на кінцевий результат. Важливим аспектом управління будь-якою економічною системою є наявність інструментів для оцінки основних показників її розвитку і досягнутих результатів, можливість їх порівняння з іншими суб'єктами, а також постійного контролю динаміки і напрямів зміни ключових показників розвитку. У зв'язку з цим виникає необхідність вибору найбільш ефективних методів для прогнозування інноваційного потенціалу розвитку регіону.

Активізаційні підходи до забезпечення і прогнозування інноваційного розвитку глибоко обґрунтовуються сучасною економічною теорією і практикою, де поруч з теоретичним надбанням проводився ряд самостійних досліджень, присвячених аналізу цієї категорії в економіці. У практиці використовується близько 15-20 методів прогнозування, кожен з яких має свої переваги і недоліки. Однак жоден з методів не може забезпечити високої ефективності без урахування комплексності та комбінування тих чи інших методів залежно від особливостей моделі інноваційного розвитку конкретного регіону. Алгоритм стратегічного прогнозування активізації інноваційного розвитку регіону наведено на рис. 1.

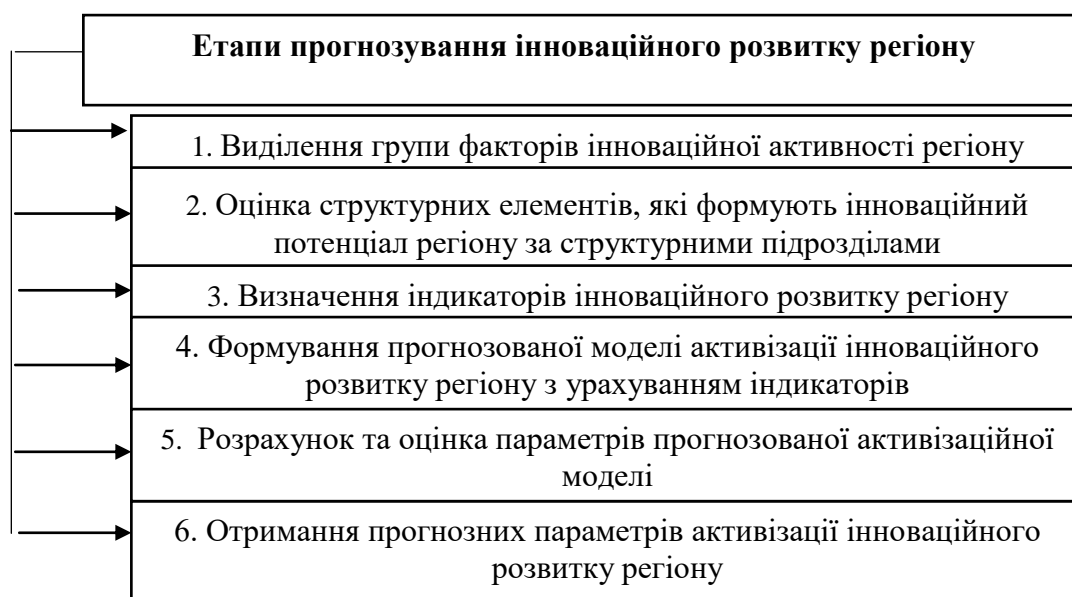


Рисунок 1 - Алгоритм стратегічного прогнозування активізації інноваційного розвитку регіону

*Джерело: сформовано автором*

Алгоритм стратегічного прогнозування активізації інноваційного розвитку регіону (рис. 1) спирається насамперед на той факт, що інноваційний потенціал можна вважати інтегральним критерієм інноваційного розвитку. Універсальність цього критерію полягає в підсумовуванні показників потенційного розвитку за рівнями регіонального управління і за структурою самого інноваційного потенціалу одночасно.

Отже, при прогнозуванні інноваційного розвитку регіону важливу роль відіграє оцінювання його інноваційного потенціалу, яке дає можливість підвищити надійність прогнозів й обрати найбільш придатний з методів із сукупності існуючих. Використання ефективних інструментів оцінки сприятиме підвищенню якості продукції та забезпеченню конкурентоспроможності регіону загалом.

Література: Довба І.В. Регіональний вимір інноваційного розвитку: дис. к. е. наук: 08.00.05 / Ужгородський національний університет. Ужгород, 2019. 283 с.

## **КОНЦЕПЦІЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ В ПРАЦЯХ С.А. ПОДОЛИНСЬКОГО**

Канд. іст. наук., доц. Євсєєв С.Є.,  
канд. екон. наук., доц. Тодріна І.В.

*Харківський національний університет будівництва та архітектури*

Майбутнє сучасної цивілізації та умови, що його забезпечують, знайшли відображення в працях нашого видатного співвітчизника, представника української економічної думки Сергія Андрійовича Подолинського (1850-1891). Його ідеї стали основою концепції "сталого розвитку".

Як фахівець у галузі природничих наук, С.А. Подолинський зробив спробу "погодити додаткову працю з панівними фізичними теоріями". У статті "Праця людини та її відношення до розподілу енергії", що була опублікована у 1880 році в журналі "Слово", а потім у кількох зарубіжних виданнях, вчений розкрив енергетичні відмінності органічної та не органічної природи, проаналізував відношення, які існують між працею людини та розподілом енергії на поверхні Землі, розвинув вчення про енергії, їх види, їх взаємне перетворення та розсіювання.

Керуючись постулатом про єдність сили та кількісну сталість енергії, економіст стверджував, що енергія всесвіту – величина постійна, але вона нерівномірно розподіляється у різних частинах всесвіту.

С.А. Подолинський був переконаний у тому, що в енергетичному бюджеті поверхні Землі все меншою мірою грає роль її внутрішня енергія та поступово зменшується кількість сонячної енергії, тому необхідно забезпечити збереження енергії, або перетворення постійної енергії тепла у вищу форму, яка спроможна перетворитися у механічний рух.

На думку вченого, на розподіл енергії має вплив людська праця. Саме вона обумовлює накопичення енергії, яка перебуває у розпорядженні людства. Подолинський вказав на суперечність визначень праці, які давали такі економісти, як Ф.Кене, А.Сміт, С.Сісмонді, Ж-Б. Сей та інші, тому дає нове визначення праці. Він вважає, що праця – це споживання механічної та психічної роботи, яка нагромаджена в організмі. Таке споживання має результатом збільшення кількості перетворюваної енергії на земній поверхні.

Отже за Подолинським, праця дає можливість накопичувати додаткову енергію на Землі, або запобігати її розсіюванню. Найліпшим видом корисної праці він називає сільське господарство.. Посилаючись на аграрну статистику Франції (де у той час проживав), Подолинський порівняв продуктивність природних та оброблювальних земельних ділянок, показав як завдяки труду відбувається накопичення енергії, необхідної для одержання споживчих речовин, та дізнався, що саме є джерелом

здатності до праці у людському тілі; цей аналіз спирався на дослідження у багатьох галузях, у тому в економіці..

Ідеї С. А. Подолинського були оцінені суспільством тільки через століття. Його пояснення процесу праці вчені назвали "законом Подолинського". Цей закон разом з ідеями В.І.Вернадського став основою для сучасної вітчизняної концепції сталого розвитку. Вже за часів незалежності, у 1999 році в Україні створено Наукове товариство імені Сергія Подолинського, яке плідно працює над розв'язанням сучасних проблем сталого розвитку економіки нашої країни.

## **ІНФРАСТРУКТУРНІ ОБЛІГАЦІЇ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗАЛУЧЕННЯ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ В РАМКАХ ДЕРЖАВНО-ПРИВАТНОГО ПАРТНЕРСТВА В УКРАЇНІ**

Канд. екон. наук., доц. Єрмоленко О.А., канд. екон. наук., доц. Лисьонкова Н.М.,  
канд. екон. наук., доц. Коковіхіна О.О.,  
*Український державний університет залізничного транспорту*

Практика економічно розвинених країн зарубіжжя свідчить, що забезпечення високих і стійких темпів розвитку країни неможливе без ефективного партнерства державних органів влади з представниками приватного бізнесу. В зарубіжній літературі даний термін використовується практично у всіх формах співробітництва приватного бізнесу та держави.

Випуск інфраструктурних облігацій дозволяє задовольнити потреби держави і приватного бізнесу в інвестиційних ресурсах, а також запропонувати ринку новий вид цінного паперу, що працює тривалий термін і є гарантованим.

Аналіз міжнародної практики функціонування інфраструктурних облігацій в рамках ДПП та специфіка залізничної галузі дозволяє визначити деякі особливості, притаманні таким облігаціям[1 – 5].

Емісія інфраструктурних облігацій здійснюється за підтримки держави. Держава зацікавлена в проектах, що мають соціальну спрямованість або будуть сприяти євроінтеграції. Державна підтримка інфраструктурних облігацій може проявлятися в формі прямих або опосередкованих гарантій.

Іноземні держави вживають всіх можливих заходів для стимулювання розвитку облігаційного фінансування, в тому числі шляхом:

- надання податкових пільг власникам облігацій у формі пільг з податку на доходи фізичних або юридичних осіб;
- надання податкових пільг концесіонеру (з плати за землю тощо);
- надання державних гарантій за грошовими зобов'язаннями концесіонера перед власниками інфраструктурних облігацій;
- надання можливості застави облігацій як забезпечення за кредитом, що надається державним банком, з метою залучення кредитних організацій як інвесторів.

Законодавству зарубіжних держав відомі також елементи підтримки інфраструктурних облігацій з боку місцевих органів влади. Це може бути надання муніципальних гарантій або додаткових податкових пільг з урахуванням території реалізації інфраструктурного проекту [1].

Емітентом інфраструктурних облігацій в даному випадку може виступати спільне підприємство, спеціально створене для реалізації конкретного інвестиційного проекту.

Поетапна схема реалізації інфраструктурної облігаційної позики, відповідно, може бути представлена наступним чином (рис. 1).

Процес реалізації інфраструктурних проектів на умовах концесії починається зі створення спеціальної юридичної особи та проведення концесійного конкурсу та



визначення переможця. Далі укладається договір про концесію і здійснюється випуск та розміщення інфраструктурних облігацій. Купівлю інфраструктурних облігацій здійснюють інвестори (страхові компанії та пенсійні фонди). Після цього, залучені кошти спрямовуються на реалізацію інфраструктурного проекту.

Публічний партнер відіграє провідну роль у сприянні використання інфраструктурних облігацій для фінансування проектів залізничної галузі в рамках ДПП. Механізм залучення фінансових ресурсів шляхом випуску таких облігацій має за основу метод проектного фінансування.

Однією з ключових проблем в ході емісії інфраструктурних облігацій є визначення рівня її прибутковості. Прибутковість інфраструктурних облігацій повинна бути комфортна для емітентів і в той же час покликана забезпечувати інвестиційну привабливість даного інструменту в очах потенційних інвесторів.



Рисунок 1 - Поетапна схема реалізації інфраструктурної облігаційної позики в рамках ДПП

Лашевский П. О. пропонує розглядати показник доходності інфраструктурних облігацій як суперпозицію двох величин. Показник, на підставі якого можна розрахувати верхню межу прибутку інфраструктурних облігацій, прив'язана до внутрішньої норми прибутку самого інфраструктурного проекту. В якості нижньої межі доходності доцільно використати показник "інфляція плюс 1%" [6].

Враховуючи реальний рівень інфляції в Україні, використання даного методу не є можливим. Тому пропонуємо за основу розрахунку рівня доходності інфраструктурних облігацій брати середні ставки за депозитами банків України для корпоративного сектору.

На нашу думку, враховуючи особливості фінансового ринку та рівень інфляції в Україні, доцільно випускати інфраструктурні облігації із ставкою доходу «середня ставка за депозитами банків України для корпоративного сектору плюс 3%». Такий рівень доходності зацікавить потенційних інвесторів, особливо за умов існування державних гарантій.

Література: 1. Никифорок О. І. Інфраструктурні облігації як інструмент залучення інвестицій для потреб модернізації в практиці зарубіжних країн [Електронний ресурс] / О. І. Никифорок, І. К. Чукаєва // Ефективна економіка. – 2014. –

Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2926> 2. Stefano Gatti. Project finance in theory and practice: designing, structuring, and financing private and public projects. Publisher: Academic Press, 2007, 414 pages 3. John D. Finnerty. Project Financing: Asset-Based Financial Engineering. Publisher: John Wiley and sons, 2011, 496 pages 4. Pierre Hillion. Project Finance / [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://www.slidefinder.net/1/lectureonprojectfinance/17529198> 5. Mansoor Dailami, Robert Hauswald. The Emerging Project Bond Market: Covenant Provisions and Credit Spreads. World Bank Publications, 2003, 35 pages 6 Лашевский Петр Александрович Моделирование доходности инфраструктурных облигаций [Електронний ресурс] – Режим доступу : <https://elibrary.ru/item.asp?id=23049615>

## **ДОСЯГНЕННЯ СТАЛОСТІ ЯК ОДИН ІЗ ВИКЛИКІВ СУЧАСНОЇ МОНЕТАРНОЇ ПОЛІТИКИ ЄС ТА УКРАЇНИ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНОЇ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ КРИЗИ**

Канд. екон. наук, доц. Зеленко В.А., здобувач вищої освіти Сарафин М.А.  
*Львівський національний університет імені Івана Франка*

Період великих викликів у сфері проведення монетарної політики Європейського Союзу, спричинених новою глобальною соціально-економічною кризою<sup>1</sup>, зумовлює необхідність вивчення Європейським Центральним Банком (далі – ЄЦБ) усіх можливих механізмів пом'якшення впливу негативних чинників на економіку. У вкрай несприятливій ситуації зараз перебуває і економіка України, яка, об'єктивно, володіє значно меншим діапазоном маневреності для протидії кризовим явищам, зокрема через застосування інструментів грошово-кредитної політики.

У першому кварталі цього року, за попередніми швидкими підрахунками, економіка Єврозони знизилася на 3,8% за квартал, що знаменує перше різке квартальне зменшення темпів зростання за сім років. Згідно прогнозів ЄЦБ, спад буде прослідковуватися й надалі, зокрема зростати у другому кварталі [1].

На динаміку балансу поточного рахунку в Єврозоні впливає послаблення зовнішнього попиту, особливо для країн, орієнтованих на експорт, з надлишком профіциту поточного рахунку, який сильно залежить від попиту на зовнішній експорт. Нинішні і очікувані темпи інфляції відрізняються від запланованого рівня на «-2»%, слабкий ціновий тиск продовжує породжувати скептицизм стосовно здатності грошово-кредитної політики належним чином впливати на динаміку інфляції [2].

Сьогодні перед економікою Європейського Союзу (далі – ЄС) гостро постало питання проведення ефективної монетарної політики, оскільки країни-учасниці ЄС зіткнулися з низкою ризиків, які включають наслідки постійної невизначеності, ескалацію торговельного протекціонізму, безрезультатний BREXIT, слабкі показники діяльності ринків та негативними глобальними економічними тенденціями.

На даний час вкрай важливим є розроблення інструментів, які дозволять реагувати на існуючі шоки, не змінюючи суттєво «горизонти» тривалості, якими ЄЦБ регулює рівень інфляції, аби не викликати значних дисбалансів в інфляційних очікувань. За словами експертів, стабілізувати макроекономічну ситуацію та «очистити» економіку ЄС можна за рахунок контрольованої та незначної девальвації, стимулювання експорту, збалансування чи секвестру видатків бюджету. Також потрібно реалізувати програми підтримки бізнесу, а також стимулювати збереження і створення нових робочих місць.

<sup>1</sup> Сучасна криза є наслідком пандемії коронавірусу, обвалу світового нафтового ринку, а також неузгодженої економічної політики урядів за попередні роки, зокрема – збільшення протекціоністських заходів у глобальній торгівлі

Заходи, вжиті урядами Єврозони та іншими європейськими інституціями для забезпечення наявності достатніх ресурсів в галузі охорони здоров'я, надання підтримки постраждалим компаніям, працівникам та домогосподарствам є надзвичайно важливими. Додаткові сміливі та стійкі дії в політиці залишаються важливими для захисту від ризиків зниження та підтримки відновлення. У свою чергу, спираючись на головну ціль своєї діяльності, ЄЦБ приймає свої майбутні рішення щодо грошово-кредитної політики на основі того, що потрібно для забезпечення стабільності цін за будь-яких обставин [1].

Аналізуючи досвід ЄС за минулі роки бачимо, що, у період зростаючих кризових явищ, як в ЄС, так і в Україні, коли загроза інфляції стає наявною, центральні банки знижують відсоткові ставки, купують короткотривалі цінні папери, постачають банки ліквідністю та знижують вимоги до банківських резервів. Коли цих заходів стає недостатньо, вони використовують механізми кількісного та кредитного пом'якшення, що відповідно передбачає різке збільшення грошової маси в державі та підтримку проблемних ринків [3].

Оскільки економіка України є малою та відкритою до зовнішніх шоків, експорто- та імпортозалежною, вона є слабкою та нестабільною щодо будь-яких негативних змін на світових товарних та фінансових ринках, які здатні негативно позначитись на її платіжному балансі, валютному курсі, доступі до зовнішніх фінансових ресурсів та зростанні ВВП. Подібну механіку негативного впливу можна вивчати на досвіді наслідків для України, корисним в цьому плані буде досвід країн в Азійській кризі 1998 р. чи глобальній кризі 2008-2009 рр. [4].

Зважаючи на те, що експорт формує майже половину ВВП України, уповільнення економіки Китаю та проблеми в ЄС, які є вкрай важливими торговельними партнерами України, можуть обернутися значним скороченням експортних поставок. Окремою загрозою виступає світова нафтова криза, яка може спровокувати падіння світових цін на сировинні товари, на експорті яких спеціалізується Україна. Україні необхідно адаптувати досвід ЄЦБ щодо конвергенції механізмів макроекономічного регулювання в умовах кризи, відновити співпрацю з МВФ, надавати підтримку населенню та бізнесу (задля збереження платоспроможного попиту), підтримувати розвиток певних індустрій, які ростуть в умовах кризи (сервісів, які надають послуги онлайн), розробити нові нормативно-правові акти щодо дистанційної роботи та освіти. В загальному, кризову ситуацію, у якій зараз опинились ЄС, Україна та ряд інших країн світу можна подолати виключно шляхом застосування комплексної політики антикризового управління соціально-економічною сферою, ефективність якої значно зростає за рахунок застосування регіональної та глобальної комунікації.

Отже, сьогодні ЄС, Україна та решта світу переживають період великих викликів у сфері проведення монетарної політики, яка стоїть перед викликами нової глобальної соціально-економічної кризи, яку можна подолати виключно шляхом застосування комплексної політики антикризового управління, ефективність якої значно зростає за рахунок застосування регіональної та глобальної комунікації, що, в свою чергу, зумовлює необхідність вивчення центральними банками усіх можливих механізмів пом'якшення впливу негативних чинників на економіку.

Література: 1. Philip R. Lane. The monetary policy response to the pandemic emergency [Електронний ресурс] / R. Lane Philip // European Central Bank. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.ecb.europa.eu/press/blog/date/2020/html/ecb.blog200501~a2d8f514a0.en.html>. 2. European Semester 2020: Council recommendation on the economic policy of the euro area [Електронний ресурс] // Council of the European Union. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: [https://www.consilium.europa.eu/en/press/press-releases/2020/02/18/council-approves-its-recommendation-on-the-economic-policy-of-the-euro-area-for-2020/#\\_ftnref3](https://www.consilium.europa.eu/en/press/press-releases/2020/02/18/council-approves-its-recommendation-on-the-economic-policy-of-the-euro-area-for-2020/#_ftnref3). 3. Радчич С. О. Антикризові механізми в Єврозоні:

паралелізм неконвенціональної монетарної та фіскальної політики [Електронний ресурс] / С. О. Радчич // Електронний журнал Державне управління: удосконалення та розвиток. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=1154>. 4. Нова економічна криза: чи торкнеться вона України та як мінімізувати ризики фінансових втрат [Електронний ресурс] // Дивись Info. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <https://dyvys.info/2019/09/18/nova-ekonomichna-kryza-chy-torknetsya-vona-ukrayiny-ta-yak-minimizuvaty-ryzyky-finansovyh-vtrat/>.

## ВІРУСНА ЗАГРОЗА ТА СВІТОВА ЕКОНОМІЧНА КРИЗА

Ст. викл. Іващенко М.В.

*Харківський національний університет будівництва та архітектури*

Директорка-розпорядниця МВФ Кристаліна Георгієва 27.03.20 оголосила, що світ увійшов у нову рецесію, почалася нова економічна криза. Пандемія коронавірусу стане випробуванням для світової економіки. Найбільшим ризиком для економіки зараз є хвиля банкрутств, що може прокотитися світом через тимчасову зупинку економіки на карантин. Торговельне протистояння між Китаєм і США, вихід Великобританії зі складу Європейського Союзу, нафтовий конфлікт на Аравійському півострові – це не повний список чинників, які значно послабили економіку найбільших країн планети напередодні 2020 року. А пандемія COVID-19 впевнено підштовхнула світ до кризи.

Думки про те, наскільки сповільниться зростання глобальної економіки, дуже різняться. Рейтингове агентство Moody's переглянуло свій прогноз. Його аналітики знизили прогноз зростання ВВП країн «Великої двадцятки» у 2020 році з 2,6 до 2,4%. Дослідження американського Інституту міжнародних фінансів ще песимістичніше. Глобальна економіка у 2020 році зросте максимум на 1%. У Китаї зростання ВВП сповільниться до 4% замість очікуваних раніше 5,9%. У доповіді «Світовий економічний стан і перспективи» Департаменту з економічних і соціальних питань ООН вказано, що світова економіка зазнає в поточному році падіння в розмірі 3,2% або \$8,5 трлн у грошовому вираженні в зв'язку з пандемією коронавірусу нового типу.

Такі втрати зведуть нанівець приріст світового ВВП за попередні 4 роки. Падіння ВВП індустриально розвинених країн буде більшим – до 5%. А світова торгівля в 2020 році скоротиться майже на 15%. Під обмежувальними заходами в зв'язку з пандемією опинилося 90% світової економіки. Це призвело до перебоїв в роботі виробничих ланцюжків, зниження споживчого попиту, зростання безробіття.

Згідно з підрахунками фахівців ООН, пандемія призведе до масового зубожіння, коли 34,3 млн людей опиняться за межею крайньої бідності. З цієї кількості 56% припаде на Африку. Довгостроковий прогноз показує, що до 2030 року кількість людей, що живуть в умовах крайньої бідності, зросте ще на 130 млн осіб. Пандемія особливо сильно вдарила по людях, зайнятих на низькооплачуваних некваліфікованих роботах, а більш кваліфіковані працівники постраждали менше. В світі збільшиться розрив в доходах бідних і багатих – як людей, так і країн.

Консалтингова компанія McKinsey & Company окреслила сценарії розвитку кризи. Найм'якший варіант – це ліквідація спалахів коронавірусу до II кварталу 2020 року. В цьому випадку глобальний ВВП замість 2,5% зросте на 2%. Якщо пандемію не вдасться побороти протягом першого півріччя, зростання світової економіки не перевищить 1,5%. У разі затяжної пандемії і розростання хвороби протягом II–III кварталів може відбутися падіння глобального ВВП на 1,5%.

Причому страшний не сам вірус, а кроки, що змушене вживати людство, починаючи з припинення роботи великих підприємств, закриття повітряних коридорів і закінчуючи обмежувальними заходами для малого і середнього бізнесу і припиненням

внутрішнього транспортного сполучення. Євросоюз буде змушений витратити на ліквідацію наслідків епідемії близько 320 млрд євро. І це за умови, що захворюваність вже у травні піде на спад. А банківська система Євросоюзу в 2020 році може втратити 30 млрд євро прибутку.

Найбільше постраждають туризм і авіація. За оцінками Всесвітньої ради з туризму та подорожей, втрати світової туріндустрії у 2020 році можуть досягти \$22 млрд. При цьому ринок туристичних послуг позбудеться 50 млн робочих місць і скоротиться за рік на 25%. Міжнародна асоціація повітряного транспорту очікує, що авіакомпанії втратять близько \$113 млрд.

Щодо України, то прогнози теж невтішні. Українська економіка дуже залежить від ситуації у світі, зокрема від попиту та пропозиції на товари українського експорту (металургія та аграрна продукція) та цін на товари, які Україна імпортує (переважно енергоресурси та готові вироби, такі як автомобілі, побутова техніка, комп'ютери тощо).

Рейтингове агентство S&P Global Ratings вже знизило прогноз зростання ВВП України у 2020 році з 3 до 2,5%. Bank of America вважає, що економіка нашої країни за 2020 рік зросте не більше ніж на 1,2%. Хоча в попередньому прогнозі BofA фігурувала цифра 3,5%. Відповідно до прогнозу МВФ, ВВП України через коронавірус впаде на 7,7% проти падіння економіки світу на 3%. Відновлення після кризи для України буде тривалішим, аніж для решти світу: зростання ВВП України у 2021 році прогнозують на рівні 3,6% проти зростання економіки світу на 5,8%.

Вже зараз безробіття в Україні сягає рекордного рівня: за час карантину лише офіційно по допомогу до держави звернулося 90 тисяч українців, загалом же кількість безробітних могла зрости на 1,3 мільйона людей (за підрахунками Торгово-промислової палати). На посилення кризи вплине й уповільнення економіки Китаю, який наразі є найбільшим торговельним партнером України: менші обсяги виробництва та будівництва у Китаї означатимуть падіння попиту на українську металургію, а менші обсяги імпорту товарів з Китаю до України призведуть до падіння митних та податкових надходжень до українського бюджету.

Хоча б частково врятувати економіку України від стрімкого падіння може агропромисловість. За підсумками 2020 року український агросектор може суттєво збільшитися, особливо відносно всієї економіки України (зокрема тому, що зменшаться розміри промисловості та сектору послуг у загальній структурі ВВП). А експорт агропродукції цього року може взагалі перевершити 50% загального експорту товарів з України (наразі він складає близько 40%).

Для того, аби краще передбачити наслідки «коронакризи», потрібно більше часу та даних. Не менш важливою є передбачувана та стабільна ситуація з подоланням самого коронавірусу. Ймовірно, більш пізні прогнози економістів, зокрема МВФ, будуть точнішими та внесуть більше ясності у невизначене майбутнє економіки. Тоді ж можна буде по-справжньому оцінити наслідки небаченої досі економічної кризи у світі.

Література: 1. Гопинат Г. Великая самоизоляция: самый глубокий экономический спад со времен Великой депрессии [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.imf.org/ru/News/Articles/2020/04/14/blog-weo-the-great-lockdown-worst-economic-downturn-since-the-great-depression> 2. COVID-19: в ООН поставили диагноз мировой экономике и назначили лечение [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://news.un.org/ru/story/2020/05/1378072> 3. Перелигін Є. Парад «чорних лебедів»: що чекає на світ і Україну в умовах нафтової кризи та пандемії COVID-19 [Електронний ресурс]. Режим доступа: <https://mind.ua/openmind/20210214-parad-chornih-lebediv-shcho-chekae-na-svit-i-ukrayinu-v-umovah-naftovoyi-krizi-ta-pandemiyi-covid-19>

## ФОРМУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ КОМУНІКАЦІЙ ЯК ІНСТРУМЕНТА РОЗВИТКУ ІМІДЖУ ПІДПРИЄМСТВА

Д-р. екон. наук, проф. Калініченко Л.Л., канд. екон. наук, доц. Благой В.В.  
*Харківський національний університет будівництва та архітектури*

Під іміджем підприємства спецлісозахисту розуміється емоційно забарвлений образ природоохоронного відомства, створений ЗМІ і чинить психологічний вплив на різні соціальні групи. Важливу роль тут відіграють інформаційні підрозділи. Саме від їх роботи залежить, наскільки об'єктивно громадськість буде оцінювати ефективність заходів, які вживаються державою у сфері лісозахисту.

На жаль, підприємства спецлісозахисту вкрай рідко вдаються до сучасних інформаційних технологій. Піар передбачає діяльність по залученню засобів масової інформації, громадськості до вирішення що стоять перед суб'єктом завдань, до законного досягнення певних цілей [1]. Тому використання піар-технологій в діяльності не тільки припустиме, але і необхідне.

Тут необхідно привести зарубіжний досвід. Зокрема сучасне польське лісівництво базується на інформаційному забезпеченні. Громадськість має право на отримання інформації про стан лісового господарства, проблеми та шляхи їх вирішення. Зрештою, саме виконання лісогосподарських та лісозахисних робіт повинно бути достатньо аргументоване та пояснене населенню. Польські лісівники фінансують видання безплатного журналу «Echa Lesne», який виходить раз у квартал. Цільова аудиторія журналу – всі особи, які відвідують державні ліси, передовсім туристи, любителі природи, мисливці, викладачі шкіл та вищих навчальних закладів, студенти, батьки з дітьми. Прочитати цей журнал можна і в паперову вигляді, і в Інтернеті. Зараз польські лісівники ще й мають добре доповнення до цього журналу – серію коротких відео- та телесюжетів «Oblicza lasow», який транслюється на каналі «Echa Lesne TV» та поширюється також через YouTube [2]. Подібні програми є в країнах Прибалтики та Європи [3]. З допомогою добре поданих та професійно відзнятих сюжетів лісівники-практики цікаво розказують «про те, що самі роблять у лісі, про те, що люди можуть робити в лісі, як ліс живе і про все, що в лісі живе». Є сторінки для журналістів, туристів, вчителів, студентів, дітей. Вся інформація подана фахово, цікаво.

Такий досвід варто запозичити і нам. Створення якісного медійного продукту потребує вкладення грошей, наявності добре підготовлених і фахових спеціалістів.

Пропонується організувати в ефірі українських ЗМІ показ відеороликів про діяльність підприємства.

Сюжет ролика такий: За кадром звучить голос: «Це Тарас. Він щодня займається спортом. Його робочий день триває 12 годин на добу. Він повністю присвятив себе улюбленій справі. Він простий працівник спецлісозахисту, але в його руках безпека наших лісів. Він професіонал і йому можна довірити розбудову українських лісів». Голос супроводжується відеокадрами з архівів підприємства.

При цьому законні методи і шляхи досягнення кінцевої мети з формування у громадськості об'єктивної оцінки діяльності спецлісозахисту можуть бути різними, але їх форма повинна бути єдиною - системне проведення інформаційно-пропагандистських акцій та піар-кампаній.

Література: 1. Gorina G.O. Activities of the international organizations and associations in the travel&tourism industry / G.O. Gorina // Актуальні проблеми економіки. – 2015. – №10(172). – С. 13–18. 2. Лісозахист по-польськи Elektronnij resurs.- Rezhim dostupu: <https://ekoinform.com.ua/?p=3957> 3. Латвія – звичайно, не Україна, але дещо запозичити можна...Elektronnij resurs.- Rezhim dostupu: <https://ekoinform.com.ua/?p=6166>

## РОЛЬ КОМУНІКАЦІЙ У СУЧАСНОМУ БІЗНЕСІ

Д-р. екон. наук, проф. Калініченко Л.Л., здобувач вищої освіти Бондарець М. М.  
Харківський національний університет будівництва та архітектури

Досягнення успішності в бізнесі безпосередньо залежить від того, наскільки ефективно налагоджено ділове спілкування і взаємодія з співробітниками, клієнтами, партнерами, журналістами, представниками державних органів і багатьом іншими людьми. Саме від результатів такого спілкування в значній мірі залежить і фінансовий результат всієї підприємницької діяльності. Ефективний обмін інформацією здійснюється під час комунікацій.

Слово «комунікація» походить від лат. communicatio — єдність, передача, з'єднання, повідомлення, пов'язаного з дієсловом лат. communico — роблю спільним, повідомляю, з'єдную, похідним від лат. communis — спільний. Комунікація це передавання інформації від однієї особи до іншої /інших.

Метою комунікацій в бізнес діяльності є:

- Організувати інформаційний обмін між суб'єктом та об'єктом управління.
- Налагодити процес емоційного та інтелектуального обміну управлінською інформацією.
- Встановити взаємозв'язок між людьми в організації.
- Сформулювати загальні погляди на внутрішнє середовище організації.
- Організувати спільну роботу колективів з метою виконання завдань організації, розуміння і осмислення переданої інформації.

Види, форми і засоби бізнес комунікацій представлені в таблиці 1.

Таблиця 1. Види, форми і засоби бізнес комунікацій

Види комунікацій	Форма комунікацій	Засоби комунікацій
Вертикальна — це обмін інформацією між керівником і підлеглими;	письмова усна	документи мова
Горизонтальна — являє собою процес передачі інформації між співробітниками одного рівня;	відео електронна емоційне відео	знакові системи електронні засоби зв'язку відео- і телекомунікації елементи структури фізіологічної системи людини
Вербальна — процес спілкування з метою передачі інформації за допомогою слів;		
Невербальна — спілкування за допомогою міміки, жестів, поглядів;	електронна емоційна	
Формальна		
Неформальна		
Міжособистісна		
Емфатична (відзначається особливою емоційною виразністю)		
Інтелектуальна		

Комунікація має здійснюватися так, щоб надіслана інформація мотивувала дії того, кому вона адресована. Злагоджену роботу організації забезпечує чітко організований комунікаційний процес. Комунікаційний процес — процес, у ході якого дві чи більше особи обмінюються й осмислюють отриману інформацію, мета якої полягає в мотивуванні певної поведінки чи впливу на неї.

Комунікаційний процес передбачає обмін інформацією між:

- організацією та зовнішнім середовищем (споживачами, державою і т. д.);
- підрозділами та працівниками підприємства (між різними рівнями управління, керівниками й підлеглими, неформальними організаціями тощо)
- двома людьми;
- індивідуумом і групою;
- багатосторонні комунікації всередині групи.

Елементами комунікаційного процесу є:

- відправник (передавач)— особа, яка збирає і передає інформацію, генерує ідеї;
- повідомлення (джерело інформації) — осмислена ідея, закодована певним чином для адресата;
- канал — засіб передавання інформації. Канали можуть бути формальні (офіційні) й неформальні (неофіційні). Формальні встановлюються адміністративно і зв'язують працівників як вертикальними, так і горизонтальними щаблями керування. До неформальних каналів комунікацій належать ті, що не збігаються з офіційно встановленими;
- отримувач — особа, група осіб, яким призначена інформація;
- зворотний зв'язок — інформація відправнику про те, наскільки правильно інтерпретовано його вихідне послання.

Комунікація на відміну від інформації включає і те що передається, і те, як передається

Порушення комунікацій в компанії, найчастіше, приводить до:

- демотивації співробітників і / або підлеглих;
- управлінських помилок при прийнятті рішень;
- втрати контролю над складними ситуаціями;
- байдужого відношення персоналу до досягнення бізнес - результатів компанії;
- бажання підлеглих імітувати бурхливу діяльність і просто «відсиджуватися» на робочому місці;
- кадрової плинності;
- синдрому хронічної втоми і емоційного вигорання.

Одним із варіантів з рішень налагодження комунікацій в компанії є формування наступних навичок:

- подолання комунікативних бар'єрів;
- грамотна постановка завдань;
- формулювання і постановка питань, які допомагають прояснити позицію співрозмовника;
- запит і надання зворотного зв'язку;
- конструктивна критика і похвала;
- невербальний супровід спілкування;
- прийоми ефективного слухання;
- техніки роботи з запереченнями;
- вибір оптимальної стратегії поведінки в конфлікті під конкретну ситуацію;
- прийоми безконфліктного спілкування.

Отже, налагоджені ефективні комунікації відіграють важливу роль в досягненні компаніями успіху, завоюванні й утриманні лідерських позицій на ринку, високої капіталізації. Висока репутація, сильний бренд і імідж соціально відповідальної компанії забезпечують лідерські позиції, дають ресурс впливу на ринок, його тенденції, на інших учасників. Стратегія інформаційної відкритості є одним з ключових елементів розвитку іміджу компанії, ринкових переваг в її діяльності.



Література: 1. Чернявская Т.П. Ч-49 Коммуникация в бизнесе: психологическая теория и практика : учеб.-метод. пособ. / Т.П. Чернявская, Т.П. Висковатова. – Одесса : Одесск. национ. ун-т им. И.И. Мечникова, 2013. – 258 с. 2. Neaw Real Goal - [Електронний ресурс] - режим доступу: <https://newrealgoal.com.ua/o-kompaniy>. 3. Л Калініченко Компласнс підприємницькій діяльності промислового підприємства як фактор підвищення позитивного іміджу та економічної безпеки країни // Вісник Національного технічного університету" № 24, 2019, С.133-137.

## МІСЦЕ УКРАЇНИ У ГЛОБАЛЬНИХ РЕЙТИНГАХ

Д-р. екон. наук, проф. Калініченко Л.Л,  
здобувач ступеня доктора філософії Пакуліна Г.С.  
*Харківський національний університет будівництва та архітектури*

На сьогодні існують різні підходи до аналізу та оцінювання результатів інноваційної діяльності, її впливу на економічний розвиток країн, регіонів, галузей: на основі набору показників, експертних оцінок, з використанням інтегральних індикаторів або економіко-математичного моделювання. Однією з найбільш розповсюджених економетричних моделей, що враховує науково-технічний та технологічний прогрес, є виробнича функція Кобба-Дугласа. Економічне зростання у такій моделі пояснюється внеском капіталу, праці та технологічним прогресом, що вимірюється величиною сукупної факторної продуктивності (СФП), яка, крім накопичення нематеріальних активів, залежить і від інших виробничих факторів – ефективності використання ресурсів, моделі організації виробництва товарів і послуг, існуючих цін на енергію та ресурси, рівня кваліфікації робочої сили, витрат на дослідження і розробки, правового середовища тощо. Ефективність більшості з перелічених факторів зростає з використанням новітніх технологій і обладнання, отже, залежить від інноваційної діяльності. Визначення СФП передбачає визначення тієї частини показника продуктивності, яка не залежить від змін капіталу і праці, а пояснюється іншими факторами і розраховується як залишок Солоу. За виключенням 2005, 2008, 2012-2013 рр., найбільший внесок у зростання (падіння у 2009 році) ВВП України виявляла продуктивність праці. Її зростання у 2016-2017 рр. пояснюється високою інвестиційною активністю суб'єктів господарювання України (темпи росту капітальних інвестицій становили 118,0% та 122,1% відповідно). Внесок продуктивності капіталу протягом 2012-2017 рр. (крім 2016 р.) є від'ємним або нульовим, у 2017 р. падіння становило 0,3 в.п. При цьому темпи росту вартості основних засобів у 2017 р. становили 2,8%.

Комплексний моніторинг позицій України в основних світових рейтингах – корисний інструмент як для інвесторів, так і для самої держави. Для інвесторів це один з показників привабливості країни; для суспільства – можливість подивитися на країну у глобальному контексті; для державних діячів – можливість побачити, наскільки ефективною була робота у різних секторах [1, с. 210]. Важливим показником ефективності здійснення економічної політики держави вважається її місце у глобальних рейтингах. Загалом виділяють десятки міжнародних індексів, найбільш поширеними з яких є: глобальний індекс інновацій, індекс легкості ведення бізнесу, глобальний показник миру, глобальний індекс тероризму, індекс потужності армії, індекс демократії, індекс добробуту, індекс розвитку людського потенціалу тощо.

За останні роки Україна має позитивну тенденцію за групою рейтингів економічного розвитку, зокрема, відбулося суттєве покращення позицій за рейтингом легкості ведення бізнесу. У той же час Україна покращила своє становище за глобальним індексом інновацій. За Глобальним інноваційним індексом 2017 Україна посіла найвищу позицію за останні 7 років (50 місце), випередивши Таїланд та

опинившись позаду Чорногорії та Катару. А у групі за рівнем доходів нижче середнього Україна посіла 2 місце після В'єтнаму, обійшовши Монголію, Молдову, Вірменію та Індію. У порівнянні з 2013 роком наша держава піднялася на 21 сходинку, що обумовлено підвищенням рівня інноваційної ефективності, тобто співвідношенням інноваційного результату до інноваційних ресурсів.

Термін «податкове навантаження» використовується для позначення витрат, які змушені здійснювати економічні суб'єкти у зв'язку з оподаткуванням. Можна виокремити два підходи до визначення змісту цих витрат. Перший підхід відображає вузьке, суто податкове тлумачення поняття, згідно з яким вважається, що ці витрати являють собою сукупність податків і обов'язкових платежів, які сплачують економічні суб'єкти державі. Другий підхід є наслідком розширеного тлумачення поняття податкового навантаження: воно призначене для відображення того тягаря, який держава накладає на економічних агентів і який складається із власне податкових платежів і трансакційних податкових витрат агентів. Кожен рік Світовий банк разом з аудиторською компанією PwC проводять дослідження податкових систем країн зі всього світу у рамках рейтингу Doing Business. Рейтинг враховує наявні податкові платежі, витрачений час на їх сплату, а також загальне податкове навантаження на середнє підприємство, яке не має податкових пільг. Згідно з рейтингом, Україна покращила свої позиції, піднявшись із 119 сходинки до 84. Найбільший вплив на поліпшення позицій в рейтингу здійснило зниження єдиного соціального внеску з 2017 року. Це мало позитивний вплив на загальний рівень податкового навантаження в Україні. Індекс сприяння торгівлі визначається порівнянням легкості ведення міжнародної торгівлі у 132 країнах світу, оцінюючи перешкоди, що виникають у ланцюжку постачання товарів. За окремими складовими Україна стабільно займає відносно сильні позиції з відкритості внутрішнього ринку і доступу на зовнішні, з безпеки і за показниками наявності та якості транспортної й інформаційно-комунікаційної інфраструктур. Водночас серед слабких позицій України виділяються складові регуляторного середовища, ефективності митної служби і прозорості роботи прикордонних служб. Порівняно із довоєнним періодом, Україна погіршила свої показники із даного індексу (з 83 на 95 місце). Для покращення позицій Україні потрібно забезпечити захист прав власності і спростити адміністративне регулювання бізнесу, а також полегшити митні процедури і побороти корупцію. Серед додаткових економічних індексів виділяють індекс економічної свободи. За цим показником Україна знаходиться між Камеруном і Сьєрра-Леоне. Україна зайняла 150-у позицію зі 180 у рейтингу «Індекс економічної свободи-2018», який щорічно складає американський фонд The Heritage Foundation, передає УНН. У дослідженні «індекс економічної свободи» Україну оцінили в 51,9 балів зі 100 можливих. Зазначимо, що економіка України сильно стиснулася і залишається дуже крихкою, а втрати у виробництві та експорті разом зі значним відпливом капіталу збільшили тиск на валюту та резерви, суттєво підірвавши грошову стабільність. Дослідивши військові індекси (Глобальний показник миру, Глобальний індекс тероризму), можемо зробити висновок, що становище України різко погіршилось в обох випадках. На сьогодні Україна втратила 82 позиції у рейтингу показників миру. Глобальний показник миру є продуктом Інституту економіки і миру, розроблений з міжнародною групою експертів з питань миру інститутів миру і дослідницьких установ на основі даних, зібраних Відділом досліджень. Глобальний індекс тероризму – це комплексне дослідження, яке вимірює рівень терористичної активності в країнах світу і показує, які з держав і в яких масштабах стикаються з терористичною загрозою. Індекс розроблений міжнародною групою експертів під егідою Інституту економіки і миру Сіднейського університету. За глобальним індексом тероризму країна погіршила своє становище на 39 позицій. Варто зазначити, що передусім це пов'язано із подіями на Сході країни, політичною нестабільністю, корупцією та незавершеністю судової системи. У групі соціальних

індексів також спостерігається негативна динаміка позицій України. Проте за показниками здоров'я та початкової освіти населення у 2017 році ситуація покращилась у порівнянні з 2013 роком. Ситуація з гендерною нерівністю у світі погіршилася у 2017 році вперше за всю історію підрахунку цього показника (з 2006 року). Як свідчить Global Gender Gap Index (індекс гендерного розриву), який вивів Всесвітній економічний форум, розрив між чоловіками і жінками в 2017 році знизився до 68% проти 68,3% в 2016 році. Таким чином, для усунення нерівності буде потрібно 100 років проти 83 в минулому році. У сфері працевлаштування на це знадобиться 217 років. Варто зазначити, що жодній країні світу досі не вдалося досягти повної гендерної рівності. Ближче всього до цього показника підійшла Ісландія, яка закрила 88% гендерного розриву. За нею йдуть Норвегія, Фінляндія, Руанда і Швеція. У першу десятку увійшли також Нікарагуа, Словенія, Ірландія, Нова Зеландія і Філіппіни. За цим індексом Україна втратила 6 позицій у порівнянні із 2013 роком. Майже не змінилось становище України за Індексом демократії (+2 сходинки). Даний рейтинг, що враховує 167 країн світу, складений «Economist Intelligence Unit» відповідно до рівня розвитку в них демократії. При складанні списку враховуються 60 різних показників, згрупованих по 5 категоріях: вибори і плюралізм; громадянські свободи; діяльність уряду; політична ангажованість населення і політична культура. Вперше індекс був складений у 2007 році, доповнений у 2008 та 2010 роках. Україна зайняла 83 місце, яке вона розділила із Чорногорією. На сходинку вище знаходиться Гондурас, сходинкою нижче – Замбія. Таким чином, Україна належить до групи країн з «перехідним режимом». До першої трійки рейтингу увійшли Маврикій, Ісландія та Швеція. Що стосується країн-сусідів України, то у рейтингу демократії Росія зайняла 135 місце, Польща – 53, Угорщина – 56, Молдова – 78, Білорусь – 138.

За індексом добробуту Україна займає 112 місце зі 149 країн. Даний індекс визначається за такими складовими: якість економіки; бізнес-середовище; управління; освіта; здоров'я; безпека та захист; особиста свобода; соціальний капітал та природне середовище. Найкращий показник України – це доступність освіти та її якість. За цим показником країна займає 48 місце у світі. Найгіршими визначено такі сфери як здоров'я нації і доступ до медицини, а також захист та безпека. За останні 4 роки становище України за індексом добробуту значно погіршилось – на 31 позицію. Індекс знання англійської мови корелює із індексом якості життя і з індексом людського розвитку. У звіті зазначається, що всі країни з високим або дуже високим рівнем володіння англійською мовою мають відповідний високий індекс людського розвитку. Існує дуже мало країн з низьким або середнім рівнем володіння англійською мовою та високим рівнем розвитку. Зокрема, у звіті за 2016 р зазначається, що країни і компанії, які хочуть стимулювати зростання бізнесу, давно звернули увагу на те, що володіння англійською мовою є ключовим компонентом для створення сприятливого ділового середовища, тому кількість компаній з неангломовних країн, що використовують англійську мову як корпоративну, постійно збільшується. За Індексом знання англійської мови Україна опинилася в середині списку, посівши 47 місце, а рівень знання англійської оцінений як «низький». У порівнянні з 2013 роком даний показник погіршився, адже рівень знання мови змінився із «середнього» на «низький». В цілому в Європі відзначено найвище середнє значення володіння англійською. Причин тому багато. Наприклад, школярі обов'язково вивчають англійську як іноземну, починаючи з початкової школи. Важливо і те, що громадяни цих країн з більшою ймовірністю зустрічаються з англомовними людьми, ніж в інших регіонах. У рейтингу людського капіталу України зайняла 24-те місце з 130, піднявшись на 2 пункти у порівнянні з попереднім роком та на 39 пунктів – з 2013 роком. При цьому Британії, яка зайняла 23-те місце, ми поступилися всього 0,04 бали, а відразу за нами йде Литва. Індекс оцінює країни за їх можливостями розвивати і оберігати здорових, освічених працівників.

Оцінка проходить за чотирма основними критеріями: освіта; охорона здоров'я; робоча сила і зайнятість, а також сприятливість робочого і економічного середовища.

Література: 1. Штулер І. О. Сучасні тенденції позиціонування України в світових рейтингах в умовах циклічних коливань економіки / І. О. Штулер // Економіка та управління національним господарством. – 2016. – № 2. – 344 с.

## **ГОЛОВНІ ПРОТИРІЧЧЯ І ПРОБЛЕМИ ГЛОБАЛЬНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ЕКОНОМІКИ**

Д-р. екон. наук, проф. Калініченко Л.Л,  
здобувач ступеня доктора філософії Пакуліна Г.С.  
*Харківський національний університет будівництва та архітектури*

Однією з головних проблем, які постають у зв'язку з процесами глобалізації, є виявлення механізмів адаптації процесів економічної глобалізації і світового соціального розвитку, що пов'язане з дуже значним впливом глобалізації на функціонування ринків праці й розподіл суспільних доходів. Розширення глобального регулювання є досить складним і суперечливим процесом, який пов'язаний з необхідністю подолання багатьох внутрішніх суперечностей глобалізації, зокрема:

- тенденції економічної глобалізації не означають, що всі країни мають рівне становище відносно глобальної системи, що формується, та будуть отримувати однакову вигоду від перебування в її рамках. Поки що глобалізація супроводжується збільшенням розриву в економічному розвитку найбагатших та найбідніших країн, і таке становище, можливо, є основною суперечністю процесу глобалізації в тій формі, в якій він проходить сьогодні; - сьогодні спостерігається очевидний дисонанс між різними рівнями глобального регулювання. Регулюючі механізми ТНК є значно більш розвиненими, ніж механізми, які забезпечують макроекономічне балансування різноманітних потоків у рамках світового господарства. Це особливою мірою стосується можливостей протидіяти стихійним перетокам спекулятивного капіталу, який у процесі глобалізації отримує значно ширший економічний простір і є значним дестабілізуючим фактором;

- не менша суперечність існує між різними сферами регулювання. Це виявляється в очевидному превалюванні вузько економічних підходів і значній недорозвиненості гуманітарних та екологічних підвалин глобальної регулюючої системи, що потенційно створює небезпечні наслідки для глобальної економіки XXI сторіччя;

- в нинішній глобальній системі регулювання надто слабкими є ті регулюючі підсистеми, які забезпечують функції контролю. Результатом цієї неадекватності є значне поширення транснаціональної злочинності;

- слабкою є узгодженість між різними структурами глобального регулювання, що породжує безсистемність, внутрішню конфліктність, а отже, значно знижену соціальну ефективність регулюючих механізмів. Це є прямим наслідком поки що неадекватної ролі в глобальному економічному регулюванні найбільш універсальної міжнародної структури – ООН – в особі її Економічної й Соціальної Ради.

Глобалізація економіки вносить істотні поправки в процес пошуку оптимального механізму державного регулювання, оскільки держава як управлінська підсистема зіткнулася з принципово новою парадигмою. По - перше, держава дедалі більше втрачає можливість ефективно використовувати такі традиційні важелі макроекономічного регулювання, як імпорتنі бар'єри та експортні субсидії, курс національної валюти і ставка рефінансування центрального банку. В умовах уже досить високої і все більш зростаючої взаємозалежності національних господарств уряди змушені користуватися традиційними важелями регулювання з врахуванням інтересів

інших торговельних партнерів, а також інтересів впливових ТНК, які власними відповідними діями здатні анулювати ефект використання тих чи інших засобів регулювання. Більш того, за умов високого рівня конкурентної боротьби за приплив іноземних капіталів навіть такі традиційно «внутрішні» сфери державного регулювання, як оподаткування, соціальна політика, трудове законодавство, освіта і професійна підготовка кадрів невинно інтернаціоналізуються. В таких умовах національні держави втрачають можливість ефективно регулювати власну економічну систему навіть з використанням найсучасніших методів. По - друге, деякі економічні процеси, особливо у валютно - кредитній сфері, набули глобального характеру і не підпадають під регулюючий вплив держави. Для цієї мети необхідні узгоджений вплив і заходи багатьох країн і глобальних організацій (МВФ, Світовий банк, СОТ). Але ефективність наддержавного втручання буде тим більшою, чим більшу частку власного суверенітету країни-члени будуть делегувати таким глобальним інститутам, чим більш повним буде процес дотримання державами спільно розроблених правил регулювання не тільки власної зовнішньоекономічної діяльності, а й внутрішньої економічної політики.

Таким чином, національна держава поступово втрачає можливість здійснювати абсолютний контроль на власному економічному просторі. Для того, щоб попри цей факт, захищати власні національні інтереси, уряди винаходять все більш тонкі і складні механізми регулювання економіки, все глибше вникають у проблеми окремих її сфер. Держава ще в більшій мірі, ніж раніш, змушена займатися інвестиційною й структурною політиками, забезпеченням зайнятості, збереженням навколишнього середовища та іншими проблемами. При цьому методи її втручання в економіку все більше втрачають характер жорсткого адміністрування і набувають форм партнерства з приватними суб'єктами господарського життя. По - третє, вперше в історії державний суверенітет втрачає власний докорінний зміст. Протягом багатьох тисячоліть основою існування і процвітання суспільства були природні ресурси, що нерозривно пов'язувалися з тією чи іншою територією. Володіння територією, охорона її від зазіхання ззовні і організація експлуатації природних багатств, що знаходяться на ній, були й досі залишаються природними функціями держави. На цьому підґрунті утворилося і пустило глибоке соціальне, політичне, правове, і навіть психологічне коріння поняття «державний суверенітет». У своєму крайньому вираженні воно означає здатність держави здійснювати на власній території повний контроль над економікою та іншими сферами суспільного життя, що виключає будь - яке втручання ззовні. Проте, вже на ранніх стадіях інтернаціоналізації економіки держави змушені були вступати одна з другою у договірні відносини і брати на себе різноманітні обов'язки, які неминуче в тій чи іншій мірі обмежували свободу дій національних урядів, тобто де - факто звужували державний суверенітет. І чим різноманітнішою й інтенсивнішою стає господарська, політична, науково - технічна і культурна взаємодія різних країн, тим більше зростає розрив між державним суверенітетом де - юре і його суверенітетом де - факто. По - четверте, головним результатом ХХ ст. і всього розвитку цивілізації за увесь час її існування стало становлення техносфери як штучного середовища життєдіяльності людини. Її специфіка — не просто надзвичайно високий рівень розвитку технологій і техніки, матеріального виробництва, науки, озброєнь, не просто обумовлені всім цим рівень і якість життя населення, які створили техносферу держав. Головні особливості техносфери як явища потрібні. В провідних промислово розвинутих державах населення не має реальної можливості повернутися на випадок соціальної катастрофи до доіндустріального способу життя. Провідні економічні центри техносфери (США, Японія, ЄС) здатні зберегти власне значення й існування, спираючись лише на освоєння і використання простороворесурсного потенціалу всього світу, пристосовуючи його під власні потреби і інтереси, підпорядковуючи цій цілі

завдання, процеси цього освоєння, зв'язки з економіками інших країн і регіонів, а отже, і самі ці економіки.

## **ХАРАКТЕРИСТИКА СУЧАСНОГО ЕТАПУ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ: ПРОЯВИ ДУАЛІЗМУ**

Д-р. екон. наук, проф. Калініченко Л.Л,  
здобувач ступеня доктора філософії Пакуліна Г.С.  
*Харківський національний університет будівництва та архітектури*

У сучасному світі глобалізація справляє домінуючий вплив на розвиток будь якої держави. З одного боку, через розповсюдження інновацій у сфері технологій і менеджменту, активний обмін товарами, послугами, інвестиціями вона сприяє підвищенню ефективності функціонування національних економік, а з іншого – посилює нерівномірність, асинхронність та диспропорційність розвитку. На одному полюсі сучасної світової економіки концентруються країни – глобальні лідери з домінуванням США. На основі вдалої багаторічної експансії у всіх сегментах світового ринку, накопиченого у безпрецедентних масштабах капіталу ключовими детермінантами їх успіху стають інтелектуалізація, соціалізація, екологізація, деіндустріалізація економіки, пріоритетність знань та інформації, розвиток «людського капіталу». На іншому полюсі світової економіки – більшість країн, для котрих економічна глобалізація проявляється як якісно нові умови розвитку, на які практично неможливо впливати, але обов'язково треба враховувати. Особливо важливо враховувати масштаби і динаміку процесу становлення системи глобального управління ресурсами планети і перерозподілом світового доходу, який не є еквівалентним. Глобалізація тісно пов'язана з регіоналізацією світового господарства. З одного боку, це дві суперечливі, різнонаправлені за характером дії та практичними наслідками тенденції, а з іншого - консолідація глобального ринку посилюється діяльністю потужних регіональних коаліцій країн, які, маючи, перш за все, спільні економічні інтереси, об'єднують свої зусилля з метою забезпечення найбільш сприятливих умов для реалізації міжнародного співробітництва в регіональному масштабі, що дозволяє їм досягати мультиплікативного ефекту від співробітництва з іншими членами угруповання та ефективно реалізовувати на міжнародній арені широкий спектр стратегічних інтересів. Регіоналізація виступає своєрідним проявом і формою реалізації глобалізації, загострюючи суперечності глобального розвитку. З одного боку, зняття бар'єрів у рухові товарів, послуг, капіталів, робочої сили в межах інтеграційних об'єднань виступає каталізатором зростання міжнародного співробітництва у глобальному масштабі. А з іншого боку, позитивний ефект від впровадження подібної лібералізації обмежується спільними кордонами регіонального інтеграційного об'єднання та супроводжується введенням обмежувальних заходів у відносинах з країнами, які не є членами даного регіонального інтеграційного угруповання. Регіональна інтеграція розвивається на сучасному етапі більш динамічно, ніж процеси глобальної інтеграції. Таким чином, на сьогодні, має місце господарська система, в якій економічний і соціальний розвиток більшої частини людства знаходиться в жорсткій залежності від прогресу постіндустріального світу і від його можливості впливати на події в решті регіонів планети. Безумовно, господарські і інформаційні зв'язки стають все 24 більш інтенсивними, проте їх значення в рамках різних соціально - економічних систем залишаються діаметрально протилежними. Всередині постіндустріального світу глобальні тенденції призводять в кінцевому результаті до зближення рівнів розвитку окремих країн і їх жорсткого протистояння з рештою світу. У всепланетарному масштабі кожен новий прояв глобалізації каталізує

формування однополюсного світу, в якому глобального значення може набувати лише його центр, як постіндустріальна складова.

## ОСНОВНІ ВИРОБНИЧІ ФОНДИ: СУТНІСТЬ ТА КЛАСИФІКАЦІЯ

Здобувач вищої освіти Кальчук Е.Ю., канд. екон. наук, доц. Іщук Л.І.  
*Луцький національний технічний університет*

Основні фонди є важливою частиною національного багатства держави та одним з важливих елементів її потенціалу. Це показник, який характеризує капітал усього підприємства у грошовому виразі та є основою його продуктивної діяльності.

Основні фонди підприємства – це засоби праці, які використовуються ним у процесі виробництва і постачання продукції, для здійснення соціально-культурних та адміністративних функцій протягом тривалого часу і переносять свою вартість на вартість готової продукції поступово, шляхом амортизаційних нарахувань, при цьому не змінюючи своїх форм і розмірів, а їх вартість не може бути меншою встановленої державою межі [0].

Подана, на рис. 1 класифікація основних фондів за функціональним призначенням є найхарактернішою у системі їх класифікацій.



Рисунк 1 - Класифікація основних фондів

Окрім класифікації основних фондів, яка наведена вище, також важливе значення має їх видова структура (співвідношення активної і пасивної частини цих фондів). Передовою є та структура, де активна частина зростає (рис. 2).



Рисунк 2 - Класифікація основних фондів за видовою структурою

Джерелами формування майна підприємств і відповідно основних фондів можуть бути: грошові і матеріальні внески засновників, прибутки, отримані від реалізації продукції, а також від інших видів господарської діяльності; прибутки від цінних паперів; кредити банків і інших кредиторів; капітальні вкладення і дотації з бюджетів відповідних рівнів; інші джерела, не заборонені законодавством [0].

Оцінка основних фондів дає змогу визначити суму зносу та міру їх придатності, визначити обсяги потрібних капіталовкладень на їх придбання й участі у формуванні вартості створеної продукції. Саме завдяки оцінці основних фондів власник підприємства може укладати грамотні управлінські рішення, визначати суму амортизації тощо.

Література: 1. Бойчик І.М. Економіка підприємства: підруч./І.М.Бойчик. – К.: Кондор – Видавництво, 2016. – 378 с. 2. Іванілов О. С. Економіка підприємства: підруч. [для студ. вищ. навч. закл.] / О. С. Іванілов – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 728 с. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://shron1.chtyvo.org.ua/Ivanilov\\_Oleksandr/Ekonomika\\_pidpryemstva.pdf](http://shron1.chtyvo.org.ua/Ivanilov_Oleksandr/Ekonomika_pidpryemstva.pdf)

## **ТЕНДЕНЦІ РОЗВИТКУ СВІТОВОГО СТРАХОВОГО РИНКУ ТА ЇХ ВПЛИВ НА РИНОК СТРАХУВАННЯ УКРАЇНИ**

Здобувач вищої освіти Кальчук Е.Ю.,  
науковий керівник - канд. екон. наук Шейко Ю.О.  
*Луцький національний технічний університет*

Світові процеси глобалізації та інтеграції не оминули ринок страхових послуг. Національні страхові ринки трансформуються, аби інтегруватись у світовий ринок. В першу чергу ці тенденції характерні для ринків розвинених країн Заходу, проте вони не оминають і торкаються також країн, що розвиваються та країн з перехідною економікою, включаючи Україну.

Розвиток телекомунікаційної галузі значно збільшив швидкість обміну інформацією, полегшив доступ до неї та дозволив оперативно відстежувати будь-яку необхідну інформацію. Розвиток телекомунікацій призвів до швидкого зростання брокерської діяльності, що значно розширило можливість вибору потенційних страховиків.

Виникнення принципово нових ризиків, пов'язаних з розвитком космічної промисловості, ядерної промисловості, будівельної галузі та ряду інших, найсуттєвіше вплинуло на формування світового страхового ринку. Такі ризики не можуть бути застраховані жодним страховиком. Наслідком цього є поява консорціумів, асоціацій страхових компаній, мета яких – взяти на себе подібні глобальні ризики. Прикладом може бути консорціум, який страхував Всесвітній Торговий центр. Створення та функціонування таких асоціацій, безперечно, стали важливим фактором у процесі створення глобального страхового ринку.

Не менш важливим показником для визначення рівня розвитку страхового ринку є страхова премія на душу населення – щільність страхування. У розвинених країнах Європи страхова премія на душу населення становить 2,5-6,5 тис. дол. США (Голландія – 6,5 тис. дол., Данія – 5,2 тис. дол., Англія – 4,5 тис. дол., Франція – 4,2 тис. дол., Німеччина – 2,9 тис. дол.). У США страхова премія на душу населення у 2018 році становила 3,7 тис. дол., в Японії – 4 тис. дол. Щільність страхування в Центральній та Східній Європі значно нижча, що пов'язано з рівнем доходу на душу населення. У Чехії, Словаччині, Польщі щільність страхування становить 400 до 750 дол. США на людину, близьку до середнього в світі – 600 дол. США. Існує група країн з низьким рівнем доходу (Болгарія, Сербія, Румунія та Україна), де щільність страхування становить від 50 до 150 дол. США на людину [2].



Потенціал та перспективи розвитку страхового ринку можна також визначити, проаналізувавши динаміку валового внутрішнього продукту країни, що також збільшує частку страхового сектору у ВВП. Традиційно зростання ВВП у розвинених країнах становить 2-3% на рік, у країнах, що розвиваються – від 4% і вище. Наприклад, середньорічний темп приросту ВВП в Центральній та Східній Європі становить близько 5-6%, а зростання страхових зборів становить до 13% щорічно. Таким чином, привабливість страхових ринків країн Центральної та Східної Європи для іноземних інвесторів визначається їх ключовими характеристиками: низьким рівнем проникнення та щільністю страхування, а також високими темпами зростання ВВП. Саме ринки, що розвиваються, стали стратегічною метою для міжнародних страхових груп [3].

Найвищий ступінь інтеграції та глобалізації досягнуто у сфері перестраховування. Сьогодні світовий ринок перестраховування контролюється п'ятьма компаніями, на частку яких припадає близько 40% усіх внесків. Така тенденція до концентрації пояснюється підвищеними вимогами як офіційних органів, так і вимогами ринку до фінансових можливостей перестраховиків, що пояснюється специфікою перестраховування. Не дивно, що багато компаній не в змозі протистояти жорсткій конкуренції в галузі і змушені покинути ринок. Майже всі основні перестраховики зосереджені у Західній Європі. Найбільші та найвідоміші з них: Швейцарський перестраховальник Swiss Re, Німецька перестраховальна компанія Munich Re, французька компанія AXA та інші.

Страховання є одним із компонентів ринку інформації про фінансові послуги. Через вплив сучасних інформаційних технологій змінилися страхові відносини. Процес відтворення та весь ринок фінансових послуг став модернізованим [0].

На світовому страховому ринку відбувається активна діджиталізація галузі – використання страховими компаніями нових цифрових технологій. Діджиталізація зачіпає різні бізнес-процеси страхових компаній, в тому числі продажу страхових послуг.

Використання цифрових технологій призводить до зміни процесу конкуренції страхових компаній, вводить нові фактори конкурентоспроможності, змінюючи споживчу поведінку страхувальників при виборі страховика і страхової послуги.

Тенденції останніх років на страховому ринку показують, що активно розвиваються не тільки онлайн-продажі через веб-сайти страховиків, але і через сайти партнерів страховиків (банки, мікрофінансові організації, інтернет-агрегатори, інтернет-туристичні агенції та інші організації). Найважливішим критерієм віднесення до партнерських продажів в інтернеті є відсутність плати за укладення договору страхування.

Розвиток світового страхового ринку знаходиться в прямій залежності від економічних тенденцій, актуальних у світовій економіці. Кризи у фінансовому секторі, коливання валюти, зміни цінового середовища – це фактори, що безпосередньо впливають на страховий ринок у цілому, та на кожен зі страхових компаній зокрема.

Страховий світовий ринок залежить від загальноекономічної ситуації в економіці всього світу, їх ринку капіталів та кліматичних умов, кількості та різноманітності природних і техногенних катастроф. Також, на страховий ринок у значній мірі впливають серйозні глобальні проблеми, такі як зростання тероризму, збільшення ризику торговельних операцій і реалізації інвестиційних проектів, старіння населення та і інші тенденції, які вносять корективи у функціонування світового страхового ринку. Все це визначає динаміку розвитку сучасного світового ринку страхування і глобалізацію діяльності страхових компаній [0] У зв'язку з цим також варто відзначити швидкий розвиток інноваційних технологій і розробку нових програм в страховій галузі як відповідь на вимоги ринку.

Література: 1. Абрамітова Д. Р. Аналіз світового ринку страхових послуг [Електронний ресурс] / Д. Р. Абрамітова, О.В. Козьменко // Ефективна економіка. –

2014. – №3. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2815> 2. Sigma №3/2018 World insurance in 2017: solid, but mature life markets weigh on growth. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://www.swissre.com/dam/jcr:a160725c-d746-4140-961b-ea0d206e9574/sigma3\\_2018\\_en.pdf](https://www.swissre.com/dam/jcr:a160725c-d746-4140-961b-ea0d206e9574/sigma3_2018_en.pdf) 3. SWISS RE – ПРО СВІТОВИЙ РИНОК СТРАХУВАННЯ В 2018-2020 РР. [Електронний ресурс] / FINBALANCE. Все про економіку та фінанси. – Режим доступу: <http://finbalance.com.ua/news/swiss-re-institute---pro-svitoviy-rinok-strakhuvannya-v-2018-2020-rr>.

## **РОЛЬ ІННОВАЦІЙ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТА СТАЛОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ**

Канд. екон. наук, доц. Капленко Г. В., здобувач вищої освіти Юрчик Ю. І.  
*Львівський національний університет ім. І. Франка*

Умови сучасності, що характеризуються активністю інтеграційного та глобалізаційного процесів, нестабільністю середовищ формування переваг конкуренції породжує нові вимоги до державної політики у такому напрямі, як підвищення та створення необхідних умов для забезпечення конкурентоспроможності економічних суб'єктів.

Значну роль у конкурентоспроможності відведено реалізації інноваційних процесів, які в свою чергу забезпечують країнам, що ними володіють, почесне місце у світовому співтоваристві. Саме інновації визначають конкурентні переваги в ринковій боротьбі, які дозволяють активно брати участь у формуванні світової економічної системи завдяки досягненню інноваційної конкурентоспроможності на національному рівні.

Висока інноваційна активність забезпечує стрімкий розвиток окремих економік та галузей, які все важче піддаються конкуруванню з боку інших країн, через їхню нездатність стимуляції інноваційної діяльності. Ефективне здійснення інновацій дозволяє створити визначальні стратегічні переваги в найбільш конкурентних галузях. Як показує практика та світовий досвід, інноваційні перебудови на сучасному етапі розвитку суб'єктів господарювання можуть не лише забезпечити високі показники економічного розвитку, але й підвищити конкурентоспроможність вітчизняної економіки, її експортний потенціал та допомогти вирішити економічні, екологічні і соціальні проблеми. Важливим чинником конкурентоспроможності економіки є реалізація інноваційної діяльності держави, що забезпечує ефективність використання виробничих ресурсів, підвищує ступінь адаптованості суб'єктів господарської діяльності до зовнішнього середовища, розширює їх можливості щодо виходу на нові ринки продукції, створює умови довгострокової стабільності тощо [1].

Необхідність підсилення ролі інновацій як основоположного чинника конкурентоспроможності впливає з таких положень [2, с. 79]: інновації містять елемент новизни та змін, мають динамічний характер і властивість до розвитку; інновації тісно пов'язані з усіма іншими чинниками, що впливають на конкурентоспроможність продукту, підприємства, регіону та країни; інновації впливають на формування ринкового попиту, який сам по собі є доволі важливим чинником підвищення конкурентоспроможності.

Інновації як результат інноваційної діяльності, з одного боку, повинні бути орієнтовані на більш повне задоволення запитів споживачів, а з іншого – на отримання певного економічного ефекту. Незважаючи на беззаперечний позитивний вплив інновацій на конкурентоспроможність, варто зазначити, це не стосується одноразового випуску інноваційної продукції, адже ми розуміємо, що це не дасть ніяких довгострокових переваг на ринку. Тому потрібно розуміти, що задля досягнення

запланованого рівня стабільності, діяльність підприємств у інноваційному напрямку має бути цілеспрямованою та здійснюватися на постійних засадах [3].

Важливість та беззаперечність інноваційної діяльності щодо формування сталого розвитку суспільства підтверджує загальносвітові рейтинги. Країни, що мають високі показники інноваційної активності, займають лідируючі позиції у глобальному рейтингу за індикаторами сталого розвитку. Так, у 2016 році за індексом людського розвитку лідируючі позиції займають Норвегія, Австралія та Швейцарія, Україна ж посідала 81-е місце серед 188 країн, за індексом екологічної ефективності – Фінляндія, Ісландія та Швеція (Україна серед 180 країн була на 44-й позиції) [3, за індексом конкурентоспроможності – Швейцарія, Сінгапур, США (Україна серед 138 країн на 85-ому місці). 88 позицію Україна посіла зі 189 країн і територій, які представлені в Доповіді про стан людського розвитку за 2019 рік. Це відносить Україну до високої категорії людського розвитку зі значенням Індексу людського розвитку 0,750. За період з 1990 до 2018 року значення ІЛР України збільшилося з 0,705 до 0,750, тобто на 6,3%.

Нинішня ситуація, що склалася в економіці України, характеризується не надто високою активністю інноваційної діяльності, що спричинено передусім браком власних коштів у підприємств і обмеженістю бюджетного фінансування. Так, згідно з даними світового інноваційного рейтингу Global Innovation Index 2017 Україна посіла 50 місце, знаходячись між Катаром (49 місце) та Тайландом (51 місце). Разом з цим, у 2018 році Україна, за даними Global Innovation Index, вперше обійшла Росію. Так, за рік вона піднялася з 50 на 43 місце в рейтингу інноваційних країн. Україна посіла у 2018 році 83-є місце у Глобальному рейтингу конкурентоспроможності країн, складеному фахівцями Всесвітнього економічного форуму (WEF). Всього в рейтингу цього року аналізується ситуація в 140 країнах чи територіях. В Україні, згідно з рейтингом, 77-е місце – за рівнем адаптації технологій, 110-е місце – за рівнем розвитку державних інститутів, 131-е місце – за рівнем макроекономічної стабільності, 94-е місце – за станом охорони здоров'я, 58-е – за рівнем інноваційних можливостей, 46-е – за рівнем освіти, 66-е – ринком праці. Крім того, статистичні дані свідчать про низьку інноваційну активність промислових підприємств в Україні, порівняно із розвинутими країнами світу, в першу чергу, країнами ЄС. В Україні питома вага підприємства, що займалися інноваційною діяльністю не перевищує 25%, тоді як кількість інноваційно-активних підприємств в середньому по ЄС становить у середньому 44% від їх загальної кількості

Влучним буде розкрити позицію відомого економіста Ернандо де Сото стосовно проблеми існування бідності за наявності багатства. Для умов України думка цього знаного у світі вченого є цікавою. Прагнення України приєднатися до європейської спільноти зумовлює необхідність приєднатися до нового для нас простору мислення, й уникнути цього неможливо. Наведемо вислів Ернандо де Сото з його відомої книги про те, що головною перешкодою на шляху до капіталістичного процвітання є нездатність бідних районів світу створювати капітал [5, с. 17]. Саме тому уряду слід зосередитися на дискурсі про здатність формувати капітал і в цьому контексті для України розкривається дуже велике поле діяльності.

Література: 1. Богма О.С., Болдуєва О.В. URL: [https://web.znu.edu.ua/herald/issues/2010/Vest\\_Ek7-3-2010-PDF/166-170.pdf](https://web.znu.edu.ua/herald/issues/2010/Vest_Ek7-3-2010-PDF/166-170.pdf) (дата звернення: 05.05.2020). 2. Ілляшенко С.М. Управління інноваційним розвитком промислових підприємств : монографія / С.М. Ілляшенко, О.А. Біловодська. – Суми : Університетська книга, 2010. – 298 с. (дата звернення: 05.05.2020). 3. Грабовська І.В. «Роль інновацій в забезпеченні конкурентоспроможності та сталого розвитку промислових підприємств» URL: <http://elar.khnu.km.ua/jspui/bitstream/123456789/8139/1/1.pdf> . (дата звернення: 05.05.2020). 4. Воронкова Т. В. Проблеми забезпечення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств у сучасних умовах

господарювання / Т.В. Воронкова / Львівський політехнічний національний університет. –2011. – С. 121–126 . (дата звернення: 05.05.2020). 5. Сото Э. де. Загадка капітала. Почему капитализм торжествует на Западе и терпит поражение во всем остальном мире : [пер. с англ.] / Э. де сото. — М. : Зао “олимп-бизнес”, 2004. — 272 с

## ДІАГНОСТУВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ РОБОТИ ПІДПРИЄМСТВА

Магістрант Ковтун Д.С., канд. екон. наук, доц. Ларка Л.С.  
*Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»*

Результати діяльності будь-якої системи характеризуються цілою низкою показників. Серед них показники економічної ефективності традиційно займають найбільш вагоміші позиції. Питання організації процедури діагностування ефективності роботи підприємства не втрачають своєї актуальності для дослідників, оскільки тільки спираючись на збалансовану систему показників економічної ефективності можливо побудувати якісні моделі управління підприємством. Існує досить багато показників, які дозволяють оцінити успішність господарської діяльності підприємства. На наш погляд, доцільним було б розробити комплекс ключових показників ефективності за основними сферами управління підприємством, які можна застосовувати як для системного оцінювання діяльності компанії, а також для оцінювання ефективності роботи центрів фінансової відповідальності у межах бюджетування його діяльності.

Розглянемо показники ефективності у сфері виробництва, які можна застосовувати для оцінювання ефективності діяльності виробничих підрозділів підприємства:

- фондомісткість;
- фондоддача;
- фондоозброєність;
- коефіцієнт витрат матеріалів;
- рівень браку;
- коефіцієнт екстенсивного використання обладнання;
- коефіцієнт інтенсивного використання обладнання;
- інтегральний коефіцієнт використання обладнання.

У сфері управління кадрами показниками ефективності можуть виступати:

- продуктивність праці;
- коефіцієнт плинності кадрів;
- коефіцієнт дублювання управлінських функцій;
- коефіцієнт надійності праці апарату управління;
- коефіцієнт порушень ритмічності управлінського циклу;
- коефіцієнт безперервності роботи апарату управління.

Ефективність управління маркетингом оцінюється за такими показниками:

– ефективність цінової політики підприємства (відношення прирощення прибутку підприємства за рахунок удосконалення цінової політики до маркетингового бюджету, витраченого на розроблення та впровадження заходів з удосконалення цінової політики);

– ефективність товарної політики підприємства (відношення прирощення прибутку підприємства за рахунок удосконалення товарної політики до маркетингового бюджету, витраченого на розроблення та впровадження заходів з удосконалення товарної політики);

– ефективність збутової політики підприємства (відношення прирощення прибутку підприємства за рахунок удосконалення збутової політики до маркетингового

бюджету, витраченого на розроблення та впровадження заходів з удосконалення збутової політики);

– ефективність комунікаційної політики підприємства (відношення прирощення прибутку підприємства за рахунок удосконалення комунікаційної політики до маркетингового бюджету, витраченого на розроблення та впровадження заходів з удосконалення комунікаційної політики).

Ефективність у сфері управління фінансами оцінюють за трьома напрямками: забезпечення платоспроможності, фінансової незалежності та ділової активності підприємства.

Ефективність управління у сфері інновацій можна діагностувати за допомогою таких показників, як: частка інноваційної продукції в асортименті; ефективність інноваційних проектів підприємства (з цією метою розраховують традиційні показники ефективності: чистий дисконтований дохід, внутрішня норма доходності, індекс доходності, термін окупності).

Слід зазначити, що діагностування потребують не тільки окремі сфери управління виробництвом, а і підприємство в цілому. Для цього можна визначити інтегральний показник ефективності діяльності підприємства, який дозволяє урахувати попередні оцінки ефективності окремих областей управління. У залежності від специфіки діяльності компанії, можна призначити однакову вагомість усім сферам управління, можна за допомогою коефіцієнту вагомості підкреслити значущість однієї або декількох сфер управління. Вагомість складових інтегрального показника ефективності та значення окремих показників ефективності за основними сферами управління потрібно визначати експертним шляхом. Оскільки наведені вище показники мають різні одиниці виміру, для того, щоб можна було застосовувати інтегральне оцінювання, доцільно уніфікувати одиниці виміру, присвоїти бали тощо.

Таким чином, діагностування економічної ефективності діяльності підприємства за допомогою інтегрального показника ефективності дозволяє здійснити комплексне оцінювання діяльності за такими напрямками, як виробництво, кадри, фінанси, маркетинг та інновації. Для підвищення якості оцінювання також доцільно розробити відповідні градації значень інтегрального показника ефективності, які дозволять здійснити експрес-діагностування стадії розвитку підприємства. Аналізуючи сумісно результати діагностування та криву життєвого циклу компанії можна зробити висновки щодо:

- доцільності інвестування коштів у розвиток підприємства або його ліквідації;
- перегляду портфелю стратегічних бізнес-одиниць підприємства;
- удосконалення стратегічного набору підприємства;
- конкурентоспроможності підприємства на цільових ринках збуту.

Запропоновані показники ефективності досить інформативні, тому їх доцільно застосовувати не тільки для оцінювання наявних досягнень підприємства за основними сферами управління, а також і для прогнозування розвитку підприємства. Спираючись на результати прогнозування, можна закласти ключові показники ефективності у систему планів підприємства, що дозволить оптимізувати подальші етапи процесу управління: організацію, мотивацію та контроль.

Література: 1. Ларка Л. С. Організація ризик-аудиту господарської діяльності підприємства / Л. С. Ларка, О. В. Шкрюгал // Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ" : зб. наук. пр. Темат. вип. : Технічний прогрес та ефективність виробництва. – Харків : НТУ "ХПІ", 2015. – № 59 (1168). – С. 39 – 42. 2. Ярославський А. О. Економічна ефективність діяльності підприємства: теоретичний аспект / А.О. Ярославський // Науковий вісник Ужгородського національного університету. – 2018. – № 20. – Ч. 3. – С. 174 – 177. 3. Шляга О.В. Шляхи підвищення ефективності роботи підприємства / О. В. Шляга, М.В. Гальцев [електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.zgia.zp.ua/gazeta/evzdia\\_7\\_066.pdf](http://www.zgia.zp.ua/gazeta/evzdia_7_066.pdf). – Дата звернення 09.05.2020 р.

## СТАЛИЙ РОЗВИТОК ТА ЙОГО ВПЛИВ НА УКРАЇНУ

Здобувач вищої освіти Козій О. В.,  
науковий керівник: канд. екон. наук, доц. Капленко Г. В.  
*Львівський національний університет імені Івана Франка*

Швидкі темпи зростання економіки та чисельності населення, які були характерними для світового розвитку впродовж XIX-XX століттях, спричинили підвищення навантаження на екологічні системи. Сучасні дослідження демонструють, що у різних елементах природного середовища почалися незворотні зміни. Однак людство замислилося над потребою перегляду концепції свого розвитку лише тоді, коли ці зміни набули таких масштабів, що не помітити їх вже було неможливо (забруднення повітря, води, виснаження землі тощо). Природні ресурси використовуються такими темпами, що через декілька десятків років можуть повністю вичерпатися. Все це зумовило необхідність розробки нової стратегії, яка б дала можливість вирішити ці актуальні проблеми сьогодення, якщо не зупинити, то хоча б максимально сповільнити кліматичні зміни, забезпечити не лише теперішні, а й майбутні покоління природними ресурсами, необхідними для задоволення їх потреб.

Саме тому у 1992 році у Ріо-де-Жанейро на Міжнародній конференції ООН з навколишнього середовища і розвитку була ухвалена концепція сталого розвитку, яка зараз розглядається як безальтернативна стратегія світового розвитку. Сталий розвиток (англ. sustainable development) – загальна концепція, яка передбачає необхідність встановлення балансу між задоволенням сучасних потреб людства й захистом інтересів майбутніх поколінь, включаючи їхню потребу в безпечному і здоровому довкіллі [1].

Концепція сталого розвитку з'явилася в результаті об'єднання та спільного розвитку трьох сфер: економічної, соціальної й екологічної. В економічному сенсі концепція передбачає оптимальне використання обмежених ресурсів і використання екологічних технологій, включаючи видобуток і переробку сировини, виробництво, що якомога менше шкодить довкіллю, мінімізацію, переробку й знищення відходів, використання альтернативних джерел енергії таких, як енергія сонця, вітру тощо. Раніше вважалося, що соціальні проблеми не пов'язані з екологічними і їх варто розглядати окремо, однак в сучасних умовах стає очевидним, що екологічні проблеми посилюють соціальне неблагополуччя. Адже дефіцит природних ресурсів може спричинити соціальну нерівність, а в майбутньому, якщо не вирішити цю проблему – стати навіть причиною війн. Це ще раз підтверджує незворотність обраного шляху, на який разом з іншими країнами ступила й Україна.

Природні можливості України, значні поклади природних ресурсів дають їй змогу долучитися до сталого розвитку і впровадити головні його принципи. Водночас екологічна ситуація в Україні є загрозливою, вона ускладнена наслідками чорнобильської катастрофи, занадто швидким розвитком таких небезпечних для довкілля галузей, як нафтохімічна та хімічна, а також функціонуванням великого агропромислового сектору, який не завжди має можливість правильно утилізувати відходи. У зв'язку з цими загрозливими для навколишнього середовища та для безпеки людей явищами, українська економіка повинна переорієнтуватися на екологічно безпечне виробництво та забезпечити ефективну взаємодію економічної, соціальної та екологічної сфер. Бізнес може опиратися цим змінам, адже впровадження нових екологічних технологій є для нього не вигідним, вимагає вкладання значних коштів, але це є необхідним, якщо ми хочемо зберегти природні багатства для майбутніх поколінь.

Україна поки не досягла значних успіхів у впровадженні концепції сталого розвитку, це пояснюється низьким рівнем екологічної культури населення, неузгодження інтересів бізнесу та суспільства, недосконалістю законодавства про

охорону довкілля та недостатнім його дотриманням. Але все ж Україна зробила перші кроки, серед яких указ Президента від 30 вересня 2019 року «Про Цілі сталого розвитку України на період до 2030 року». В основі цього документу знаходяться 17 цілей сталого розвитку, що були проголошені резолюцією Генеральної Асамблеї Організації Об'єднаних Націй від 25 вересня 2015 року та адаптовані до особливостей розвитку України: подолання бідності; забезпечення гендерної рівності, розширення прав і можливостей усіх жінок та дівчат; забезпечення доступності та сталого управління водними ресурсами та санітарією; забезпечення доступу до недорогих, надійних, стійких і сучасних джерел енергії для всіх; створення стійкої інфраструктури, сприяння всеохоплюючій і сталій індустріалізації та інноваціям; забезпечення відкритості, безпеки, життєстійкості й екологічної стійкості міст, інших населених пунктів; забезпечення переходу до раціональних моделей споживання і виробництва; вжиття невідкладних заходів щодо боротьби зі зміною клімату та її наслідками; захист та відновлення екосистем суші та сприяння їх раціональному використанню, раціональне лісокористування, боротьба з опустелюванням, припинення і повернення назад (розвертання) процесу деградації земель та зупинка процесу втрати біорізноманіття [2].

Цілі сталого розвитку України на період до 2030 року є орієнтирами для розроблення відповідного законодавства з метою забезпечення збалансованості економічного, соціального та екологічного вимірів сталого розвитку України.

Концепція сталого розвитку вже спричинила деякі позитивні зміни в соціально-економічному розвитку світової спільноти. В Україні сталий розвиток тільки починає впроваджуватися у різні сфери суспільного життя, вже зроблено перші кроки, які в майбутньому, за умови незворотності з обраного шляху, дадуть можливість Україні разом з іншими державами відчувати реальні зміни.

Література: 1. Кулініч О. М. Сталий розвиток національної економіки як ознака цивілізаційних процесів XXI століття [Електронний ресурс] / О. М. Кулініч – Режим доступу до ресурсу: [file:///C:/Users/1/Downloads/ape\\_2012\\_1\\_5.pdf](file:///C:/Users/1/Downloads/ape_2012_1_5.pdf). 2. Указ президента України №722/2019 Про Цілі сталого розвитку України на період до 2030 року [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.president.gov.ua/documents/7222019-29825>. 3. Загорський В. Забезпечення сталого розвитку національної економіки: соціальні та екологічні аспекти [Електронний ресурс] / В. Загорський, Є. Борщук, І. Жолобчук. – 2015. – Режим доступу до ресурсу: [http://www.lvivacademy.com/vidavnitstvo\\_1/edu\\_44/fail/ch\\_2/3.pdf](http://www.lvivacademy.com/vidavnitstvo_1/edu_44/fail/ch_2/3.pdf).

## **ЯК ОПТИМІЗУВАТИ ВИТРАТИ ПІДПРИЄМСТВА ЗА РАХУНОК АМОРТИЗАЦІЙНИХ ВІДРАХУВАНЬ?**

Канд. екон. наук, доц. Колмакова О.М., здобувач вищої освіти Демакова Д.Ю.  
*Харківський національний університет будівництва та архітектури*

Для того, щоб підприємство не працювало у збиток, основні засоби виробництва йшли поруч з часом і мали змогу вчасно, якщо зламалися, замінитися на нові – підприємству необхідно створити амортизаційний фонд. Навіщо ж він потрібен?

Задля відповіді на це питання – необхідно розібратись з тим, що це означає. У амортизаційний фонд надходять кошти з проданої продукції, або наданої послуги й це має назву – амортизаційні відрахування. Розмір амортизаційних відрахувань – це сума коштів, які обчислюється за формулою.

Нарахування амортизації здійснюється п'ятьма способами, які залежать від об'єкта, для якого ці накопичення здійснюються. Зрозуміло, що ми не можемо однаково нараховувати амортизацію, наприклад, для будівлі, мінімальний строк амортизації якої 20 років, і того ж обладнання, строк якого 4 роки. На будівлю ми можемо відраховувати одну і ту ж суму кожен місяць, рік, бо будівля, при

гарному плануванні має стільки вистояти, а то й більше і потерпає лише від фізичного зношування. Для цієї ситуації буде доцільно використовувати *прямолінійний метод нарахування амортизації*, за яким річна сума амортизації визначається діленням вартості, яка амортизується, на строк корисного використання об'єкта основних засобів [1].

Розглянемо ситуацію з обладнанням, наприклад, прилад. Крім фізичного зношування, він ще має моральне зношування, коли з'являються нові, більш продуктивні прилади. І задля більш продуктивної роботи необхідно постійно слідкувати за тим, щоб прилад морально не застарів, йти поруч з часом. В цьому випадку доцільніше використовувати *метод прискореного зменшення залишкової вартості*, за яким річна сума амортизації визначається як добуток залишкової вартості об'єкта на початок звітного року або первісної вартості на дату початку нарахування амортизації та річної норми амортизації, яка обчислюється відповідно до строку корисного використання об'єкта і подвоюється [2].

Загалом, підприємство може самостійно обирати той чи інший метод нарахувань. Існує ще три методи:

1. *Зменшення залишкової вартості*, за яким річна сума амортизації визначається як добуток залишкової вартості об'єкта на початок звітного року або первісної вартості на дату початку нарахування амортизації та річної норми амортизації. Річна норма амортизації (у відсотках) обчислюється як різниця між одиницею та результатом кореня ступеня кількості років корисного використання об'єкта з результату від ділення ліквідаційної вартості об'єкта на його первісну вартість.

2. *Кумулятивний*, за яким річна сума амортизації визначається як добуток вартості, яка амортизується, та кумулятивного коефіцієнта. Кумулятивний коефіцієнт розраховується діленням кількості років, що залишаються до кінця строку корисного використання об'єкта основних засобів, на суму числа років його корисного використання.

3. *Виробничий*, за яким місячна сума амортизації визначається як добуток фактичного місячного обсягу продукції (робіт, послуг) та виробничої ставки амортизації. Виробнича ставка амортизації обчислюється діленням вартості, яка амортизується, на загальний обсяг продукції (робіт, послуг), який підприємство очікує виробити (виконати) з використанням об'єкта основних засобів [2].

Та як зрозуміти, який метод обрати? Все залежить від виду основного фонду. Всі види діляться на 16 груп. Важливо знати, що на земельні ділянки (1 група) та природні ресурси (13 група) амортизація не нараховується.

Розглянемо нарахування амортизації основних засобів на прикладі ТОВ «Кристал+». Перед підприємством на час тимчасового зменшення обсягів будівельних робіт стала задача зменшити витрати, в тому числі і за рахунок амортизації. Балансова вартість основних засобів склала на 01.01.2020 року 4365,1 тис. грн. Строки експлуатації основних засобів в середньому 12 років. Розрахунки амортизаційних відрахувань за різними методами наведено в таблиці 1.

Таблиця 1. Методи нарахування амортизації

Метод нарахування	Алгоритм розрахунку річної суми амортизації	Розрахунки
Прямолінійний	Ділення вартості, що амортизується, на строк корисного використання	$A1 = 4365,1/12=363,76$ тис. грн. на рік
Зменшення залишкової вартості	$Na = (1 - T\sqrt{ЛВ: ПВ}) * 100$ де $Na$ – норма амортизації, % $T$ - строк корисного використання (12	$Na = (1 - 12 * (\sqrt{8/4365})) * 100\% = 48,6\%$ $A2 = 4365,1 * 48,6/100 =$



	років); ЛВ – ліквідаційна вартість (8тис. грн.); ПВ – первісна (остаточна) вартість (4365,1 тис. грн.).	= 2122,62 тис. грн.
Прискорене зменшення залишкової вартості	$Na = (100/T)*2$ $A=Na*ПВ$	$Na=(100/12)*2=16,7\%$ $A3 = 4365,1*16,7\%/100 =$ $= 727,5$ тис. грн.
Кумулятивний	Добуток вартості, що амортизується, на кумулятивний коефіцієнт. $Kk = Tз/Tч$ де $Kk$ - кумулятивний коефіцієнт; $Tз$ - кількість років, що залишаються до кінця строку використання; $Tч$ – сума кількості років корисного використання.	$Kk = 6/(1+2+3+4+5+6+7+8+9+10+11+12)=0,077$ або 7,7% $A4 = 0,077*4365,1=$ 335,78 тис. грн.
Виробничий	Місячна сума амортизації визначається як добуток фактичного місячного обсягу продукції (робіт, послуг) на виробничу ставку. Виробнича ставка = відношення вартості, що амортизується, до загального обсягу продукції (робіт, послуг), який підприємство очікує виробити (виконати) з використанням об'єкта основних засобів	$Na=10\%$ Річний обсяг за 2019 рік $=3035,3$ тис. грн. $A5=3035,3*10\%=303,5$ тис. грн.

На даний момент на підприємстві діє прямолінійний метод амортизаційних відрахувань. Застосування прямолінійного методу не вимагає проведення складних розрахунків. Якщо не переглядати строк корисного використання (експлуатації) об'єкта ОЗ, не переоцінювати цей об'єкт або не здійснювати його модернізацію, добудову, часткову ліквідацію тощо, то місячна сума амортизації буде однаковою протягом строку корисного використання цього об'єкта [2].

Згідно розрахунків доцільніше підприємству ТОВ «Кристал+» на 2020 рік вибрати виробничий метод амортизації. Що дозволить знизити витрати підприємства за цією статтею з 363,76 тис. грн. до 303,5 тис. грн., оптимізувавши роботу підприємства.

Література: 1. Методи нарахування амортизації основних засобів. Режим доступу: [https://minfin.com.ua/ua/taxes/-/page\\_prib\\_8.html](https://minfin.com.ua/ua/taxes/-/page_prib_8.html) 2. Суліма, Н. М. Економіка і фінанси підприємства [Текст] : підручник / Н. М. Суліма, Л. М. Степасюк, О. В. Величко ; Національний університет біоресурсів і природокористування України. - К. : ЦП "Компринт", 2015. - 466 с.

## АЛГОРИТМ РОЗРАХУНКУ ПРИБУТКІВ ТА ТОЧКА БЕЗЗБИТКОВОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Канд. екон. наук, доц. Колмакова О.М., здобувач вищої освіти Рочева Г.В.  
*Харківський національний університет будівництва та архітектури*

В сучасних економічних розрахунках підприємницької діяльності широко використовуються такі терміни як доходи, витрати та прибутки підприємства. Головною метою будь-якого підприємства є одержання прибутку, який визначається як частина виручки, що залишається після відшкодування усіх витрат на виробничу і

комерційну діяльність підприємства. Математично цю залежність можна записати так: чистий прибуток (збиток) = Доходи - витрати – податки.

Для аналізу прибутковості підприємства необхідно розрахувати такі основні показники:

— постійні ( не залежать від об'єму виробництва) та змінні (залежать від об'єму виробництва) витрати підприємства;

— собівартість виготовленої продукції (враховує виробничі витрати, віднесені на готову продукцію, виготовлену за період) та собівартість реалізованої продукції (собівартість виготовленої продукції + ГП на поч. пер. – ГП на кін. пер.);

— доходи (обсяг помножений на ціну в сумі за кожним видом продукції);

— ПДВ у грошовому виразі.

Якщо за певного обсягу виготовленої продукції сума витрат дорівнює сумі доходів, то досягається точка беззбитковості і прибуток підприємства буде дорівнювати нулю. Критична точка показує межу, до якої може впасти виручка, щоб не було збитку.

Для того, щоб розрахувати такий обсяг виробництва (точка беззбитковості) необхідно використати базове рівняння:

$$V_r = \text{Пост } V + \text{Змін}V + \text{Пр}, \quad (1)$$

де  $V_r$  - виручка від реалізації (без урахування ПДВ);

Пост $V$  - постійні витрати;

Змін $V$  – змінні витрати;

Пр - прибуток.

Рівняння (1) набуває наступного вигляду:

$$X \cdot \text{Цод} = \text{Пост}V + X \cdot \text{Змін}V_{\text{од}} + \text{Пр}, \text{ при } \text{Пр}=0, \quad (2)$$

де  $X$  – об'єм реалізації в натуральному виразі, відповідний до точки беззбитковості;

Цод – ціна одиниці продукції;

Змін $V_{\text{од}}$  – змінні витрати на одиницю продукції.

З рівняння (2) можна вивести формулу розрахунку точки беззбитковості:

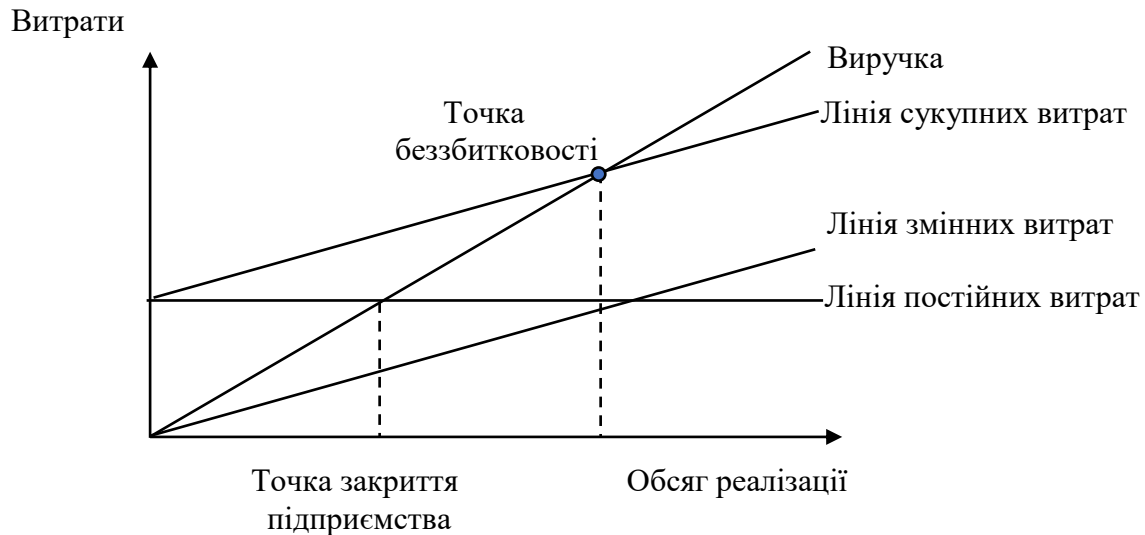
$$X = \text{Пост}V / (\text{Цод} - \text{Змін}V_{\text{од}}) \quad (3)$$

При виробництві більшої кількості продукції ніж в точці беззбитковості, підприємство буде прибутковим, але, якщо обсяг буде меншим, то збитки неминучі. Підприємство стане неефективним і його необхідно закрити, коли виручка буде дорівнювати постійним витратам (точка закриття підприємства).

На рис. 1 зображена залежність сукупних, змінних та постійних витрат від обсягу реалізації продукції, а також точка беззбитковості та точка закриття підприємства.

Проаналізувавши графік беззбитковості можна сказати, що на перетині виручки і лінії сукупних витрат знаходиться критична точка, а на перетині ліній виручки та постійних витрат знаходиться точка закриття підприємства.

Отже, прибуток насамперед залежить від того, наскільки виручка від реалізації покриває виробничі витрати. Іншими словами, чим більша виручка, а витрат – менше, тим вищий прибуток та ефективніша підприємницька діяльність. Тому для досягнення найбільшого успіху у підприємницькій діяльності необхідно розрахувати і випускати такий обсяг виробництва, за якого різниця «виручка – витрати» буде найбільшою, тобто найприбутковіший.



Література: 1. Маркіна І.А. Контролінг для менеджерів: навч. посіб. / Маркіна І.А., Таран-Лала О.М., Гунченко М.В. // Центр учбової літератури. – Київ, 2013. - С. 190-195. [Електронний ресурс] Режим доступу: [https://pidruchniki.com/1056041254378/finansii/analiz\\_bezbitkovosti](https://pidruchniki.com/1056041254378/finansii/analiz_bezbitkovosti).

## ЕНЕРГЕТИЧНА БЕЗПЕКА УКРАЇНИ: ЕКОНОМІЧНИЙ АСПЕКТ

Канд. екон. наук, доц. Колмакова О.М.  
Харківський національний університет будівництва та архітектури

Безпека держави може бути досягнуто за наявності ефективного механізму управління і координації діяльності економіки, політичних сил та соціальних груп, а також дійових інститутів її захисту. Енергетичний комплекс є однією з головних галузей національного господарства та забезпечує всі інші галузі енергією. Відповідно безпека держави досить тісно пов'язана з станом енергетичної галузі. Л.С. Шевченко, О.А. Гриценко, С.М. Макуха зазначають, що «...економічна безпека держави (далі — ЕБД) означає захищеність усіх рівнів економіки країни від небезпечних дій, що можуть бути як наслідком свідомого впливу будь-якого чинника, так і стихійним напливом ринкових сил» [1]. Якщо розглядати економічну безпеку держави як системну категорію, то можна сказати, що головна системна вимога економічної безпеки держави полягає у забезпеченні розвитку економіки країни і, як мінімум, в утворенні передумов для її виживання [2, с. 127–129]. О.М. Подмазко виділив в економічній літературі вісім напрямків визначення поняття «економічна безпека» [3]: 1. Стан економічної системи держави, що забезпечує нормальний життєвий стан населення, внутрішню стабільність і зовнішню залежність. 2. Стан економічної системи держави, що забезпечує здатність до самостійного сталого розвитку. 3. Стан економічної системи держави, що забезпечує можливість протистояти зовнішнім і внутрішнім загрозам. 4. Стан економічної системи держави, що визначається як система, модель, механізм, комплекс заходів державного регулювання економікою. 5. Стан економічної системи держави, що забезпечує сталий розвиток та добробут населення. 6. Стан економічної системи держави, що забезпечує добробут населення та здатність протистояти зовнішнім і внутрішнім загрозам. 7. Стан економічної системи держави, що забезпечує здатність протистояти загрозам та сталий розвиток. 8. Стан економічної системи

держави, що забезпечує здатність протистояти загрозам, сталий розвиток та добробут населення.

Енергетична безпека держави безпосередньо впливає на економічну безпеку. Останнім часом дуже гостро стає питання енергетичної незалежності держави. Україна має певні природні ресурси, на території України добувають природний газ, вугілля тощо, але великих родовищ вона не має. Відповідно стає актуальним питання пошуку додаткових джерел енергії. Для оновлення енергетичної галузі та інтенсивного її розвитку в Україні була розроблена енергетична стратегія на період до 2030 року [4]. Спочатку, відповідно стратегії, планувалося, що частка АДЕ в енергетичному балансі України може скласти 7-15%. Але економічна криза, що супроводжувалася високою інфляцією та кризою банківського кредитування зупинило розвиток АДЕ в Україні. З поступовим становленням економіки відбувається відродження цієї сфери. Протягом останніх 2012-2016 років в Україні спостерігається поступове зростання встановлених потужностей альтернативних джерел енергії (АДЕ). Але цей розвиток поки що не дуже значний.

Впровадження АДЕ Україна вже зробила, але на цьому шляху є ще певні перепони. Нажаль, місцева влада не зацікавлена в зниженні комунальних тарифів, екологічна складова не є пріоритетом розвитку регіону. На державному рівні, як вже зазначалось, не впроваджується активних заходів щодо стимулювання впровадження АЕД. Розглянемо вплив впровадження АДЕ на економічну безпеку України (ЕБУ). Національним інститутом стратегічних досліджень було проведено дослідження щодо стану економічної безпеки України за останні 14 років та розроблений прогноз до 2020 року [5]. Згідно цих розрахунків інтегральний коефіцієнт економічної безпеки України постійно знаходиться на пороговому рівні, періодично знижуючись та підвищуючись.

Стале збільшення енергетичної та фінансової безпеки посилить економічну безпеку країни до 0,35. З урахуванням помилки в 1,3% можна зазначити, що інтервал результативного показника в 2019 році складе 0,32 – 0,37%. Слід зазначити, що нижнє порогове значення складає 0,325, відповідно з постійним збільшенням інтегральних коефіцієнтів енергетичної та фінансової безпеки інтегральний коефіцієнт ЕБУ буде знаходитися вище порогового значення. На основі проведених досліджень стає зрозумілим, що зв'язок між ЕБУ та впровадженням АДЕ досить тісний. Розроблені моделі в цілому статистично значимі, але присутня невисока мультиколінійність в другій моделі, відповідно моделі в подальшому будуть скореговані, розширені факторами та ще раз перевірені за критеріями Фішера та Дарвіна-Вотса.

Література: 1. Економічна безпека держави: сутність та напрями формування [Текст]: монографія / Л. С. Шевченко, О. А. Гриценко, С. М. Макуха та ін. / за ред. д-ра екон. наук, проф. Л. С. Шевченко. — Х.: Право, 2009. — 312 с. 2. Экономическая и национальная безопасность [Текст] : учеб. / под ред. Е. А. Олейникова. – М. : Экзамен, 2004. – 768 с. 3. Подмазко, О.М. Національна економічна безпека: аналіз основних підходів [Текст] / О.М. Подмазко; під ред. А. С. Василь'єв [голова] (та ін.) // Ринкова економіка: сучасна теорія і практика управління. Т. 1, вип. 2/2 : наук. праці – О. : Наука і техніка, 2014. – 228 с. 4. Енергетична стратегія України на період до 2030 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [zakon.rada.gov.ua/signal/kr06145a.doc](http://zakon.rada.gov.ua/signal/kr06145a.doc) 5. Регіональні асиметрії сталого розвитку України: діагностика та механізми вирівнювання [Текст]: монографія / І.М. Вахович, О.Є. Табалова – Луцьк «Волиньполіграф» ТМ, 2012 – 343с.

## ГЕНЕЗИС ТЕОРЕТИЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ КОНЦЕНТРАЦІЇ РИНКІВ

Канд. екон. наук Колодяжна Т.В.

*Харківський національний університет будівництва та архітектури*

Актуальність дослідження щодо концентрації ринків має важливе теоретичне і практичне значення. Теоретичне бачення сутності, основних шляхів та наслідків процесів концентрації ринків дає особливу можливість визначити основні закономірності розвитку не лише ринку, але й економіки в цілому. Практичне значення подібного дослідження визначено тим, що в сучасних умовах глобалізації концентрація ринків є основним фактором, який впливає на ефективність їх функціонування. Проте, необхідно відмітити, що складність проблем ринкової концентрації в трансформаційній економіці зумовлює потребу у подальшому поглибленні досліджень закономірностей розвитку концентраційних процесів.

Метою дослідження є визначення особливостей генезису теоретичного дослідження концентрації ринків.

У провідних країнах світу спостерігається стійка тенденція до концентрації як на рівні економік у цілому, так і окремих галузей й суб'єктів господарювання.

Багато дослідників у розвитку теорії концентрації виділяють три етапи (табл.1) [1,3].

Таблиця 1 - Генезис розвитку теорії концентрації в економіці [3]

Період	Науковці	
XVIII – кінець XIX ст.	А. Сміт, Д. Рікардо, Дж. Міль, К. Маркс, В. Ленін	Основний акцент робиться на дослідженні концентрації виробництва та концентрації капіталу: концентрація отожднюється з ринковою структурою; концентрація досліджується у взаємозв'язку із процесами конкуренції та монополізації
кінець XIX – перша половина XX ст.	А. Маршал, Дж. Робінсон	Основний акцент робиться на дослідженні концентрації виробництва; основним мотивом участі в концентрації вважається досягнення економії від масштабу; концентрація досліджується в контексті монополістичної конкуренції та олігополії
друга половина XX ст.	Дж. Бейн, Е. Мейсон	Згідно зі структурним підходом концентрація розглядається як одна з важливих характеристик структури ринку; акцентується увага на взаємозв'язку рівня концентрації та прибутку
	У. Баумоль, Д. Панзар, Р. Вілліг	Згідно з теорією квазіконкурентних ринків вважається, що високий рівень концентрації не тотожний наявності монопольної влади
	Дж. Саттон	Згідно з теорією «концентрації меж» визначається неможливість визначення однозначної залежності між рівнем ринкової концентрації та рівнем конкуренції й величиною галузевого прибутку

На першому етапі (XVIII – кінець XIX ст.) представники класичної політичної економії (А. Сміт, Д. Рікардо, Дж. Міль) та марксизму (К. Маркс, В. Ленін) концентрацію отожднювали з ринковою структурою. Об'єктом аналізу вчених була

концентрація виробництва та капіталу. Концентрація розглядалася ними в нерозривному зв'язку з питаннями конкуренції та монополізму [4].

На другому етапі (кінець XIX – перша половина XX ст.) представники кембриджської неокласичної політичної економії (А. Маршал) і школи монополістичної та недосконалої конкуренції (Дж. Робінсон, Е. Чемберлін) розглядали концентрацію, як результат динамічних змін в економічному середовищі. Основну увагу вчені зосереджували на дослідженні концентрації виробництва, яку вони більш пов'язували з монополістичною конкуренцією та олігополією.

На третьому етапі (друга половина XX ст.) концентрація пов'язувалася вченими з виникненням теорії організації промисловості. Представники структурного підходу до концентрації розглядали останню як одну з важливих характеристик структури ринку. При цьому головний акцент вони робили на взаємозв'язку рівня концентрації та прибутку. Згідно поглядів представників теорії квазіконкурентних ринків (У. Баумоля, Д. Панзара, Р. Вілліга) високий рівень концентрації не тотожний наявності монопольної влади [1].

Проблеми концентрації привертала увагу представників різних течій та напрямів економічної теорії. Однак у їх працях основна увага приділялася концентрації виробництва та капіталу. Проблема концентрації ринків є відносно новою і постала перед економістами-теоретиками і практиками лише на початку XX ст. Особливу увагу розробці теоретичних аспектів ринкової концентрації було приділено представниками Гарвардської школи. На сучасному етапі це завдання ще більше актуалізується, особливо в країнах з перехідною економікою.

Література: 1. Сорокин. Д.А. Генезис и развитие концентрации капитала как базиса экономической инфраструктуры // Вестник Челябинского государственного университета. – 2010. – №6 (187). – Экономика. Вып. 26. – с. 28-42. 2. Филюк В. Теоретико-методологічні засади концентрації ринків // Вісник Київського національного університету імені Т. Шевченка. Сер Економіка. 2011. Вип. 123. – С. 54-58. 3. Хаустова В.С., Колодяжна Т.В. Вплив процесів злиттів та поглинань компаній на конкурентоспроможність економіки в умовах глобалізації: монографія. Харків: ФОП Лібуркіна Л.М., 2019. 416 с. 4. Hiroyuki I., Roehl T.H. Mobilizing Invisible Assets, Harvard University Press, Cambridge, Mass. 1987.

## **АНАЛІЗ СТАНУ СВІТОВОГО РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ**

Канд. екон. наук Костинець В.В.

*Київський національний університет технологій та дизайну*

Глобальний спалах та оголошення світової пандемії коронавірусної інфекції COVID-19 спричинили руйнівну кризу для туристичного сектору світової економіки. Існуючі тенденції вказують на зниження на 22% прибуттів в період січень-березень 2020 р. згідно даних барометру Світового туризму UNWTO. Рівень туристичних прибуттів в березні різко впало на 57% після початку закриття кордонів та міжнародного сполучення в багатьох країнах. Це фактично спричинило втрату 67 мільйонів міжнародних прибуттів та близько 80 мільярдів доларів США надходжень від туризму. Попри те, що Азія та Тихий океан демонструють найбільший вплив у відносному та абсолютному вираженні (-33 млн. прибутків), водночас вплив у Європі, хоча і нижчий у відсотках, є досить високим за обсягом (-22 млн) [1].

Поточні сценарії вказують на можливі падіння прибутків від 58% до 78% за рік. Вони залежать від швидкості стримування коронавірусної інфекції, тривалості обмежень поїздок та закритих кордонів. Наступні сценарії до 2020 року ґрунтуються на трьох можливих датах поступового відкриття міжнародних кордонів:

- сценарій 1 (-58%), заснований на поступовому відкритті міжнародних кордонів та знятті обмежень на подорожі на початку липня;
- сценарій 2 (-70%), заснований на поступовому відкритті міжнародних кордонів та знятті обмежень на подорожі на початку вересня;
- сценарій 3 (-78%) ґрунтується на поступовому відкритті міжнародних кордонів та знятті обмежень на подорож лише на початку грудня.

За таких сценаріїв вплив втрати попиту в міжнародних подорожах може відобразитись в таких цифрах відповідно:

- втрата від 850 мільйонів до 1,1 мільярда міжнародних туристів;
- втрати від туризму від 910 млрд. до 1,2 трлн. дол. США від експорту туризму;
- загроза втрати від 100 до 120 мільйонів робочих місць у туризмі [1].

Водночас відзначимо, що сценарії запуску туристичного сезону протягом 2020 року вже сьогодні дозволяють стверджувати про формування ефекту відкладеного попиту на основні туристичні напрямки. Чималу роль в даному процесі почали відігравати так звані «віртуальні подорожі», які були реалізовані за допомогою сучасних інформаційних технологій рядом туристичних дестинацій та екскурсійних об'єктів.

Доцільно також враховувати тенденції деяких змін споживчих очікувань відносно організації подорожей. Вже сьогодні можна говорити про тенденцію індивідуалізації майбутніх подорожей, бажання відвідати менш популярні туристичні території без зайвого натовпу та скупчення туристів, надання переваги бутік-готелям або ж готелям традиційно з високим рівнем сервісу, де споживач буде впевнений в забезпеченні всіх необхідних норм санітарної безпеки тощо. У боротьбі за туриста виграють ті країни, які грамотно і вчасно зорієнтовуються і зроблять якісне просування своїх туристичних пропозицій.

Література: 1. International tourist numbers could fall 60-80% in 2020 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.unwto.org/news/covid-19-international-tourist-numbers-could-fall-60-80-in-2020>

## **АНАЛИТИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УПРАВЛЕНИЯ ДЕБИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТЬЮ**

Канд. экон. наук, доц. Кравченко Л.Н., ст. преп. Шевченко М.В.  
*Белгородский государственный технологический университет  
им. В.Г. Шухова*

В настоящее время экономическое развитие страны находится под влиянием множества негативных факторов, в том числе обусловленных всеобщей неблагоприятной эпидемиологической обстановкой в мире. Такие факторы, как инфляция, политическая напряженность, изменения в законодательной базе, курсе валют, снижение объемов производства привели к тому, что многие предприятия имеют убыточную деятельность, недостаток денежных средств, собственных источников финансирования, низкую ликвидность активов, большой объем дебиторской и кредиторской задолженности, что не позволяет поддерживать необходимый уровень финансовой устойчивости и платежеспособности.

При этом разрыв сложившихся экономических связей, спад производства привели к нарушению в расчетно-платежных операциях между хозяйствующими субъектами, необоснованному и неконтролируемому росту дебиторской задолженности и, как следствие, к существенному увеличению рисков при реализации продукции с отсрочкой платежа. В связи с этим возникает необходимость совершенствования действующей практики управления дебиторской задолженностью. Преобразования в

структуре и инструментах финансовой системы, неоднородность и разноплановость взаимоотношений предприятия с контрагентами позволяют сделать вывод о сложности определения наиболее эффективных способов оптимизации расчетов с дебиторами и важности рационального управления данной экономической категорией.

Следует отметить, что процесс управления дебиторской задолженностью представляет собой основной элемент краткосрочной финансовой политики предприятия. Это связано с тем, что дебиторская задолженность, как правило, занимает наибольшую долю в составе оборотного капитала организации, в результате чего постоянный контроль за ее состоянием, поддержание оптимального размера и структуры является необходимым условием устойчивого функционирования любого субъекта экономики [3].

В свою очередь, организация эффективной системы управления дебиторской задолженностью невозможна без грамотно проведенного экономического анализа. При этом регулярные мониторинговые исследования, анализ и оценка дебиторской задолженности позволят руководству организации более рационально распоряжаться финансовыми ресурсами, повышая тем самым, эффективность расчетов, ликвидность активов и свою платежеспособность.

В тоже время необходимость аналитического обеспечения процесса управления дебиторской задолженностью объясняется тем, что происходящие изменения в бизнес-среде, обусловленные ростом рыночной конкуренции, «вынуждают предприятия к поиску новых путей расширения объемов продаж и повышения прибыли, что, в свою очередь, порождает необходимость применения нетрадиционных форм расчетов. Одновременно с этим анализ и контроль призваны выступить средством поиска оптимальных форм расчетов и инструментом обоснования целесообразности их использования» [2].

Обобщая исследования отечественных и зарубежных ученых-экономистов, а также используя системный и комплексный подходы, можно заключить, что в настоящее время существует множество различных направлений проведения экономического анализа дебиторской задолженности.

Как правило, на первоначальном этапе анализа осуществляют оценку состава, структуры и динамики дебиторской задолженности, поскольку ее размеры и качество оказывают существенное влияние на стабильность хозяйствующего субъекта. Данная оценка позволяет сделать вывод об усилении или ослаблении платежной дисциплины контрагентов в расчетах с предприятием. Кроме того, в процессе анализа необходимо изучить давность образования дебиторской задолженности, частоту и причины ее образования.

Анализ дебиторской задолженности предусматривает исчисление ее доли в составе текущих активов организации. В свою очередь, рост данного показателя может оцениваться неоднозначно, поскольку, на первый взгляд, он указывает на повышение мобильности средств организации, но в тоже время, может свидетельствовать об обездвиживании оборотных средств предприятия и снижении степени их ликвидности.

Организация управления расчетов с дебиторами также предполагает контроль за их оборачиваемостью. В процессе анализа оборачиваемость дебиторской задолженности определяется в динамике и в сравнении со средними значениями по отрасли, при этом оценивается эффективность оборота средств дебиторов в расчетах, а также выявляются причины их ускорения или замедления.

Следующий этап анализа предусматривает проведение сравнительной оценки дебиторской и кредиторской задолженностей. «Считается, что дебиторская задолженность, размеры и ликвидность которой соответствуют размеру и срочности погашения кредиторской задолженности, обеспечивает платежеспособность организации» [1].

В целом, от полноты, точности и достоверности полученной информации о



состоянии дебиторской задолженности, качества ее обработки, эффективности организации аналитической работы на предприятии, профессиональных навыков персонала, во многом зависит принятие адекватных управленческих решений, касающихся вопросов финансирования текущей деятельности, получения кредитных ресурсов, организации производственного процесса, повышения прибыльности бизнеса и т.д.

Таким образом, можно резюмировать, что процесс управления дебиторской задолженностью выступает важнейшим элементом финансовой политики управления оборотными активами и частью маркетинговой стратегии организации. Задачами такой политики являются: сокращение максимального предела дебиторской задолженности; создание таких условий продаж, при которых обеспечивается гарантированное и своевременное поступление средств на счет кредитора; определение и вычисление возможных скидок или надбавок, для различных групп покупателей, с учетом соблюдения ими платежных обязательств; ускорение процесса взыскания долга; своевременная оценка всех возможных издержек, связанных с дебиторской задолженностью [1].

Литература: 1. Кравченко Л.Н., Ходоренко Е.О. Проблемы управления дебиторской задолженностью // Белгородский экономический вестник. 2018. №3 (91). С. 134-140. 2. Купрюшина О.М. Организация анализа и контроля дебиторской и кредиторской задолженности хозяйствующего субъекта: дис. ... канд. экон. наук. Воронеж, 2003. 148с. [Электронный ресурс]. URL: [https://www.dissercat.com /content/organizatsiya-analiza-i-kontrolya-debitorskoi-i-kreditorskoi-zadolzhennosti-khozyaistvuyushc](https://www.dissercat.com/content/organizatsiya-analiza-i-kontrolya-debitorskoi-i-kreditorskoi-zadolzhennosti-khozyaistvuyushc) (дата обращения 21.04.2020). 3. Шевченко М.В., Попова Е.С. Проблемы обеспечения экономической безопасности в сфере кредитования // Белгородский экономический вестник. 2017. № 4 (88). С. 150-154.

## **ВНУТРЕННИЙ КОНТРОЛЬ КАК ФАКТОР ОБЕСПЕЧЕНИЯ УСТОЙЧИВОГО ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ**

Канд. экон. наук, доц. Кравченко Л.Н., ст. преп. Шевченко М.В.  
*Белгородский государственный технологический университет  
им. В.Г. Шухова*

В настоящее время российская экономика испытывает на себе воздействие целого комплекса негативных факторов, связанных с неблагоприятной эпидемиологической ситуацией, как в стране, так и в мире, что выражается в замедлении темпов экономического развития, а в некоторых случаях и вовсе в приостановке функционирования отдельных субъектов экономики и даже целых отраслей хозяйствования.

В связи с этим актуальной является проблема обеспечения максимальной эффективности управления экономическими субъектами с целью поддержания (насколько это возможно в сложившихся обстоятельствах) их устойчивого функционирования.

Рациональному расходованию имеющихся ресурсов, «предупреждению искажений и рисков в деятельности предприятий в значительной степени способствует организация эффективной системы внутреннего контроля, функционирование которой направлено на своевременное обнаружение недостатков в деятельности предприятия и принятие мер по их устранению» [1].

Организация системы внутреннего контроля позволяет сформировать качественную информационную базу, на основе которой менеджмент хозяйствующего субъекта сможет принимать адекватные текущему экономическому состоянию

управленческие решения, а также обеспечить оперативную связь с управляемыми объектами.

В России вопросам, связанным с осуществлением внутреннего контроля экономическими субъектами, посвящена ст. 19 Федерального закона от 6 декабря 2011 г. № 402-ФЗ «О бухгалтерском учете». Согласно ей «каждый экономический субъект обязан организовать и осуществлять внутренний контроль совершаемых фактов хозяйственной деятельности» [2]. Закон обязывает экономические субъекты «организовать контроль и проверку не только бухгалтерской (финансовой) отчетности, но и совершаемых сделок, событий, операций, которые могут оказать влияние на финансовое положение и финансовый результат деятельности экономического субъекта» [2].

Формат осуществления внутреннего контроля в значительной степени зависит от масштаба и вида деятельности организации. Служба внутреннего контроля может быть создана «как самостоятельное структурное подразделение организации, либо ее функции могут быть возложены на отдельных должностных лиц в дополнение к осуществляемым ими функциональным обязанностям» [3].

Руководитель экономического субъекта обязан разработать и утвердить регламент проведения и оформления контрольных процедур, а также проводить анализ и идентификацию возникающих рисков [4]. Важно отметить, что системы бухгалтерского учета и внутреннего контроля должны быть согласованы. В связи с этим во время проведения внутреннего контроля обязательно должно быть уделено внимание следующим моментам:

- соблюдается ли действующее законодательство, локально-нормативные акты, организационно-распорядительные документы, учетная политика по бухгалтерскому и налоговому учету;
- правильно и своевременно ли отражены все хозяйственные операции на счетах бухгалтерского учета и в налоговых регистрах;
- в полном размере и правильно ли документально оформлены хозяйственные операции;
- правильно ли отражены в бухгалтерском и налоговом учете доходы и расходы;
- обеспечена ли сохранность всех активов организации;
- правильно ли составлена бухгалтерская, налоговая и статистическая отчетность организации.

Целями службы внутреннего контроля в отношении работы бухгалтерского подразделения являются:

- координация по вопросам постановки бухгалтерского учета, налогового учета и, в отдельных случаях, управленческого учета;
- обеспечение единого подхода при отражении на счетах бухгалтерского учета, в регистрах налогового учета хозяйственных операций;
- проведение внутрисистемного аудита по вопросам соблюдения положений учетной политики, исполнения норм законодательства Российской Федерации и внутренних локально-нормативных актов;
- осуществление полного контроля за конечными результатами деятельности при соблюдении установленной методологии бухгалтерского и налогового учета.

Качество осуществления внутреннего контроля зависит от квалификации сотрудников, уровня их профессиональных знаний и умений. Поэтому руководитель предприятия должен своевременно уделять внимание приобретению персоналом компетенций в области бухгалтерского, налогового, гражданского и трудового законодательства.

Надежно выстроенная система внутреннего контроля должна обеспечивать объединение всей совокупности финансово-хозяйственной деятельности организации в

єдину систему и забезпечувати її бесперебойне функціонування. При цьому, внутрішній контроль повинен розглядатися не як однократні или періодичні заходи, а як постійні процедури.

Таким чином, удосконалення процедур внутрішнього контролю може стати значимим фактором в забезпеченні менеджмента підприємства інформацією для прийняття важливих управлінських рішень.

Література: 1. Брянцева Т.А., Шевченко М.В. Організація системи внутрішнього контролю інноваційної діяльності // Вестник Белгородського державного технологічного університету ім. В.Г. Шухова . 2016. № 7. С. 175-180. 2. О бухгалтерському учете: федеральний закон от 06.12.2011 № 402-ФЗ // СПС «Консультант Плюс». 3. Ткаченко Ю.А., Шевченко М.В. Внутрішній контроль в управлінні економічним суб'єктом // Вестник Белгородського державного технологічного університету ім. В.Г. Шухова . 2015. № 3. С. 150-152. 4. Кравченко Л.Н., Ходоренко Е.О. К вопросу повышения эффективности хозяйственной деятельности организации // Белгородский экономический вестник. 2017. № 1 (85). С. 202-209.

## СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ОПЛАТИ ПРАЦІ В УКРАЇНІ

Здобувач вищої освіти Кулієвич М.

*Харківський національний університет будівництва та архітектури*

Одним з головних показників і чинників розвитку соціально-економічного життя країни, є оплата праці. На даний час в Україні існує гостра необхідність у наближенні доходів, рівня заробітної плати до Європейських стандартів.

Заробітна плата – надзвичайно важливий соціально – економічний показник, адже вона є основним джерелом доходів домогосподарств і відіграє визначну роль у забезпеченні економічного зростання та підвищення добробуту громадян, як у розвинутих країнах, так і в країнах, що розвиваються, зокрема в Україна [1, с. 38].

За допомогою даних держстату, проаналізуємо зміну середньої заробітної плати в Україні (таб. 1)

Таблиця 1 - Середня заробітна плата в Україні

Рік	Середня заробітна плата, у грн.	Курс доллару, \$	Заробітна плата, в перерахунку на \$
2011	2648	7,95	333
2012	3041	7,95	382
2013	3282	7,99	411
2014	3480	11,88	293
2015	4195	21,85	192
2016	5183	25,55	202,8
2017	7104	26,6	267
2018	8865	27,2	326
2019	10497	26,5	396,1

Побудовано на основі [2,3]

Переломним етапом відбувся у 2014-2015 рр., коли розпочалася стрімка девальвація гривни, що спричинила масове зростання цін на споживчі товари та послуги, як і імпорتنі, так в вітчизняні. Наслідком чого курс національної валюти та купівельна спроможність Українців значно знизилась.

Рівень заробітної плати продовжує залишатися значно нижчим, ніж у країнах Європейського Союзу. Наша країна є явним аутсайдером серед європейських держав. Порівняно з усім іншими сусідами країнами, в Україні зберігається найбільша низька оплата праці. [4]

Удосконалення системи оплати праці, пошук нових рішень, та глибоке вивчення європейського досвіду може допомогти вирішити цілу низку проблем в Україні, пов'язаних в сфері оплати праці. Для цього потрібно:

1) удосконалення законодавства, щодо порядку та критеріїв визначення мінімальної заробітної плати, як державного стандарту;

2) забезпечення захисту прав працівників на своєчасне отримання заробітної плати;

3) проведення реформ податкової системи, щодо зменшення навантажень на фонд оплати праці;

4) встановлення сучасного прожиткового мінімуму на рівні його фактичного розміру, на основі сучасних наборів товарів та послуг, з урахуванням потреб населення.

Література: 1. Думанська В. Оплата праці: українські проблеми на тлі світових тенденцій / В. Думанська // Україна : аспекти праці. – 2015. – № 2. – С. 35-40. 2. Державна статистика України. Електронний ресурс. Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua> 3. Середньорічний курс долару. Електронний ресурс. Режим доступу: <https://net.dn.ua/money/stat.php> 4. Головачко В. М. Тенденції зростання заробітної плати / Міжнародний науковий журнал «Інтернаука» // М. Головачко, Д. В. Максименко, Т. М. Перевузок. – Серія: «Економічні науки». – 2017. – № 6

## **ЕКО-ІННОВАЦІЇ ЯК ФАКТОР СТАЛОГО РОЗВИТКУ ТА ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ**

Здобувач вищої освіти Кулімякіна Д.Ю.,  
науковий керівник: канд. екон. наук, доц. Благой В.В.  
*Харківський національний університет будівництва та архітектури*

В ході промислового прогресу стрімко зростає інтенсивне використання природних ресурсів, коли в виробництво широко залучаються поновлювані і непоновлювані ресурси. Поступово в суспільстві стає необхідною ідея про збереження природних комплексів для рекреації, охорони звірів, наукових досліджень. Змінюються і позиції деяких економістів, які починають говорити про екологічні відповідальності суспільства перед майбутніми поколіннями. Актуальність теми полягає у тому, що еко-інновації здатні впливати на національну економіку, підвищуючи конкурентоспроможність країни, залишаються основним джерелом зеленого зростання і ресурсоефективності, що призводить до більшої стійкості і в той же час до технологічних змін.

Згідно з різними конференціями ООН, концепція сталого розвитку економіки передбачає збалансовану взаємодію трьох складових: економічної, соціальної та екологічної, спрямоване на досягнення сталого розвитку системи за рахунок синергетичного ефекту. При цьому основною задачею екологічної складової в рамках даної концепції є забезпечення нормального функціонування будь-якої екосистеми [4;5].

У концепції сталого розвитку економіки екологічна складова є невід'ємним елементом, який в сукупності з економічною складовою повинен вирішувати питання оцінки впливу виробництва на навколишнє середовище і зусиль, спрямованих на її захист.

Найбільш значущою епохальною екологічною інновацією глобального характеру, яку належить здійснити є перехід до ноосферного типу суспільства, реалізація стратегії глобального стійкого розвитку [2].

Для стимулювання здійснення еко-інновацій відіграють роль ренти. Для еко-інновацій першого роду може відіграти природна рента – надприбуток, що отримується при експлуатації багатших і краще розташованих родовищ джерел тощо. Світова природна рента – рента від природних продуктів, що йдуть на експорт. Вона з'являється як результат міжкраїнового зіставлення якості і ефективності видобутку природної сировини, що надходить на світовий ринок і залежить від коливань світових експортних цін на цю сировину. Зазвичай для цього використовують митні платежі, рівень яких зростає із підвищенням експортних цін і знижується при їх падінні. Для фінансування екологічних інновацій другого роду, направлених на охорону і поліпшення природного довкілля, доцільно використовувати таку категорію як екологічна антирента. Це надприбуток, який отримують підприємці, що порушують встановлені екологічні нормативи і завдають шкоду довкіллю. Така шкода повинна економічно оцінюватися і вилучатися за допомогою штрафних платежів за шкідливі викиди в довкілля (із урахуванням їх інтенсивності та небезпеки) [2].

Еко-інновації, як і будь-які інновації, за своєю природою є чимось новим (продуктом, послугою, бізнес-процесом і т.д.) і в результаті впровадження повинні привести до збільшення ринкової вартості організації, створення додаткової цінності, при цьому знизити негативний вплив на навколишнє середовище. До еко-інновацій слід відносити всякий новий продукт або процес, який надає певну споживчу і економічну цінність, але при цьому істотно зменшує негативний вплив на навколишнє середовище в порівнянні з вже існуючими альтернативами [9].

Процес розробки і впровадження еко-інновацій є в достатній мірі складним, так як існує ряд бар'єрів, що гальмують його:

1. економічні бар'єри (ринкові ціни, які повністю не відображають затримки виробництва продукту або послуг, наприклад, витрати на охорону здоров'я через забруднення повітря в містах; збільшення витрат на інвестиції в природоохоронні технології через їх передбачуваного ризику; розмір початкових інвестицій; складність переходом та від традиційних технологій до екологічних);

2. відсутність нормативно-правової бази, що регулює взаємовідносини в сфері еко-інновацій;

3. недостатня опрацьованість теми на теоретичному рівні, відсутність чітко сформульованої методологічної бази, мала кількість досліджень в даній області;

4. недостатня опрацьованість інструментів оцінки ризиків та прибутковості від впровадження еко-інновацій;

5. низький рівень попиту на еко-інновації з боку державного сектора і споживачів.

Ешфорд розробив більш докладний список бар'єрів впровадження еко-інновацій, класифікувавши їх за наступними категоріями:

1. технологічні бар'єри (невідповідність технології заданим економічним вимогам і технологічним нормам проектування, відсутність альтернативних матеріалів, здатних замінити небезпечні компоненти, високий рівень складності при розробленні технологій зниження рівня забруднення навколишнього середовища, низький рівень інвестиційної активності через відсутність інструментів оцінки прибутковості вкладень в еко-інновації);

2. фінансові бар'єри (високий рівень витрат на дослідження в області еко-технологій, витрати, пов'язані з ризиком змін переваг споживачів у відношенні Еко-продукту, відсутність методів, що дозволяють всебічно проаналізувати відношення витрат і вигоди від розробки і впровадження еко-інновацій, труднощі при прогнозуванні витрат, відсутність гнучкості капіталовкладень. Через низьку

рентабельність, неефективність інвестицій в процесі модифікації для компаній, які давно існують на ринку);

3. бар'єри, пов'язані з трудовими ресурсами (недолік висококваліфікованих кадрів в галузі управління, контролю і реалізації еко-інновацій, небажання вкладати кошти в підготовку кадрів, підвищенні вимоги до контролю за впровадженням еко-інновацій);

4. нормативні бар'єри (невизначеність в питаннях екологічного регулюванням в майбутньому);

5. бар'єри, пов'язані зі споживчою поведінкою (стійка асоціація еко-інновацій із продуктами технічного призначення, ризик втрати клієнтів при внесенні в продукт і його складові);

6. бар'єри, пов'язані зі створенням ланцюга поставок (недолік посередників, які здатні взяти на себе функції по маркетинговій підтримці та просуванню еко-продукту);

7. бар'єри управління (відсутність досвіду взаємодії технічних фахівців з фахівцями в галузі ресурсозбереження, екології та природних ресурсів, небажання компаній впроваджувати будь-які зміни в виробничі і управлінські процеси, брак досвіду) [8].

Всі перераховані труднощі при розробці та впровадженні еко-інновацій пов'язані між собою, тому вирішення цієї проблеми має бути комплексним. Коли мова йде про розробку та впровадження еко-інновацій, важливим є такий критерій, як забезпечення не тільки економічного, але і стійкого соціально економіко-екологічного розвитку.

Інновації та зростання продуктивності праці здатні позитивно впливати на економіку країни, прискорюючи економічне зростання. Існують і стримуючі фактори розвитку економіки, так наприклад, деякі країни знаходяться у колі бідності, тобто низькі доходи населення впливають на інвестиційну діяльність, а це в свою чергу відображається на низькому рівні доходів на душу населення. Так само відбувається із низькою інноваційною активністю, зокрема з еко-інноваціями, вона як і низькі доходи гальмує розвиток економіки. Щоб розірвати коло бідності в такій ситуації потрібно за рахунок зменшення частки споживання в національному доході збільшити інвестиції, але це призведе до ще гіршого рівня життя населення. Впровадження еко-інновацій в країнах, які розвиваються є досить важким процесом, тому що вони не можуть виділити достатньо коштів на фінансування, тим самим залишаючись, на низькому рівні економічного розвитку та зі значними екологічними проблемами. Безпосередньо, вплив від еко-інновацій відображається на всіх рівнях: економічному, природному, соціальному та політичному.

Щоб оцінити ефективність екологічних технологій застосовують показник еколого-економічного ефекту від впровадження еко-інновацій. При розрахунках враховуються результати за місцем застосування еко-інновації та результати у суміжних галузях із позицією їхнього впливу на кінцеві показники розвитку економіки країни [6]. Важливим кроком до створення екологічної економіки є зниження попиту на продукцію виробництв, які шкодять екології, тобто в результаті відбувається перебудова галузевої структури. А також скорочення витрат енергії, води та інших ресурсів на одиницю виробленої продукції, прикладом може бути повторна переробка, яка дозволяє знизити шкідливий вплив на навколишнє середовище і одночасно не скорочує ресурси країни.

Еко-інновації визначають екологізацію виробництва: у процесі видобутку і переробки природної речовини, а також споживання готової продукції утворюється безліч різноманітних відходів, наявність, утилізація і знешкоджування яких визначають екологізацією матеріального виробництва. Термін «екологізація виробництва» домислює не безпосередню участь біологічних організмів у технологічному процесі, як це має місце в мікробіологічній промисловості, а вплив матеріального виробництва на

стан навколишнього природного середовища, екологічних систем, через що утворюються відходи. Кількість відходів, що утворюються на різних стадіях відтворення матеріального продукту, характеризує рівень екологізації виробництва. Іншими словами, економія матеріалів, сировини і енергії, першоджерелом яких виступають природні ресурси, є визначальною умовою екологізації матеріального виробництва [1].

Роль ресурсного чинника в економічному розвитку постійно змінюється. Природні ресурси є необхідною, але не обов'язковою умовою розвитку країн. Так, в останні десятиріччя низка країн, що не має необхідних для розвитку промисловості мінеральних ресурсів, показують високі темпи розвитку економіки [3].

Важливість інновацій для досягнення стійкого розвитку обґрунтовується і полягає в тому, що утворюється механізм взаємодії інноваційних факторів і економіки країни, який забезпечує ефект від впровадження інновацій в вигляді приросту ВВП країни в порівнянні з витратами в інноваційній сфері. В сукупності інновації по-різному впливають на сталий розвиток. Так, технологічні інновації забезпечують економічну ефективність економіки країни і найчастіше сприяють виведенню економіки з кризових ситуацій. Екологічні інновації невіддільні від раціонального природокористування, яке маєтись на увазі при модернізації економіки [10].

Економічний ефект від розробки, впровадження та використання еко-інновацій:

- приріст ВВП;
- поповнення державного бюджету;
- зростання частки інноваційних підприємств в країні;
- зростання частки вітчизняної інноваційної продукції;
- зростання рівня конкурентоспроможності країни;
- організація нових галузей економіки;
- зниження собівартості продукції за рахунок впровадження нових технологій;
- приріст чистого прибутку і рентабельності;
- зростання рівня конкурентоспроможності організації (підприємства);
- підвищення якості продукції (послуг);
- збереження природних ресурсів країни [8].

Отже, розробка і впровадження еко-інновацій може бути мотивована економічними або екологічними міркуваннями. Еко-інновації націлені на вирішення завдань по зниженню споживання ресурсів, контроль за забрудненням навколишнього середовища, виробництво еко-продукту, зниження витрат на усунення негативного впливу виробничої діяльності, еко-інновації впливають на національну економіку. Таким чином, еко-інновації стають пріоритетним напрямком у розвитку економічного сталого розвитку країни та зеленого зростання.

Отже, в нинішнє століття основою прогресу економіки стають не просто нововведення, а й фундаментальна наука як одна зі стратегічних складових розвитку всього суспільства на всіх рівнях життя. Еволюція теорії інновацій має величезне значення для практичного використання в сучасних умовах економіки.

Проблема розвитку еко-інновацій не нова, але її значення зростає, оскільки еко-інновації сприймаються як один із основних інструментів переходу економіки до зеленої економіки. Еко-інновації впливають на економію матеріальних та енергетичних витрат країни, розробку нових технологій та створення нових ринків. Важливість інновацій для досягнення стійкого розвитку полягає у взаємодії інноваційних факторів і економіки країни, який забезпечує ефект від впровадження інновацій в вигляді приросту ВВП країни в порівнянні з витратами в інноваційній сфері. Тобто, еко-інновації здатні впливати на національну економіку, підвищуючи конкурентоспроможність. Країни.

Важливу роль у процесі переходу до зеленої економіки за допомогою впровадження екологічних технологій відіграють такі фактори, як високі темпи економічного розвитку, фінансування та науково-технічний потенціал. Тому впровадження еко-інноваційних технологій в економіку доволі довгий процес, який потребує поступових змін в економіці країни. Звідси, не всі країни готові до переходу на економіку сталого розвитку та економіку зеленого зростання. Також існує ряд бар'єрів при впровадженні еко-інновацій і найголовнішими з них є: технологічні бар'єри, фінансові бар'єри, бар'єри, пов'язані з трудовими ресурсами, нормативні бар'єри, бар'єри управління. Впровадження та застосування еко-інновацій полягає в комплексності, єдності організаційного, економіко-екологічного регулювання процесів створення і поширення інновацій на всіх рівнях

Література: 1. Голіков А.П., Дейнека О.Г., Позднякова Л.О., Черномаз П.О. Регіональна економіка та природокористування / за ред. Голікова А.П.: Навчальний посібник. – К.: Центр учбової літератури, 2009. 2. Інноваційна економіка: навчальний посібник / О.А. Довгаль, Г.В. Довгаль. – Х.: ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2015. – 148 с.. 3. Світова економіка: підручник / за ред. А.П. Голікова, О.А. Довгаль. – Х.: ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2015. 4. Доклад Всемирного экономического форума "Redesigning Business Value & A Roadmap to Sustainable Consumption", 2009. 5. Митякова, О.И. Проблемы устойчивого развития экономики России на основе инновационных преобразований / О. И. Митякова; Нижегород. гос. техн. ун-т им. Р. Е. Алексеева. – Нижний Новгород, 2009. 6. Садченко О.В. Роль инновационных процессов в экологизации бизнеса / О.В. Садченко // Научные труды ДонНТУ Серия: экономическая. – 2009. 7. Экологические инновации и устойчивое развитие. [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://pozdnyakov.tut.su/Sem> . 8. Ashford, N. Understanding Technological Responses of Industrial Firms to Environmental Problems: Implications for Government Policy, Environmental strategies for industry: International perspectives on research needs and policy implications, Island Press, Washington, DC, 1993. 9. James, P. The Sustainability Circle: a new tool for product development and design // Journal of Sustainable Product Design, 1997. 10. Chumakova S.E., Siroтина N. A. Innovacii – vazhneyshiy factor ustoychivogo ekonomicheskogo rosta: [Innovation - a key factor for sustainable economic growth] [Electronic.resource] / Available at: <http://journaldiscussion.ru/publication.php?id=132> .

## **ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ ВНЕДРЕНИЯ ЭЛЕМЕНТОВ СИСТЕМЫ ТОЧНОГО ЗЕМЛЕДЕЛИЯ**

Ст. преп. Куцаева О.А.

*Белорусская государственная сельскохозяйственная академия*

В докладе Европейского парламента о точном сельском хозяйстве и будущем агропромышленной отрасли в Европе точное земледелие определяется как «современная концепция управления сельским хозяйством, использующая цифровые методы для мониторинга и оптимизации процессов сельскохозяйственного производства» [1]. Технологию точного земледелия подразделяют на три основные подсистемы: 1) навигационные технологии (аппаратное и программное обеспечение, координирующее движение сельскохозяйственной техники на поле); 2) регистрирующие технологии, использующие функциональные возможности геоинформационных систем и позволяющие выполнять дистанционный мониторинг и визуализацию его результатов; 3) реагирующие технологии – инструменты, аппаратное и программное обеспечение, которые позволяют варьировать размещение и использование сельскохозяйственных ресурсов. Идентификация менеджмент-зон и их



использование для дифференцированного внесения фосфорных и калийных минеральных удобрений являются важными и взаимосвязанными составляющими регистрирующей и реагирующей технологий точного земледелия. Дифференцированное применение удобрений возможно осуществлять по двум технологиям [2, 3]: *on-line* технология или RT-технология, при которой удобрения вносятся избирательно без предварительного картографирования, а доза удобрений определяется непосредственно перед внесением; *off-line* технология, при которой применение различных доз удобрений осуществляется с использованием предварительно созданных карт-заданий. Именно *off-line* технология наиболее точно соответствует концепции точного земледелия, обеспечивая максимальную экономию ресурсов за счет использования возможностей современных информационных технологий.

Внедрение дифференцированного внесения минеральных удобрений было выполнено в пределах землепользования РУП «Учебно-опытное хозяйство БГСХА» (Горецкий район Могилевской области, Республика Беларусь) на площади 1411,76 га. Только за счет перераспределения дозы удобрений под планируемый урожай сельскохозяйственных культур возможно сэкономить 0,12 тыс. руб. в расчете на 1 га и повысить рентабельность выращивания озимых зерновых – на 2,2%, свеклы сахарной – на 1,3%, рапса на маслосемена – на 1,1% и ячменя пивоваренного – на 0,8%, а также улучшить химические, физические и экологические свойства почвы. При реализации инвестиционного проекта по внедрению дифференцированного внесения удобрений объем инвестиций составит 30804,68 руб., а период их окупаемости – 7 месяцев.

Литература: 1. Daheim C. Precision agriculture and the future of farming in Europe / C. Daheim, K. Poppe, R. Schrijver. – Directorate-General for Parliamentary Research Services, 2016. – 274 p. 2. Дифференцированное внесение удобрений в системе точного земледелия В. А. Любич, С. В. Попов, Ф. Г. Бакиров [и др.] // Известия Оренбургского государственного аграрного университета. – 2012. – Т. 33. – №. 1-1. – С. 73–75. 3. Трубочева Е. А. Оценка экономической эффективности инвестиций сельхозпредприятия во внедрение системы дифференцированного внесения удобрений / Е. А. Трубочева, М. Е. Трубилин // Кант. – 2014. – №4(13). – С. 35–37.

## ЕКОЛОГІЧНО ЧИСТІ БЕТОНИ

Канд. техн. наук, доц. Латорець К.В.

*Харківський національний університет будівництва та архітектури,*

Екологічна стійкість базується на простому принципі: все, чого ми потребуємо для виживання і добробуту, залежить і прямо, і побічно від навколишнього середовища. Екологічна стійкість створює та підтримує умови, в яких людина й природа можуть гармонійно існувати, що відповідає соціальним, економічним і іншим вимогам сьогодення та майбутнього покоління.

Екологічна стійкість дає гарантію того, що ми маємо і завжди будемо мати воду, матеріали та ресурси для захисту здоров'я людини і навколишнього середовища. У той же час високий рівень життя в Західній Європі, Північній Америці і решті світу залежить від сучасної індустріальної економіки, яка споживає величезну кількість невідновлюваних ресурсів.

Іншою, не менш важливою проблемою, є забруднення навколишнього середовища та її руйнування. Шкідливе довкілля в якійсь мірі впливає на життя кожного третього жителя планети. Будівельна галузь не тільки споживає близько 40% матеріалів і близько 1/3 енергії, що виробляються в світі, але і забруднює навколишнє середовище. Видобуток будівельних матеріалів, включаючи пісок, гравій, глину, вапняк і природний камінь, тягне за собою шумові, вібраційні й атмосферні

забруднення на додаток до численних проблем, пов'язаних з видобутком металів. Трансформація земель в забудовані території – це особлива екологічна проблема, пов'язана зі споживанням будівельних матеріалів, яка веде до суттєвих втрат основних функцій землі.

Зростання вмісту CO<sub>2</sub> в атмосфері призводить до інтенсифікації природного парникового ефекту, що вже призвело до підвищення температури на планеті та може серйозно відбитися на всіх формах життя. Особливо сильні зміни характерні для високих і середніх широт.

Оцінка вкладу цементної промисловості в глобальне зростання CO<sub>2</sub> в атмосфері складає в даний час приблизно 2,5%. Здавалося б, виробництво цементу не робить суттєвого впливу в загальному балансі викидів CO<sub>2</sub>. Однак, в даному випадку тривогу викликає динаміка зростання цього показника в зв'язку зі збільшенням потреби в цементі: внесок цементної промисловості в 1960-1970 рр. в сумарний викид CO<sub>2</sub> становив 1,6%.

Основним параметром оцінки економіки промислових країн вважають питому «вуглецеємність», яка визначається відношенням сумарного викиду CO<sub>2</sub> від спалювання викопного палива до загального обсягу виробленої продукції, товарів і послуг з урахуванням купівельної спроможності 1 \$ США в різних країнах.

Низька «вуглецеємність» цементної промисловості в таких країнах як ЄС, Японія, США обумовлена науково-технічним підходом до вирішення екологічних проблем. Так, наприклад, в Німеччині, починаючи з 1971 р обсяг виробництва цементу практично не змінюється і знаходиться на рівні 30 млн т при одночасному щорічному зростанні обсягів будівництва на 5-8%.

З одного боку, причина цього полягає в зростанні виробництва високомарочних цементів СЕМ 42,5 (з 0,4% в 1971 р. до 85% в 2000 р.). В результаті виготовлення бетонів низьких класів здійснюється на основі високомарочних цементів, але із застосуванням техногенних відходів і низькосортних наповнювачів.

Інша причина – переміщення потужностей цементного виробництва на території країн, що розвиваються. Так в даний час 50% цементних заводів України належить західним іноземним компаніям.

Незважаючи на те, що цементна промисловість здатна на основі наявної сировинної та виробничої бази існувати ще не одне століття, пошук раціональних шляхів поліпшення якості цементу і зниження «вуглецеємність» його виробництва дозволить перетворити цемент в екологічно чистий будівельний матеріал.

## **ПРОБЛЕМИ ВПРОВАДЖЕННЯ РИНКУ ЗЕМЛІ В УКРАЇНІ**

Здобувачі вищої освіти Брагілевська В.Є., Новікова В. О.,  
науковий керівник: канд. екон. наук, доц. Лозовий А.В.  
*Харківський національний університет будівництва та архітектури*

Ринок землі в Україні – сукупність суспільних відносин щодо відчуження та набуття земельних ділянок. Ринок землі є невід'ємною частиною економіки будь-якої розвиненої держави. Земля – найважливіший ресурс, що займає виняткове місце в житті й діяльності будь-якого суспільства. Ринок землі володіє цілим рядом специфічних особливостей. По-перше, земля є безкоштовним дарунком природи, що дозволяє говорити про ірраціональний характер її вартості. Проте земля є об'єктом купівлі-продажу, з нею пов'язані земельні орендні відносини. По-друге, залежно від тих або інших природно-кліматичних умов, а також місцезнаходження ділянок землі, останні поділяються на кращі, середні й гірші. В основі такого розподілу лежить природна родючість ґрунту, від якого залежить продуктивність землі. Але вона може бути поліпшена в результаті додаткових вкладень у неї праці й капіталу у різних його

формах. В економічній теорії це є джерелом, відповідно, диференційної ренти першого та другого видів.

Україна сьогодні, на жаль, перебуває у так званій зоні ризикового землеробства, коли із землі вичавлюють ресурс за максимумом, орієнтуючись лише на миттєвий прибуток. Ще один фактор ризику – плутанина даних кадастру, яка триває вже не одне десятиліття (і яка, до речі, дуже вигідна тим, хто заробляє на тіньовому ринку землі). Наступна проблема – черезсмузжя. 2–5 га – це, за мірками типового агрогосподарства, маленька площа. Тому інвестори, які зацікавлені у викупі солідних площ, на перших порах зіткнуться з тим, що, скажімо, на землях, на які вони зазіхнули, може виявитися відразу кілька десятків власників, і далеко не всі з них будуть згодні продати свій пай. За пропозиціями аграрних асоціацій умови відкриття ринку мають бути такими:

- 1) проведення інвентаризації земель, яка дозволить детінізувати земельні угіддя України, у тому числі землі державних підприємств та установ, яка створить перешкоди у створенні корупційних схем;
- 2) продаж землі на конкурентних засадах шляхом встановлення мінімальної та максимальної її вартості з обов'язковою прив'язкою до реальної ринкової вартості, що зформувалась на аналогічних землях за кордоном;
- 3) удосконалення механізму іпотеки землі, що дозволить залучити кредитні інвестиції для розвитку сільського господарства під заставу землі. Встановлення високої мінімальної ціни землі у відповідності до ринкової дозволить отримати реальні кредитні кошти, які пропорційні дійсній вартості землі і яку банку вигідно оцінити як найнижче;
- 4) першочергове право викупу земельних паїв має отримати фізична або юридична особа, яка ними зараз користується;
- 5) реєстрація має бути саме у тій ОТГ, де фізично розташована земельна ділянка.

В умовах ринку земельні власники досить неохоче йдуть на продаж своїх земельних ділянок, віддаючи перевагу передачі землі в оренду. При цьому вони одержують право одержання стабільного доходу. Земельний ринок формує умови, стимулюючи ефективне використання землі й змушує окремих суб'єктів відмовитися від частини землі або від усієї ділянки, якщо він функціонує неефективно. Однак ринок землі далекий від досконалості й не є гарантом стабільності. Усунення недоліків ринку – найважливіше завдання держави.

Держава зобов'язана, в першу чергу, створити умови захисту прав власності на землю, дотримання суб'єктами своїх договірних зобов'язань, цілеспрямованого й розумного використання земельного фонду країни. При цьому політика держави повинна базуватися на сполученні інтересів усіх господарюючих суб'єктів аграрного сектору. Будь-яка державна система керування повинна базуватися на земельному кадастрі - це офіційно складений, систематизований звіт відомостей, що стосується земельного фонду країни. Очевидно, що при відсутності у держави банку даних про землю, неможливо вирішити проблеми аграрного сектору. Під ринком землі варто розуміти не тільки купівлю-продаж землі, але й надання її в оренду, а так само й увесь ринок сільськогосподарської продукції, на якому реалізуються в тій або іншій формі відносини власності на землю. Грошова оцінка земель населених пунктів здійснюється відповідно до чинного законодавства України з метою створення умов задля економічного регулювання земельних відносин при передачі землі у власність, спадщину, під заставу, при даруванні, купівлі-продажу земельної ділянки, здійсненні оренди, ціноутворенні, визначенні ставок земельного податку тощо. Інформаційною базою для грошової оцінки земель повинні бути проекти формування територій і встановлення меж сільськими радами населених пунктів, матеріали ґрунтових обстежень, матеріали економічної оцінки земель та бонітування ґрунтів, земельно-облікові документи, генеральні плани забудови сіл, статистичні та нормативні данні

про витрати на облаштування територій населених пунктів. В основу грошової оцінки земель несільськогосподарського призначення в межах населених пунктів покладено рентний прибуток, що створюється завдяки місцю розташування населеного пункту в загальнодержавній, регіональній і місцевій системах виробництва й розселення, облаштуванню його території з урахуванням функціональних та локальних факторів.

Отже, задля провадження ринку землі в Україні спочатку треба, як підкреслюють експерти й практики, добре вивчити досвід його впровадження в інших країнах (як позитивний, так і негативний). По-друге, на нашу думку, обов'язково провести всенародний референдум відносно того, кому продавати, на яких умовах: інституційно-правових, фінансово-економічних, соціально-політичних і навіть безпекових задля сталого розвитку селищ, громад, населених пунктів, міст і всієї країни в цілому.

Література: 1. Ринок\_землі\_в\_Україні. - [Електроний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.parta.com.ua/referats/view/6655/>; 2. [Електроний ресурс]. – Режим доступу: <https://uk.wikipedia.org/wiki/>; 3. [Електроний ресурс]. – Режим доступу: [https://pidruchniki.com/1228121662909/politekonomiya/rinok\\_zemli\\_istoriyasuchasnist](https://pidruchniki.com/1228121662909/politekonomiya/rinok_zemli_istoriyasuchasnist); 4. Інтернет-портал Kurkul.com – Відкриття ринку землі в Україні: хронологія подій URL. – [Електроний ресурс]. – Режим доступу: <https://kurkul.com/spetsproekty/643-vidkrittya-rinku-zemli-v-ukrayini-hronologiya-podiy-onovlyuyetsya>; 5. Офіційний сайт Держгеокадастру – Ринок земель URL. – [Електроний ресурс]. – Режим доступу: <https://land.gov.ua/icat/rynok-zemel/>

## **КАПІТАЛІЗАЦІЯ ПРИРОДНИХ РЕСУРСІВ, СУТНІСТЬ ТА ВИДИ**

Канд. екон. наук, доц. Лозовий А. В., здобувач вищої освіти Васильченко Я. Р.  
*Харківській національній університет будівництва та архітектури*

Важливою передумовою економічного розвитку є можливість отримання доходів від використання активів території. Як відомо, капітал повинен постійно перебувати в господарському обігу, для чого всі управлінські дії щодо капіталу необхідно спрямовувати на створення доданої вартості через відповідну ефективну капіталізацію активів. Тільки таким чином можна уникнути процесу так званого „омертвіння капіталу” [1].

У широкому розумінні капіталізація території означає процес залучення різних видів капіталу (людського, виробленого, природного) до відтворення регіональної еколого-економічної системи. У вузькому розумінні – це відтворювальна оцінка загального капіталу території, що може бути виражена вартісною оцінкою окремих його складових як факторів, що з одного боку забезпечують можливість отримання доходів, а з іншого – не зменшують розмір природної складової капіталу (природного капіталу) території.

У ринковій економіці природа розглядається як капітальний актив (ресурс, що капіталізується). На підтвердження цього можна навести не лише теоретичні обґрунтування, а й практичні підходи до оцінки природних ресурсів, представлені у системі національних рахунків (СНР). Згідно з цими підходами природні ресурси розглядаються як економічні активи, а отже, включаються у баланс економічних активів, тобто визнаються специфічним (природним) капіталом, що приймає участь у процесі створення вартості у багаторічному циклі економічного відтворення [2].

Капіталізація природних ресурсів – увімкнення в господарський обіг природних ресурсів, який передбачає формування такого інституціонального середовища, в рамках якого ці ресурси можуть отримати адекватну оцінку і легко трансформуватися в інші форми капіталу, зокрема у фінансову [3].

На сьогодні рівень капіталізації різних видів природних ресурсів, зокрема земельних, водних, лісових, є неоднозначним як за видами, так і в територіально-

просторовій площині. Так, природні ресурси місцевого значення характеризуються низькою капіталізацією, на відміну від ресурсів загальнодержавного значення. Крім того, у сфері природокористування України не набув практичного поширення підприємницький підхід, застосування котрого сприяє самовідтворенню ресурсних компонентів довкілля. Таким чином, постає потреба у впровадженні в господарську діяльність громад новітніх фінансово-економічних механізмів, налаштованих на відповідні сучасні алгоритми капіталізації природних ресурсів із відповідною інфраструктурою у вигляді управлінських структур, здатних забезпечити як інтеграцію природних ресурсів у господарський обіг та перетворення їх на повноцінні активи, так і ефективне управління ними й системний ефект від трансформації природно-ресурсного капіталу у вартісну форму, за рахунок чого досягатиметься сталий розвиток територіальних громад у цілому [4].

У сучасних умовах господарювання економічне забезпечення раціонального природокористування може бути реалізоване тільки за умови включення природних ресурсів у процеси реальної економіки, в основу яких покладені капітальні відносини. Це зумовлює необхідність постійного пошуку й формування нових механізмів забезпечення потоків активів за рахунок повноцінної капіталізації природних активів. Ефективність проходження процесу капіталізації залежить від розв'язання проблем у сфері формування фінансової інфраструктури та специфікації прав власності на природні ресурси й похідних від них активів[5].

Література: 1. Капіталізація природних ресурсів: / за заг. ред. д.е.н., проф., академіка НААН України М.А.Хвесика. – К.: ДУ ІЕПСР НАНУ, 2014. [Електронний ресурс] // Режим доступу: URL: <http://ecos.kiev.ua/publications/monographies/view/37/>; 2. С. В. Похилько - Капіталізація території в системі рейтингового оцінювання регіонального природокористування – Ефективна економіка № 11, 2012. [Електронний ресурс] // Режим доступу: URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1550>; 3. Пилипів В.В. Проблемні аспекти капіталізації природних ресурсів в системі територіального управління. Інвестиції: практика та досвід. 2011. № 15. С. 42–45. URL: [Електронний ресурс] // Режим доступу: [http://www.investplan.com.ua/pdf/15\\_2011/13.pdf](http://www.investplan.com.ua/pdf/15_2011/13.pdf); 4. М. А. Хвесик, І. К. Бистряков, Д. В. Клиновий - Фінансово-економічний механізм капіталізації природних ресурсів об'єднаної територіальної громади - "Фінанси України", 4'2018. URL: [Електронний ресурс] // Режим доступу: [http://finukr.org.ua/docs/FU\\_18\\_04\\_019\\_uk.pdf](http://finukr.org.ua/docs/FU_18_04_019_uk.pdf); 5. Ігор Бистряков, Віталій Пилипів, Оксана Луців - Капіталізація природних ресурсів: механізми залучення інвестицій у сталий розвиток – ЕКОНОМІСТ/ №10, жовтень 2013. [Електронний ресурс] // Режим доступу: URL: [http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis\\_nbuv/cgiirbis\\_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP\\_meta&C21COM=S&2\\_S21P03=FILA=&2\\_S21STR=econ\\_2013\\_10\\_10](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&2_S21P03=FILA=&2_S21STR=econ_2013_10_10).

## ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ В УКРАЇНІ

Канд. екон. наук доц. Лозовий А. В., здобувач вищої освіти Кириченко Ю. Ю.  
*Харківський національний університет будівництва та архітектури*

Людський капітал є головним драйвером створення та розвитку інноваційної економіки. Саме креативне ядро людського капіталу – провідні вчені, викладачі, управлінці, вчителі та інші фахівці генерують інновації, формують сприятливі умови для інноваційного процесу й високої якості життя [2].

Дотепер не існує єдиного визначення цієї складної категорії „людський капітал”. Але всі автори підкреслюють декілька важливіших ознак:

- це активи, які є у людини у вигляді природжених якостей: фізичних, психологічних, інтелектуальних, а також ті якості, здібності, які набуває людина протягом життя (знання, вміння, навички, мотивація);

- це активи, які потребують значних інвестицій ;

- це активи, які генерують на протязі певного періоду часу дохід [6].

Людський капітал - це сформований або розвинений у результаті інвестицій і накопичений людьми (людиною) певний запас здоров'я, знань, навичок, здібностей, мотивацій, який цілеспрямовано використовується в тій чи іншій сфері суспільного виробництва, сприяє зростанню продуктивності праці й завдяки цьому впливає на зростання доходів (заробітків) його власника [7].

Головними проблемами, які стримують розвиток людського капіталу, є: демографічна криза в країні і, як наслідок, старіння населення; низька тривалість життя; погіршення стану здоров'я населення, що обумовлено техногенними змінами довкілля та забрудненням навколишнього середовища; зменшення частки працездатного населення, що призводить до нестачі кваліфікованого людського капіталу за усіма напрямками економічної діяльності; низький рівень життя; зростання масштабів трудової міграції й втрата інтелектуального капіталу тощо.[1].

Демографічний стан статистики за період 1990 – 2018 роки чисельність населення України зменшилась на 9452,1 тис. осіб, що становить 18,2%. За аналізований період міське населення зменшилось на 9,6%, сільське населення - на 14,9%. Частка міського населення переважає сільське майже вдвічі, і з кожним роком чисельність міського населення збільшується. Так, у 1990 р. міське населення становило 67,3% (відповідно сільське – 32,7%), а в 2018 р. - 69,3% (сільське населення – 30,7%), що свідчить про поступовий процес урбанізації [1]. Україну в більшості публікацій (як наукових, так і аналітичних) називають країною Європейського регіону з незадовільними показниками здоров'я, низькими показниками середньої очікуваної тривалості життя, поширено «нездоровою» поведінкою населення (вживання тютюну та алкоголю), ожиріння, низький рівень населеності, високий рівень стресів [2].

Кризовий стан фінансових відносин, економіки, дефіцит державних фінансів зумовлює функціонування медичної галузі в Україні за принципом залишкового бюджетного фінансування. В результаті недоотримання фінансових ресурсів, що виділяються державою, недосконалістю нормативно-правової бази та відсутністю механізмів залучення й використання інших джерел фінансування, а саме коштів спеціального фонду, медична галузь постійно відстає в розвитку [3]. В системі офіційно безкоштовної медицини, яка розрахована на масове споживання, неможливо забезпечити високу якість медичних послуг. Брак кваліфікованих медичних кадрів, проблеми доступу до служб медичної допомоги, особливо в сільській місцевості, недостатньо серйозне ставлення до профілактики захворювань як з боку населення, так і державної влади, демографічне старіння населення, брак фінансових ресурсів на розвиток медицини, екологічні проблеми, економічна криза тощо, ще більше загострюють цю проблему [5].

До зовнішніх факторів, що негативно впливають на розвиток системи освіти в Україні, яка також формує людський капітал, можна віднести політичну нестабільність у державі, недостатній рівень фінансування освітньої галузі (фінансування переважно лише захищених статей), неефективне використання наявних ресурсів та важелів впливу, недосконалу правову базу, застарілу матеріально-технічну базу, наявність «дорогих кредитних ресурсів», несприятливий інвестиційний клімат, неефективне функціонування суспільно-правових інститутів, міграцію фахівців за кордон та ін.

Отже, в Україні необхідно продовжити реформу освіти і посилити фінансово-економічний складник для поліпшення якості надання освітніх послуг через зміни у фінансуванні освіти, підвищення престижу професії вчителя, забезпечення потреб суспільства й економіки у висококваліфікованих кадрах [4].

Література: 1. Шахно А. Ю. „Моделі розвитку та державне регулювання людського капіталу в умовах глобалізації”, 2019. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://ena.lp.edu.ua/bitstream/ntb/45591/1/avt\\_Shakhno.pdf](http://ena.lp.edu.ua/bitstream/ntb/45591/1/avt_Shakhno.pdf); 2. Центр Разумкова, „Розвиток людського капіталу: на шляху до якісних реформ”, 2018. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://razumkov.org.ua/uploads/article/2018\\_LUD\\_KAPITAL.pdf](http://razumkov.org.ua/uploads/article/2018_LUD_KAPITAL.pdf); 3. Ю. І. Чорнокнижна „Наукові записки, вип.12, част.ІІ”. [Електронний ресурс]. –Режим доступу:[http://dspace.kntu.kr.ua/jspui/bitstream/123456789/4762/1/2\\_2012-11-14.pdf](http://dspace.kntu.kr.ua/jspui/bitstream/123456789/4762/1/2_2012-11-14.pdf) ; 4. Олієвська М. Г. „Науковий вісник Ужгородського національного університету”, 2018. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [file:///C:/Users/Admin/Downloads/Nvuumevcg\\_2018\\_17\(2\)\\_5.pdf](file:///C:/Users/Admin/Downloads/Nvuumevcg_2018_17(2)_5.pdf); 5. І. Л Сазонець, І.Я. Зима „Вивчення проблем та основних напрямів реформування системи охорони здоров'я України”. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=1343>; 6. В. В. Компанієць „Людський капітал: вивчення, особливості, відтворення”. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://stp.diit.edu.ua/article/viewFile/15793/37569>; 7. „Основи економіки праці”. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://library.if.ua/book/40/2665.html>

## **ПРОБЛЕМА БІДНОСТІ НАСЕЛЕННЯ УКРАЇНИ І ШЛЯХИ ЇЇ ВИРІШЕННЯ**

Канд. екон. наук, доц. Лозовий А.В., здобувач вищої освіти Кулімякіна Д.Ю.  
*Харківській національній університет будівництва та архітектури*

На сьогодні тема бідності в Україні і шляхи її вирішення, як ніколи, актуальна і пов'язана з тим, що Україна належить до країн не просто з високим, а з таким, що зростає, рівнем бідності.

Мета дослідження - проаналізувати поняття бідності в Україні та визначити основні шляхи її подолання.

Під поняттям «бідність» експерти та науковці розуміють «злиденне існування фізичної особи, за якого через брак коштів неможливо підтримувати гідний спосіб життя, властивий суспільству конкретного соціально-економічного періоду». Сучасна наука визначає бідність як неможливість внаслідок нестачі коштів підтримувати спосіб життя, притаманний конкретному суспільству в конкретний період часу [5]. Інше визначення трактує бідність як неможливість підтримувати мінімальний рівень споживання, що визначається на основі фізіологічних, соціальних та культурно обумовлених нормативів. В широкому розумінні бідність – це стан невідповідності між досягнутим масовим (середнім) рівнем задоволення потреб і можливостями окремих груп та прошарків населення. Але водночас бідність пов'язана й з нерозвиненістю самих потреб, прагненням задовольнити матеріальні потреби на шкоду духовним та соціальним, руйнацією (розривом) соціальних зв'язків. Це призводить не лише до низького матеріального забезпечення певних сукупностей населення, а й до специфічної системи їх цінностей та пріоритетів, до формування особливого соціального світу і особливої культури – так званої субкультури бідності, способу життя, що дисонує із загальноприйнятим у суспільстві [2]. Отже, бідність – це не тільки (радіше не стільки) матеріальні нестатки. І релігія, і суспільна свідомість часто виокремлюють саме духовну бідність як прояв і наслідок зосередженості виключно на первинних потребах. Цивілізаційний прогрес не може ототожнюватись тільки з накопиченням матеріальних благ і підвищенням рівня їх споживання. Духовне багатство може компенсувати матеріальні нестатки, і навпаки його відсутність – звести нанівець усі переваги фінансового благополуччя [2].

Вітчизняні науковці розрізняють абсолютну, відносну та суб'єктивну бідність. У світовій практиці застосовують різні концепції та підходи, які різняться між собою та мають інші кількісні та якісні методи дослідження бідності:

1) *абсолютна концепція* – ґрунтується на чіткому встановленні мінімального рівня основних потреб, тобто фіксує межі бідності і встановлює систему індикаторів для аналізу рівня бідності [10]. Так, абсолютна бідність має місце тоді, коли люди не володіють достатніми ресурсами для підтримання мінімуму фізичного здоров'я та працездатності;

2) *відносна концепція* – анімує співвідношення показників добробуту з рівнем матеріального забезпечення, який переважає в країні, що перебуває в чіткій корелятивній залежності від дериваційних змін; визначається загальним рівнем життя в різних суспільствах, більшою мірою базується на культурному визначенні [10].

3) *суб'єктивна концепція* – здійснюється на основі оцінок самих респондентів, які визначають межу бідності самостійно, стосовно своїх потреб [10]. Реальне відчуття бідності в індивідів або соціальних груп зумовлює не лише співвідношення рівня життя з деякими абсолютними показниками, воно є результатом порівняння своїх можливостей у задоволенні потреб із забезпеченістю й зразками рівнів споживання інших людей або зі своїм становищем у минулому. Суб'єктивна бідність визначається самооцінкою, тобто людина визнається бідною, коли вона сама себе так ідентифікує [6].

Використання тільки одного критерію – яким би він не був – не дає змоги коректно оцінити масштаби, рівень та глибину бідності як багатоаспектного явища. Для цього необхідне використання цілої системи критеріїв: абсолютний, відносний, структурний, за якістю харчування, за умовами життя, за самооцінкою тощо [2].

Причини бідності можна умовно розділити на три основні групи:

1) причини, що виходять із форм організації суспільного життя: економічні (безробіття, низький рівень зарплат, пенсій, відсутність заощаджень); юридичні (слабкий правовий захист населення); культурні (стародавній звичай зводити народне піклування до роздачі милостині, малограмотність мас); адміністративні (неефективна система держави); соціальні (слабкий розвиток соціальних зв'язків, розшарування суспільства, проблеми соціалізації та самоактуалізації індивіда);

2) зовнішні причини, стихійно-природні (пожежі, неврожаї тощо);

3) внутрішні причини, індивідуально-особистісні (хвороба, розумові та фізичні дефекти, соціально-психологічний склад особистості і її духовність) [7].

Найчастіше бідність оцінюється за допомогою прожиткового мінімуму, що дозволяє визначити межу бідності. За даними українського інституту дослідження екстремізму Україна входить до найбіднішої категорії країн, з рівнем добробуту населення нижчим 5000 дол на рік. Відповідно загально відомого підходу ООН, якщо людина витрачає на проживання та їжу менш 5 доларів на день, а на місяць менше 150 дол, то вона живе за межею бідності. В Україні цей показник прив'язаний до прожиткового мінімуму, що відповідає приблизно 2 дол на день, тобто українець живе за межею бідності, якщо витрачає менше 2 дол на день. У свою чергу, поріг злиднів за світовими стандартами займають ті, хто живе менш ніж на 1,25 дол на день. За даними Світового банку в Україні за межею бідності знаходиться близько 80% населення і процес зубожіння продовжується [1].

Бідність в Україні має наступні національні характеристики: низький рівень життя населення в цілому; поширення бідності серед працюючих громадян; значне майнове розшарування населення; висока питома вага людей, що відносять себе до бідних; низький рівень соціальних стандартів і гарантій; недосконалість податкової системи; заборгованість із виплати заробітної плати; високий рівень безробіття серед молоді та осіб передпенсійного віку [9].

Щоб подолати бідність в Україні, треба, на нашу думку:

1) корегувати політику подолання безробіття. Вважаємо, що держава повинна сприяти розвитку малого і середнього бізнесу, який повинен стати драйвером розвитку економіки і важливим фактором подолання бідності;



- 2) здійснювати реформи у таких галузях як освіта, наука, охорона здоров'я;
- 3) реформувати соціальну сферу, спрямовати її на посилення адресності певної допомоги і встановлення величини мінімального доходу, створити ефективну грошово-кредитну та справедливую податкову системи;
- 4) суттєво скоротити систему пільг в країні;
- 5) в економічній сфері базовою моделлю зробити інноваційну замість нинішньої сировинної;
- 6) у соціальній сфері не протиставляти людину суспільству, а виявляти справжню турботу про неї, не обмежуючи її прав і свобод, гарантувати можливість здобути якісну освіту та медичне обслуговування, а також зайнятість, створюючи нові робочі місця;
- 7) у виробничій сфері забезпечити державну підтримку для розвитку наукоємних, енергозберігаючих технологій у промисловості та сільському господарстві [4];
- 8) у політичній сфері усунути з влади олігархів та їхніх маріонеток [8].

Література: 1. Вербицька. Г.Л. Проблеми бідності та рівня життя населення України / Г.Л. Вербицька // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». – 2010. – № 691 : Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. – С.305-309; 2. Елла Лібанова Бідність населення України: причини, масштаби, наслідки / Елла Лібанова // НАН України Інститут демографії та соціальних досліджень. Київ, 2008. – 313с.; 3. Коваленко Н. В. Бідність як соціально-економічна категорія. Харків. URL: <http://www.kbuapa.kharkov.ua/>; 4. Куценко Н. В. Зміцнення соціальної бази реформ – шлях до подолання бідності / Н. В. Куценко // Економіка України. – 2002. – № 2. – С. 27-34; 5. Лібанова Е. Бідність в Україні: діагноз поставлено – будемо лікувати? // Дзеркало тижня. – 2002. – № 13 (337). – С.10; 6. Лібанова Е. Подолання бідності: погляд науковця // Ринок праці та соціальний захист. – 2004. – С. 26-32; 7. Бідність як соціальне зло: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://dspace.tneu.edu.ua/jspui/bitstream/316497/11696/1/2016\\_rud\\_kryshevsky.pdf](http://dspace.tneu.edu.ua/jspui/bitstream/316497/11696/1/2016_rud_kryshevsky.pdf); 8. Причини та наслідки безробіття в Україні: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.rusnauka.com/>; 9. Проблема бідності населення України та шляхи їх розв'язання: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.pdaa.edu.ua/sites/default/files/nppdaa/2011/01/157.pdf>; 10. Розвиток людського капіталу: на шляху до якісних реформ: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://razumkov.org.ua/uploads/article/2018\\_LUD\\_KAPITAL.pdf](http://razumkov.org.ua/uploads/article/2018_LUD_KAPITAL.pdf).

## **СОЦІАЛІЗАЦІЯ ЕКОНОМІКИ ТА КАПІТАЛУ ЯК ЗАКОНОМІРНІСТЬ РОЗВИТКУ СУЧАСНОГО СВІТУ**

Канд. екон. наук, доц. Лозовий А.В., здобувач вищої освіти Найдено А.Є.  
*Харківський національний університет будівництва та архітектури*

Сьогодні у зв'язку з глобальною фінансово-економічною кризою та світовою пандемією (Covid-19), яка вже охопила майже 2% населення світу (загинуло більше 0,4 млн чоловік) і як стверджують експерти, подібні епідемії та пандемії будуть накочуватися хвилями на людство й надалі, все більш стає зрозумілим, що тільки допомагаючи один одному – багаті країни і верстви населення – бідним різними ресурсами, а іноді й продуктами та послугами, вирішуючи існуючі глобальні проблеми й виклики комплексно й стратегічно, можна зберегти економіку світу, її ресурси та можливості подальшого сталого й безпечного існування та розвитку людства.

Отже, не конкуренція і війни за ресурси, не виживання найсильнішого або найрозумнішого, а співпраця і взаємодопомога країн та суспільств, кооперація праці та інших ресурсів, їх раціональний і навіть унормований (стандартизований) розподіл між

країнами (як це відбувається під час соціальних або природних катаклізмів), виходять сьогодні на перший план.

З науково-теоретичної точки зору, виходячи з теорії сумісно-поділеної праці, власності, капіталу у різних його формах та капіталізації різних ресурсів, яку почали розробляти з 80-х років минулого століття представники української (передусім, харківської) школи економістів (політекономів), саме соціалізація економіки та капіталу як одна з головних тенденцій (закономірностей) розвитку соціально-економічних систем все більше виходить на перший план, що проявляється у все більшій орієнтації ринково-капіталістичних економік країн світу на їх соціалізацію (соціально-орієнтовані ринкові економіки), у впровадженні елементів плановості розвитку державного й приватного секторів економіки, зростанні сфери державного прогнозування, планування й програмування розвитку економіки, науки, технологій і освіти, інших сфер життєдіяльності суспільства, налагодженні суспільно-державно-приватного партнерства, формуванні соціально-відповідального бізнесу, розвитку колективних форм приватної власності, її деперсоніфікації через збільшення частки інституціональних інвесторів у акціонерному капіталі; збільшенні частки населення, що стає співвласником національного капіталу й багатства через пенсійні, інвестиційні та страхові фонди, зростанні й диверсифікації виробничих і комерційних зв'язків на регіональному, державному та міждержавному рівнях тощо.

Капіталізація економіки виступає матеріальною (економічною) основою для її соціалізації, виступає балансуючою протилежністю і „знімається” (за Гегелем) в категорії „людський капітал”. Останній має досить складну структуру, куди входить здоров'я (фізичне й психічне) населення, інтелектуально-духовний капітал, соціально-культурний капітал, організаційно-підприємницькі здібності як капітал, структурний капітал, бренд-капітал тощо.

Сьогодні найбільш розвинені країни світу, розуміючи тренд соціалізації економіки й капіталу, фінансують із різних джерел освіту (8-10% від ВВП), науку (3-4% від ВВП), охорону здоров'я (6-8% від ВВП), підтримують розвиток усіх сфер життя суспільства, всіх його верств, щоб раціонально використовувати свої матеріальні й нематеріальні ресурси і тим самим забезпечувати свою конкурентоспроможність у світовій економіці та геополітиці.

Отже, людство, щоб виживати разом іншої альтернативи, крім співпраці у поєднанні з розумною національно-державною ідентифікацією й суверенітетом, не залишається. Що стосується України, то знаходячись на вістрі протистояння великих країн глобалізаторів (США, Китай, Росія), певних регіональних спільнот (типу ЄС), великих транснаціональних компаній за природні (в першу чергу земельні) ресурси й людський, досить кваліфікований потенціал (людський капітал), Україні і, в першу чергу, її владним структурам (як центральним так і місцевим) треба зрозуміти, що в сучасних реаліях головною умовою виживання України як держави є розробка і реалізація власної державної стратегічної лінії поведінки, спрямованої на захист своїх національних інтересів, власного економічного, політичного, соціально-національного суверенітету, використовуючи власні внутрішні й зовнішні (запозичені, але на прийнятних умовах) ресурси у вигляді заощаджень домогосподарств – за оцінками вітчизняних експертів на руках у населення країни знаходиться біля 100 млрд дол, шляхом амністії на виведений за кордон (в „офшори”) капітал (його нараховується більше 200 млрд дол), залучення прямих іноземних інвестицій, створення нових робочих місць (і не тільки на будівництві інфраструктурних об'єктів), прийнятних умов для розвитку малого й середнього бізнесу, формування нових коопераційних виробничих і комерційних зв'язків з країнами, які в цьому будуть зацікавлені. Науковий потенціал для цього ще не втрачений повністю, як стверджують наші відомі вчені й фахівці – академік НАН України Семіноженко В.П., бувший прем'єр-міністр України Кінах А.К. і багато інших. Для цього потрібна тільки політична воля й відповідна

кадрова політика президента України і уряду, професійна діяльність Верховної Ради України та інших державних інституцій.

Не останню роль повинні зіграти й громадянські суспільства, профспілки і незалежні ЗМІ, які повинні контролювати і ефективно впливати на інститути влади та бізнес (особливо на крупний). Тільки таким чином Україна може стати дійсно незалежною, демократичною, правовою і соціальною державою, як це записано в Конституції України, подолати бідність народу і поступово підвищувати рівень його добробуту.

## **ПОСИЛЕННЯ ОЛІГОПОЛІСТИЧНИХ ТЕНДЕНЦІЙ ЯК ЗАГРОЗА СТАЛОМУ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ**

Здобувач вищої освіти Мазурук О. Р.

*Інституту економіки та менеджменту*

*Івано-Франківський національний технічний університет нафти й газу*

Олігополія – це ринкова структура ринку, при якій в одній галузі домінує невелика кількість конкуруючих фірм, при цьому хоча б одна або дві з них, виробляють значну долю продукції даної галузі, а поява нових продавців ускладнена чи неможлива. Основною характеристикою олігополії є те, що відносно розмірів ринку, кількість фірм є такою малою, що кожна з фірм-олігополістів визнає тісний взаємозв'язок одна з одною. Загальна взаємозалежність – головна риса олігополії. Поведінка однієї фірми впливає на інші фірми галузі [1, с. 110-117].

Виникнення олігополії відбувається внаслідок високої концентрації ринків, яку спричиняють такі фактори: 1) економія від масштабу; 2) злиття, яке здійснюється або між декількома рівними фірмами, або шляхом поглинання фірм-аутсайдерів крупними фірмами 3) ефективність – даний фактор концентрації ринків має значення у випадку, коли при підвищенні своєї ефективності, деякі фірми розширюють свій вплив на ринку за рахунок суперників; 4) удача (успіх) – існують випадки, коли ефективність усіх фірм в середньому однакова, але деякі з них розширюються краще, ніж інші лише тому, що зараз вони переживають тривалий період успіху, а у конкурентів деякі періоди бувають невдалими.

Отже, важливою відмінністю цієї моделі ринку від інших є незначна кількість виробників, яка дозволяє кожному проводити свою цінову політику, що не є позитивним явищем для споживачів, але навіть у такому випадку є певна обмеженість, адже кожна фірма залежить від конкурентів, тому не наважиться на будь-які дії, не спробувавши прорахувати вірогідну відповідну реакцію суперників. У більшості випадків олігополістичної конкуренції високі бар'єри вступу в галузь призводять до обмеження випуску і встановлення вищих цін, виникають безповоротні суспільні втрати, не забезпечується ні виробнича ефективність, ні ефективність розподілу ресурсів. З точки зору деяких економістів, олігополія більш небажана модель ринку ніж монополія, бо вона може маскуватися під монополістичну конкуренцію, проводити приховану політику узгодження цін, обходити антимонопольне законодавство і проводити при цьому принципи чистої монополії [2]. Тому рекомендується удосконалювати законодавство, впроваджувати дієві способи обмеження олігополії.

Проблема посилення олігополістичних тенденцій є актуальною і для економіки України. Економічна криза 2009 року спричинила збільшення чисельності порушень пов'язаних із недобросовісною конкуренцією. Це можна пояснити тим, що під час погіршення економічної ситуації в країні, власники фірм будь-якою ціною та в будь-який спосіб намагаються зберегти свою частку ринку. Незважаючи на це, уже протягом січня-серпня 2010 року АМКУ припинив дві тисячі порушень конкурентного

законодавства, що на 23 % менше порівняно з аналогічним періодом 2009-го, отже ситуація в країні мала тенденцію стабілізації.

Проте, в Україні поширення ефекту олігопольної поведінки відбувається у сфері авіаперевезень, на ринках світлих нафтопродуктів, «маршрутному» міському і міжміському сполученні, на різних локальних ринках тощо. Поступове посилення олігопольних тенденцій фіксується на внутрішньому ринку, що спричиняє стримання інвестиційної діяльності вітчизняних і іноземних компаній. Особливо це стосується середніх і малих підприємств при виході на нові ринкові ніші. Також органами державної влади заохочується олігопольна поведінка не лише провідних підприємств, а й інших учасників національних товарних ринків. Правила олігопольної конкуренції поширюються на відносно конкурентні ринки в Україні. У національному господарстві відсутній адекватний господарський державний контроль і управління щодо державних підприємств та матеріальних активів. Як наслідок - перманентний конфлікт інтересів і у ринковому середовищі, і у системі управління з питань належності власності.

Олігополія в Україні має багато проявів. Прикладом є ринок мобільного зв'язку. Для цього ринку є характерною диференційована олігополія. Це пояснюється високими вхідними та вихідними бар'єрами (необхідність значних фінансових інвестицій), невеликою кількістю учасників ринку, більша частина ринку розподілена між трьома основними абонентами та існує диференціація торгових марок у свідомості споживача і, як наслідок, кожна компанія використовує інструменти позиціонування для підвищення лояльності до бренду.

Основними гравцями на ринку послуг мобільного зв'язку України є ПрАТ "Київстар", ПрАТ "ВФ Україна"(Vodafone), ТОВ "Лайфселл", ТОВ "Інтертелеком", ПрАТ "Телесистеми України" та ТОВ "ТриМоб". Очевидно, що попри те, що на ринку офіційно діють декілька операторів мобільного зв'язку, основну пропозицію забезпечують лише три: ПрАТ "Київстар", ПрАТ "ВФ Україна" та ТОВ "Лайфселл" [3]. Враховуючи той факт, що на сьогоднішній день ліцензію на використання 1800 частот запуску технології 4G придбали тільки Київстар, ВФ Україна та Лайфселл, можна говорити про захоплення 100 % ринків в межах даної технології.

Окрім цього олігополія в Україні також має місце на ринку моторних бензинів (операторами ринку є сім великих підприємств, з сумарною часткою трьох найбільших 67%); ринку пива (чотирьом учасникам якого належить 94%); ринку тютюнових виробів (із загальною часткою п'яти найбільших суб'єктів господарювання 97%) тощо.

Отже, сьогодні державне регулювання олігопольного ринку в Україні має свої недоліки. На даний момент, удосконалення законодавства в галузі захисту конкуренції, у системі інституційно-правового забезпечення господарської діяльності, судовій системі є необхідним. Управлінці повинні розуміти напрям розвитку внутрішнього ринку. Можна помітити загрозливу інформаційну асиметрію, що полягає у ситуації, коли пряме усунення однієї з тенденцій, не усуне інші. Наприклад, приватизація всієї державної власності вирішить проблему її некерованості, проте жодним чином не вплине на стан олігополії, рівень порушень антимонопольного законодавства та інше.

Оскільки національні товарні ринки визначають економічний потенціал розвитку країни, а їх інтенсивність прямо впливає на рівень продуктивності економічної системи і залежить від конкуренції на групи ринкових товарів, то державне регулювання олігополістичного ринку України потребує якнайшвидшого вдосконалення.

Література: 1. Яцюк О. С. Мікроекономіка: Навчальний посібник / О. С. Яцюк. – Івано-Франківськ: ІФНТУНГ, 2019. – 188 с. 2. Бережний Я. В. Конкурентні передумови розвитку товарних ринків в Україні [Електронний ресурс] / Я. В. Бережний. – 2012. – Режим доступу до ресурсу: <https://jurisprudence.club/pravo-predprinimatelskoe/model-kurno.html>. 3. Карпій О. П. Оцінка сучасного стану розвитку ринку мобільного зв'язку в

## МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД ПОПЕРЕДЖЕННЯ НЕГАТИВНИХ ЕКОНОМІЧНИХ НАСЛІДКІВ КАРАНТИНУ

Канд. екон. наук, доц. Майстро Р.Г., здобувач вищої освіти Назаренко Д.С.  
*Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»*

Сьогодні майже всі країни світу працюють в умовах існування пандемії коронавірусу та запровадженого у зв'язку з цим карантину, що негативно впливає на економіку та добробут населення.

Економічна криза вже відчувається в усіх сферах економіки: непрацюючий бізнес, невиконання бюджету України, зростання безробіття. Очевидно, що в таких реаліях надзвичайно важливим є застосування антикризового регулювання економіки з метою подолання наслідків карантину та недопущення поглиблення економічної кризи. Цікавим є міжнародний досвід попередження негативних економічних наслідків пандемії.

Так, за ініціативи Європейської Бізнес Асоціації відбулася міжнародна дискусія Global Challenges & Local Responses. Разом з представниками бізнесу з багатьох країн світу було обговорено актуальні проблеми економіки на глобальному та національному рівнях, ефективні заходи підтримки місцевих компаній та можливості для розвитку бізнесу після кризи.

В Німеччині тотального закриття економічної активності немає. Щоб запобігти масовим звільненням, уряд Німеччини запустив програму часткового відшкодування заробітної плати працівників, включно з податками на зарплату. Так, близько 700 тисяч німецьких компаній вже подали заявку на отримання компенсацій, і наразі 3 млн працівників отримують зарплату за цією схемою. Вражаючим є масштаби запланованих антикризових програм в Німеччині, так задля стабілізації економіки був створений фонд у розмірі 600 млрд. Окремо на підтримку малого бізнесу та індивідуальних підприємців держава виділить 50 млрд євро.

У Фінляндії також влада добре піклується про бізнес. Так, представникам роздрібної торгівлі була надана підтримка в обсязі 100 тисяч євро. Однак, навіть незважаючи на всі заходи, Фінляндію очікує також падіння ВВП, приблизно, на 10%, а на відновлення деяких галузей економіки підуть роки.

На відміну від більшості країн, в Австралії не було запроваджено режим жорсткого карантину. Водночас, економіка Австралії теж постраждає від впливу карантинних заходів, за попередніми оцінками, зростання економіки зменшиться на 10% цього року. При цьому австралійський уряд планує виділити допомогу розміром близько 16% ВВП на заходи з підтримки економіки, наприклад на програми компенсації заробітних плат для компаній, які втратили більш ніж 30% доходу через карантин (проте, все ж не звільняють працівників), тощо. Наразі 3 мільйони підприємств зареєструвалися на отримання цього пакету допомоги.

Попри те, що корейський уряд також зміг втримати ситуацію з коронавірусом під контролем, епідемія все ж вдарила по економіці країни – обсяг іноземних інвестицій в країну скоротилося на 16% в 1 кварталі. Корея є дуже експортно-залежною країною. Так, до прикладу за перші 20 днів квітня спостерігалось 27% зниження в питаннях торгівлі. Водночас, держава намагається підтримувати бізнес, так, розмір державних програм підтримки бізнесу в Кореї сягає 13% ВВП країни.

Пандемія значно погіршила стан економіки в Аргентині, яка досі не змогла відновитися після оголошення дефолту. Через ситуацію з коронавірусом рівень інфляції в країні може подвоїтися – від поточних 35% до 60%. Наразі 35 тисяч малих

та середніх підприємств в Аргентині мають серйозні проблеми внаслідок кризи, однак тільки 5000 з них отримали державну допомогу у формі кредитів під 24%. За оцінками експертів, після карантину в Аргентині очікується значне збільшення безробіття.

Австрія обіцяє бізнесу кредитні гарантії, проміжні позики, відстрочку сплати податків, скорочення авансових податкових платежів, посилення і прискорення просування експорту. Компанії, що звільняють співробітників для догляду за дітьми, отримають фінансову підтримку від уряду. Окремі заходи підтримки розробляються для туристичної галузі. Зокрема, Австрійський готельно-туристичний банк надасть компаніям проміжне фінансування в розмірі 100 млн євро.

В Італії, яка дуже постраждала від коронавірусу, уряд затвердив декрет, що передбачає виділення 25 млрд євро для покриття збитків від коронавірусу і спеціальних заходів для порятунку економіки. Виплати за позиками й іпотечними кредитами бізнесу і населення будуть припинені - їх покрийть держгарантії для банків. Для італійців, які не можуть працювати через карантин, передбачені спеціальні виплати. Працюючим батькам пропонується спеціальний ваучер на 600 євро для компенсації послуг няні. Він доступний сім'ям з дітьми молодшими 12 років. Батьки, що працюють у приватному секторі, можуть йти в оплачувану відпустку і можуть отримати до 50% надбавки, якщо в сім'ї є дитина віком до 12 років. Всього на підтримку сімей і підприємців передбачено 10 млрд євро.

Прем'єр-міністр Іспанії Педро Санчес заявив про виділення 200 млрд євро для підтримки економіки і запобігання банкрутств.

Заходи французького уряду включають відстрочку протягом карантину всіх податкових і соціальних платежів. Міністр зазначив, що в перспективі ці платежі можуть бути скасовані для "тих, кому загрожуватиме банкрутство". Крім цього, влада країни має намір надати державні гарантії за кредитами малим і середнім підприємствам на суму 300 млрд євро.

Які ж є можливості виходу з кризового стану для України? За думкою експертів в першу чергу це довіра донорів. Українська економіка може пройти світову кризу з мінімальними наслідками за умови збереження підтримки міжнародних донорів, передовсім – Міжнародного валютного фонду. Цю думку озвучують багато експертів, а також посадовці Нацбанку. Так, НБУ днями знизив облікову ставку до 10%, зважаючи на низькі показники інфляції та потребу підтримати українську економіку.

Також важливим важелем в стабілізації економіки є дерегуляція. Криза – це час для щонайшвидшого збільшення економічних свобод в Україні; це головний крок, який треба зробити для зміцнення національної економіки в умовах кризи. Терміново потрібні податкові канікули, мораторій на перевірки бізнесу, земельна реформа та реформа трудового законодавства, загалом спрощення податкової системи і запровадження податку на виведений капітал, який стимулюватиме економічне відновлення.

Отже, подолання кризи та подальший розвиток великою мірою залежать від ефективності державного управління. Тож залишається сподіватись на виважені та продумані кроки органів влади різних країн, аби світу вдалось вийти з мінімальними втратами із даної кризи.

Література: 1. Міжнародний досвід подолання економічних наслідків пандемії. URL: // <https://eba.com.ua/mizhnarodnyj-dosvid-podolannya-ekonomichnyh-naslidkiv-pandemiyi> (дата звернення: 28.04.2020). 2. На які заходи йдуть уряди, щоб врятувати економіки своїх країн. URL: // <https://ua-news.liga.net/economics/articles/na-yaki-zahodi-ydut-uryadi-schob-vryatuvati-ekonomiki-svoih-kraih-22-prikladi> (дата звернення: 5.05.2020). 3. Дубровський В. П'ять загроз для української економіки. URL: // <https://www.radiosvoboda.org/a/30488065.html> (дата звернення: 29.04.2020)

## СТАЛИЙ РОЗВИТОК ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ: МАРКЕТИНГОВИЙ АСПЕКТ

Магістрант Макеєв Д.О., канд. екон. наук, доц. Ларка Л.С.  
*Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»*

Розвиток економічних систем, до яких належить підприємство, відбувається за рахунок взаємодії великої кількості факторів, бізнес-процесів. Серед цих факторів можна виділити такі, які стимулюють внутрішні механізми розвитку, а є і такі, які впливають на зовнішні механізми. Саме тому актуальною проблемою є дослідження взаємодії зовнішніх та внутрішніх важелів, що впливають на сталий розвиток підприємства як відкритої соціально-економічної системи.

Серед факторів зовнішнього середовища найбільш суттєвий вплив спричиняють споживачі продукції підприємства, конкуренти, ринкові тенденції, тобто фактори, які безпосередньо пов'язані з маркетинговою діяльністю.

Маркетингова інформаційна система підприємства є своєрідним посередником між зовнішніми та внутрішніми механізмами розвитку підприємства.

Розглянемо більш детально складові маркетингової інформаційної системи та їх внесок у сталий розвиток підприємства.

Перший блок цієї системи утворюють маркетологи, які виконують функції аналізу, планування, реалізації планів та контролю.

Процес аналізу дозволяє визначити вплив ключових факторів на діяльність підприємства, підвищує обґрунтованість системи планів, яка є запорукою раціонального використання наявних ресурсів підприємства (фінансових, матеріальних, людських, часових).

Реалізація планів також дуже відповідальний аспект у розвитку підприємства. Саме від вдалої реалізації планів за основними областями управління підприємством буде залежати ймовірність дотримання стратегії розвитку підприємства у довгостроковій перспективі.

Контроль є логічним продовженням функції планування. Неможливий ефективний контроль без наявності ефективного планування. Завдяки контролю стає можливим розроблення комплексу заходів, які забезпечують подальший сталий розвиток підприємства.

Другий блок маркетингової інформаційної системи – інформаційний, до складу якого входять внутрішні джерела інформації, маркетингові дослідження, маркетингова розвідка, аналіз маркетингових рішень.

Внутрішні джерела інформації – потужний інструмент розвитку підприємства, оскільки грамотна організація документообігу дозволяє систематизувати великі масиви інформації, визначити системні та несистемні стрибки планових показників, визначити закономірності бізнес-процесів підприємства.

Маркетингові дослідження та маркетингова розвідка – взаємопов'язані елементи інформаційного блоку маркетингової інформаційної системи. Маркетингова розвідка проводиться постійно у межах моніторингу екзогенного та ендегенного середовищ підприємства та виявляє необхідність у проведенні маркетингових досліджень, які проводяться з певною періодичністю. Роль маркетингових досліджень у розвитку підприємства важко переоцінити, оскільки аналіз результатів цих досліджень дозволяють визначити місткість та кон'юнктуру цільового ринку підприємства, дослідити його конкурентне середовище, проаналізувати особливості поведінки споживачів, їх платоспроможність, ступень задоволеності параметрами продукції та на цій основі спрогнозувати обсяги продажів продукції за періодами планування.

Аналіз маркетингових рішень – ключовий елемент маркетингової інформаційної системи, який дозволяє обробити дані маркетингових досліджень, внутрішньої

інформації, визначити, наскільки прийняті маркетингові рішення відповідають стратегічному набору підприємства, чи є актуальними основні стратегічні бізнес-одиниці підприємства.

Третій блок маркетингової інформаційної системи – це зовнішнє середовище маркетингу, до якого належать цільові ринки, маркетингові канали, конкуренти та економіка.

Цільові ринки безпосередньо впливають на темпи розвитку підприємства, оскільки саме від їх параметрів залежать обсяги продажів продукції. Дослідження цільових ринків проводиться за допомогою визначення цілої низки показників, серед яких найбільш значущими є абсолютна частка ринку, відносна частка ринку, частка ринку лідера, частка ринку послідовників, місткість ринку, еластичність попиту, еластичність пропозиції, рівновагова ціна, рівень маркетингових ризиків. Маркетингові канали утворюють збутові мережі підприємства, від їх раціональності залежать обсяги реалізації продукції. Конкуренти є чудовим стимулом для розвитку підприємства. Дозована та відкрита конкуренція позитивно впливає на асортимент продукції, цінову політику тощо. Економічне середовище обумовлює швидкість розвитку системи, якою являє собою підприємство, оскільки від його стану залежить ділова активність підприємства, платоспроможність споживачів, фінансова незалежність та ліквідність підприємства.

Сталий розвиток – це складний інтегрований процес, який складається з ряду підпроцесів. Маркетингова інформаційна система дозволяє підвищити якість обґрунтування важливих для підприємства рішень та є частиною загальної системи моніторингу підприємства. Для забезпечення сталого розвитку ключовим є питання організації обміну даних між складовими системи моніторингу підприємства, тому досить важливими є питання уніфікації даних, які є, з одного боку, є вихідними даними одного блоку системи, а з другого – вхідними для іншого її блоку.

Таким чином, при плануванні розвитку підприємства урахування маркетингового аспекту є обов'язковим, оскільки відкриті соціально-економічні системи є дуже чутливими до зміни умов функціонування. Коливання платоспроможного попиту, зміна кон'юнктури ринку, поява нових конкурентів, товарів-субститутів впливають на обсяги продажів продукції та/або послуг підприємства, що у свою чергу вносить певні корективи у системи управління підприємством, в тому числі у бюджетні моделі. Зміна прогнозованої величини обсягів продукції потребує коригування виробничої програми. Це у свою чергу відобразиться на обсягах закупівлі сировини та матеріалів, тобто з'являється ланцюгова реакція.

Література: 1. Ларка Л. С. Економічне управління бізнесом: маркетинговий аспект [електронний ресурс] / Л. С. Ларка, І. О. Анічкіна // Приазовський економічний вісник : електрон. наук. журн. – 2019. – Вип. 4 (15). – С. 113-116. – Режим доступу: [http://pev.kpu.zp.ua/journals/2019/4\\_15\\_uk/20.pdf](http://pev.kpu.zp.ua/journals/2019/4_15_uk/20.pdf) (дата звернення 04.05.2020 р.). 2. Загорський В. Забезпечення сталого розвитку національної економіки: соціальні та екологічні аспекти / В. Загорський, Є. Борщук, І. Жолобчук // Ефективність державного управління. – 2015.– № 44. – С. 9 – 17. 3. Дунда С. П. Розвиток підприємства та оцінка факторів, що на нього впливають / С. П. Дунда // Ефективна економіка. – 2016. – № 12. [електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5329> (дата звернення 11.05.2020 р.)



## ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ВЕКТОР МОДЕРНІЗАЦІЇ АГРАРНОГО СЕКТОРУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Д-р екон. наук, доц. Маковоз О.С.

*Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»*

У сучасних умовах модернізації національної економіки України та активізації євроінтеграційних процесів особливої актуальності набувають питання залучення інвестицій та ефективного їх використання. Переважна більшість науковців та практиків вважають, що успішне функціонування аграрного сектора економіки дозволить Україні зайняти гідне місце у світовій економіці. Світовий досвід переконує, що аграрний сектор не в змозі розвиватися та бути конкурентоспроможним без активного залучення додаткових інвестицій.

Сьогодні варто акцентувати увагу на тих викликах, які чекають на українській агропромисловий комплекс, зокрема у рамках виконання Угоди про асоціацію між Україною та ЄС та підготовки до її перегляду, а також у цілому на питаннях формування вітчизняної аграрної політики, включаючи її торгову складову, з урахуванням глобального аграрного порядку денного [1]. В Україні суспільні потреби в усіх основних продуктах харчування забезпечуються за рахунок функціонування і розвитку ресурсного й виробничого потенціалу національного агропромислового комплексу. Науково-технічний потенціал України впродовж останнього десятиліття зазнав відчутних втрат. Проте, вже намітилася тенденція посилення інноваційної діяльності.

Внаслідок затяжної кризи, в якій знаходиться сільське господарство, його матеріально-технічна база зазнала значної руйнації, невпинно продовжує поглиблюватися процес деіндустріалізації галузі. Низький рівень платоспроможності аграрних товаровиробників призвів до призупинень інвестиційних процесів, зниження рівня фондозабезпеченості, технічного та енергетичного оснащення виробничої сфери.

Загалом, на законодавчому рівні передбачені певні гарантії державної підтримки АПК. Однак, реальні обсяги бюджетного фінансування не відповідають потребам напівзруйнованого аграрного сектору. Серед інших статей видатків на потреби АПК викликають тривогу вкрай обмежені кошти на розвиток соціальної сфери села. Протягом останніх років податкова політики стосовно АПК помітно змінилася на краще: спрощена система оподаткування, значно зменшено податковий тиск на сільгоспвиробників. Запровадження єдиного фіксованого сільськогосподарського податку не лише спростило систему оподаткування, а й зменшило загальне податкове навантаження на сільгоспвиробників.

Програмою підтримки аграрного сектору за основними напрямками у рамках Державного бюджету на 2020 рік було передбачено виділення 4,2 млрд грн. на підтримку галузі АПК, з яких 1,2 млрд грн передбачається виділити на програму зі здешевлення кредитів. Зокрема, програма включатиме:

- компенсацію відсотків за кредитами для с/г підприємств, які мають щорічний оборот до 20 млн грн. Цей напрям не матиме обмежень щодо цільового використання кредитів. Держава компенсуватиме до 1,5 облікової ставки НБУ, кінцева вартість кредиту для сільгоспвиробника не перевищуватиме 5%;
- компенсацію відсотків за кредитами, залученими на розвиток тваринництва, в тому числі «нішеві» напрями – вівчарство, козівництво, бджільництво, звірівництво та інші. Передбачається, що сума кредитів не має перевищувати 10-15 млн грн;
- компенсацію відсотків за кредитами, залученими під купівлю земель с/г призначення. Напрямок буде розповсюджуватися на сільгоспвиробників різних форм

господарювання. Сума компенсації відсотків не буде перевищувати 5 млн грн на рік [2].

Для багатьох країн світу, зважаючи на обмеженість їх власних ресурсів, однією з найважливіших складових частин економічної безпеки є сировинно-ресурсна безпека.

Важливою складовою успішного функціонування аграрного сектора визначається наявністю в ній грошового та матеріального капіталу, призначеного для інвестування в сферу створення аграрної продукції, а також рівнем залежності аграрного сектора від внутрішніх та зовнішніх джерел капіталу.

Безпосередній зв'язок з інвестиційною безпекою аграрного сектора має зовнішньоекономічна складова його розвитку. Як зазначає Махмудов О.Г. [6, с. 15] заходи щодо забезпечення зовнішньоекономічної безпеки аграрного сектора України мають ґрунтуватися на таких принципах: дотримання загальноєвропейських норм міжнародного права; безумовний захист економічних інтересів, своєчасність та адекватність дій щодо нейтралізації загроз цим інтересам; узгодженість економічних інтересів суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності в АПК з економічними інтересами держави; рівноправність відносин між суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності; поміркованість у наданні національній економіці відкритого характеру, послідовна диференціація зовнішньоекономічних зв'язків; подолання сировинного перекошу в структурі експорту, нормалізація сальдо торгового та платіжного балансу на рівні АПК; залучення іноземного капіталу; раціоналізація коопераційних зв'язків і приєднання до глобальних технологічних ланцюгів.

З урахуванням європейського вектору сталого розвитку аграрного сектору України для ефективної інвестиційної стратегії необхідно перш за все визначати реальні джерела та напрями фінансування, структуру інвестицій, розробляти раціональні та ефективні заходи по виконанню загальнодержавних, регіональних і місцевих соціально-економічних та інноваційних програм, відтворювальних процесів на макро- і мікрорівнях. Вирішення зазначеної проблеми сприятиме впровадженням інновацій, оновленню асортименту продукції та виробничих фондів аграрних підприємств.

Література: 1. Україна-2020: глобальні виклики, європейський вектор та розумна аграрна політика // AgroPortal. URL: <https://agroportal.ua/ua/views/blogs/ukraina2020-globalnye-vyzovy-evropeiskii-vektor-i-razumnaya-agrarnaya-politika/> (дата звернення 20.05.2020). 2. Державна підтримка АПК-2020: програма зі здешевлення кредитування працюватиме за трьома напрямками // сайт Міністерство розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України. URL: <https://www.me.gov.ua/News/Detail?lang=uk-UA&id=409b0030-c4de-490f-8fb9-40ccdea42010&title=DerzhavnaPidtrimkaApk2020-ProgramaZiZdeshevlenniaKredituvanniaPratsiuvatimeZaTromaNapriamami> (дата звернення 20.05.2020). 3. Махмудов А.Г. Инвестиционная политика и управление. Донецк: Донбасс, 2000. С. 592

## **ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК НА ЗАСАДАХ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ**

Канд. екон. наук, доц. Максименко Я. А., канд. екон. наук Дяченко Т. А.  
*Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»*

Економічний прогрес досягається дією багатьох факторів: наявністю природних ресурсів, кваліфікованої робочої сили, розробкою і впровадженням новітніх технологій. Але саме люди з їх знаннями, вміннями, навичками здатні досягти високих результатів і забезпечити економічний розвиток країни. Кожна країна світу, що прагне досягти світового лідерства, розвиває економіку, засновану на знаннях, що передбачає високий рівень освіти, науки, якості життя та людського капіталу. Так, розвинуті країни зробили акцент на високий рівень освіти та якісний крок у розвитку людського капіталу, задля

чого й здійснюють активне стимулювання збільшення кількості студентів.

На жаль, в Україні спостерігається зниження кількості навчальних закладів вищої та професійної (професійно-технічної) освіти і кількості осіб, що в них навчалися (табл. 1, 2).

Таблиця 1 – Кількість закладів вищої та професійної (професійно-технічної) освіти, одиниць

	2013/14	2014/15	2015/16	2016/17	2017/18	2018/19	2019/20
коледжі, технікуми, училища	478	378	371	370	372	370	338
університети, академії, інститути	325	277	288	287	289	282	281
заклади професійної (професійно-технічної) освіти	968	814	798	787	756	736	723

За даними Державної служби статистики України відбулось зменшення кількості коледжів, технікумів, училищ з 478 одиниць в 2013/2014 рр. до 338 в 2019/2020 рр.; університетів, академій, інститутів – з 325 одиниць в 2013/2014 рр. до 281 в 2019/2020 рр.; причому за період 2015-2018 рр. їх кількість істотно не змінювалась. Натомість кількість закладів професійної (професійно-технічної) освіти знижувалась постійно з 968 одиниць в 2013/2014 рр. до 723 в 2019/2020 рр. [1,4].

Таблиця 2 – Кількість осіб, які навчалися у закладах освіти (на початок навчального року; тис.)

	2013/14	2014/15	2015/16	2016/17	2017/18	2018/19	2019/20
коледжах, технікумах, училищах	329	251	230	217	209	200	174
університетах, академіях, інститутах	1724	1438	1375	1369	1330	1322	1266
У закладах професійної (професійно-технічної) освіти	391	316	304	286	269	255	246

Кількість осіб, які навчалися у закладах освіти невпинно зменшується. Кількість осіб, які навчалися у коледжах, технікумах, училищах зменшилась з 329 осіб у 2013/14 рр. до 174 осіб у 2019/2020 рр.; університетах, академіях, інститутах – з 1724 в 2013/2014 рр. до 1266 осіб в 2019/2020 рр.; у закладах професійної (професійно-технічної) освіти – з 391 в 2013/2014 рр. до 246 осіб в 2019/2020 рр. [1,4].

Крім того, існує проблема невідповідності оплати праці фахівців їхній кваліфікації, відсутності належних умов та стимулів для реалізації творчого потенціалу працівників.

Також важливо враховувати вплив загальносвітової тенденції глобалізації, що приводить до посилення інтенсифікації взаємодії між країнами у всіх сферах, в тому числі і обміні людськими ресурсами. Можливість навчання у кращих університетах світу, проходження стажування, можливість отримання більш високої заробітної плати, постійне підвищення кваліфікації – фактори, що призводять до відтоку висококваліфікованих кадрів. Міграція не тільки кваліфікованих фахівців, а і студентів є реаліями сьогодення, причому цей процес набуває поширення.

Посилення інтеграційних процесів, і насамперед упровадження безвізового режиму між Україною та ЄС, активізують міграційні процеси. Серед країн-реципієнтів робочої сили, насамперед, слід виділити Польщу, обсяги міграції до якої суттєво зросли. Розширення міграційних можливостей для громадян України призводить до відтоку робочої сили до країн – членів ЄС, що посилює проблему «відтоку мізків», зменшення загальної кількості робочої сили, що чинить негативний вплив на трудовий потенціал, обсяг виробництва та національного доходу, податкових надходжень до держбюджету [2].

Отже, вирішення проблем працевлаштування за отриманою спеціальністю, зростання матеріального благополуччя, створення умов для реалізації власного потенціалу – заходи, що перешкоджатимуть міграції українських фахівців.

Подальший розвиток національної економіки повинен відбуватись на принципах розвитку людського капіталу, тобто через формування середовища, що сприятиме добуванню, розвитку знань, умінь та навичок людини, з метою їх застосування для отримання майбутніх доходів та результатів [3].

Людина має займати центральне місце в діяльності держави. Для цього необхідно достатнє інвестування у потенціал людини, забезпечення якісної освіти, культурного розвитку, охорони здоров'я, розвитку галузей соціальної інфраструктури, збільшення рівня доходів, забезпечення населення робочими місцями, соціальною допомогою. Також важливо надання можливості підвищення кваліфікації, а за необхідності і перекваліфікації та забезпечення соціального захисту.

Література: 1. Демографічна та соціальна статистика / Освіта [Електронний ресурс] / Офіційний сайт державної служби статистики України. – Режим доступу: [http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu\\_u/osv.htm](http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu_u/osv.htm). 2. Дяченко Т. А. Безвізовий режим з ЄС: виклики та перспективи для національної економіки / Т. А. Дяченко // Бізнес Інформ. – 2019. – № 11. – С. 8-13. 3. Максименко Я. А. Зовнішня міграція в Україні: сприяння розвитку чи бар'єр? / Я. А. Максименко, А. О. Талалаєва // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2012. – № 5, т. 2. – С. 240-244. 4. Статистичний щорічник України за 2018 рік [Електронний ресурс] / Державна служби статистики України. – 2019. – Режим доступу: [http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat\\_u/2019/zb/11/zb\\_yearbook\\_2018.pdf](http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2019/zb/11/zb_yearbook_2018.pdf).

## **ТЕНДЕНЦІ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СТРАХОВИХ КОМПАНІЙ В УКРАЇНІ**

Здобувач вищої освіти Малюк В.П.,  
науковий керівник: канд. екон. наук Іщук Л.І.  
*Луцький національний технічний університет*

Інвестиційна діяльність страхової компанії – це цілеспрямоване розміщення страхових резервів, резервів попереджувальних заходів, власного капіталу страхових організацій на певний строк у формах, які здатні приносити дохід з метою отримання доходу або досягнення іншого корисного ефекту для виконання страхових зобов'язань перед клієнтами, а також інших зобов'язань перед кредиторами та власниками страховика [1].

Оптимально організована інвестиційна діяльність підвищує якість послуг, наданих страховою компанією, а також визначає положення страховика на ринку страхових послуг. За рахунок інвестування фондів страхових компаній відбувається зростання власних коштів, що дає змогу знизити обсяг залучення зовнішніх джерел фінансування. Крім цього вкрай важливим фактором є те, що інвестування сприяє розвитку бізнесу і дає можливість власникам самостійно керувати ним [5].

До загальноприйнятих об'єктів інвестування для страхової компанії відносяться: банківські депозити, нерухомість, акції та облігації, іпотечні сертифікати, банківські метали, прямі інвестиції [4].

Держава втручається в інвестиційну діяльність тільки через те, що кошти, які інвестує страховик є його тимчасовою власністю і він повинен розпоряджатися ними і вкладати дуже обачно. Розглянемо зміну активів страховиків за 2018-2019 роки у таблиці 1[6].

Таблиця 1 - Склад і структура активів, дозволених для представлення коштів страхових резервів у 2018-2019 рр.

Показники	Активи страховиків			
	Млн.грн		%	
	2018	2019	2018	2019
Банківські вклади (депозити)	14101,8	15884,0	34,7	35,6
Банківські вклади (депозити) в іноземній валюті	1526,2	1367,5	3,8	3,1
Цінні папери, що емітуються державою	7895,9	9643,4	19,4	21,6
Права вимоги до перестраховиків	5418,1	5326,2	13,3	11,9
Акції	5077,3	3734,7	12,5	8,4
Грошові кошти на поточних рахунках	2968,5	3167,6	7,3	7,1
Інвестиції в економіку України за напрямками, визначеними Кабінетом Міністрів України	1131,8	1687,9	2,8	3,8

Причина низького рівня інвестиційної діяльності страховиків України полягає в неналежній оцінці потенціалу страхових компаній як з боку держави так і потенційних інвесторів, які можуть вкладати засоби у розвиток страхових компаній. Діючи на сьогодні закони щодо правил та обмежень інвестування страхових резервів та ряд інших причин поки що не дозволяють страховим компаніям ефективно управляти тимчасово вільними коштами.

Науковці вважають, що на сьогодні в Україні ще не досить добре розвинутий фондовий ринок, існують труднощі з випуском цінних паперів для інвестування коштів страхових компаній в економіку країни. Тому основні напрями підвищення ролі страхових компаній необхідно розглядати в поєднанні із ефективним розвитком страхового та фінансового ринку [2].

Стримують розвиток інвестиційної діяльності страхових компаній такі проблеми: низька привабливість набору інвестиційних інструментів та обмеженість їх вибору, недосконалість чинного законодавства, нерозвиненість фондового ринку, ринку нерухомості, нестабільність банківської сфери, занепад промисловості, відсутність інвестиційної стратегії та досвідченого персоналу в страхових компаніях, низька капіталізація страхового ринку.

Вищеперераховані проблеми зумовлені незначним періодом існування вітчизняних страхових організацій порівняно з досвідом страховиків розвинених країн, тому на сучасному етапі розвитку страхового ринку доречно провести велику роботу з подолання наявних проблем і створити сприятливі умови інвестиційної діяльності страхових компаній. Це дасть змогу стабілізувати промисловість, створити протидію банківським установам та забезпечити державу дефіцитними довгостроковими інвестиціями [3].

Література: 1. Залетов О. Державне регулювання інвестиційної діяльності страхових компаній в Україні. [Електронний ресурс] / О. Залетов // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка, – Київ, 2016. Режим доступу: [https://ir.kneu.edu.ua/bitstream/handle/2010/27159/Zaletov\\_180\\_2016.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://ir.kneu.edu.ua/bitstream/handle/2010/27159/Zaletov_180_2016.pdf?sequence=1&isAllowed=y). 2. Мілошевич Н.В. Інвестиційна діяльність страхових компаній в Україні : підручник [Електронний ресурс] / Н.В. Мілошевич. – Ужгород, 2018.- Режим доступу: [http://economyandsociety.in.ua/journal/16\\_ukr/115.pdf](http://economyandsociety.in.ua/journal/16_ukr/115.pdf). 3. Носенко М. С. Сучасний стан, проблеми і перспективи розвитку інвестиційної діяльності страхових компаній в Україні [Електронний ресурс] / М.С. Носенко, С.І. Півторак. Полтава, 2012. Режим доступу: [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/are\\_2012\\_1\\_29.pdf](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/are_2012_1_29.pdf). 4. Лібих К. О. Інвестиційна діяльність страхових компаній України: проблеми та перспективи [Електронний ресурс] / К.О. Лібих // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка, – Київ, 2016. - Режим доступу: <https://cyberleninka.ru/article/n/investitsiy-na-diyalnist-strahovih-kompaniy-v-ukrayini-problemi-ta-perspektivi/viewer>. 5. Рекуренко І.І. Особливості інвестиційної діяльності страхових компаній [Електронний ресурс] / І.І. Рекуренко, С.В. Чорна // Економіка і суспільство. – №8. – 2017. – С. 666-672. - Режим доступу: [https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstreamdownload/123456789/54231/3/Rekunenko\\_Chorna.pdf](https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstreamdownload/123456789/54231/3/Rekunenko_Chorna.pdf). 6. Підсумки діяльності страхових компаній за 2019 рік [Електронний ресурс] // Українська федерація убезпечення. – Київ. – 2010-2020. Режим доступу: [https://www.nfp.gov.ua/files/OgliadRinkiv/SK/sk\\_2019.pdf](https://www.nfp.gov.ua/files/OgliadRinkiv/SK/sk_2019.pdf).

## **СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ ВНУТРІШНЬОГО РИНКУ ТОВАРІВ**

Канд. екон. наук, доц. Мардус Н.Ю.

*Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»*

Визначення напрямів стратегічного забезпечення розвитку внутрішнього ринку товарів полягає у подальшому формуванні перспективних векторів забезпечення розвитку внутрішнього ринку товарів тощо. Важливим етапом при цьому є формування місії стратегічного забезпечення розвитку внутрішнього ринку товарів, проте рекомендовано перед цим з'ясувати перешкоди та небезпеки, для чого виконуються два кроки стратегічного планування: зовнішній та внутрішній аналіз.

Стратегічні цілі забезпечення розвитку внутрішнього ринку товарів повинні бути спрямовані на повне використання можливостей та сильних сторін. Водночас, необхідно чітко усвідомлювати слабкі сторони розвитку внутрішнього ринку. Їх

усунення або максимальна нейтралізація має важливе значення для подальшого розвитку внутрішнього ринку товарів [1].

Важливо також розглядати можливі загрози та бути готовими діяти у разі їх настання. Крім того, слід зазначити, що цей аналіз має враховувати динамічні зміни. Тому у концепції стратегічного забезпечення внутрішнього ринку товарів доцільно також дослідити інформацію про стан внутрішнього ринку в минулому (для більш точного результату пропонується період понад 10 років) (рис. 1) [2].

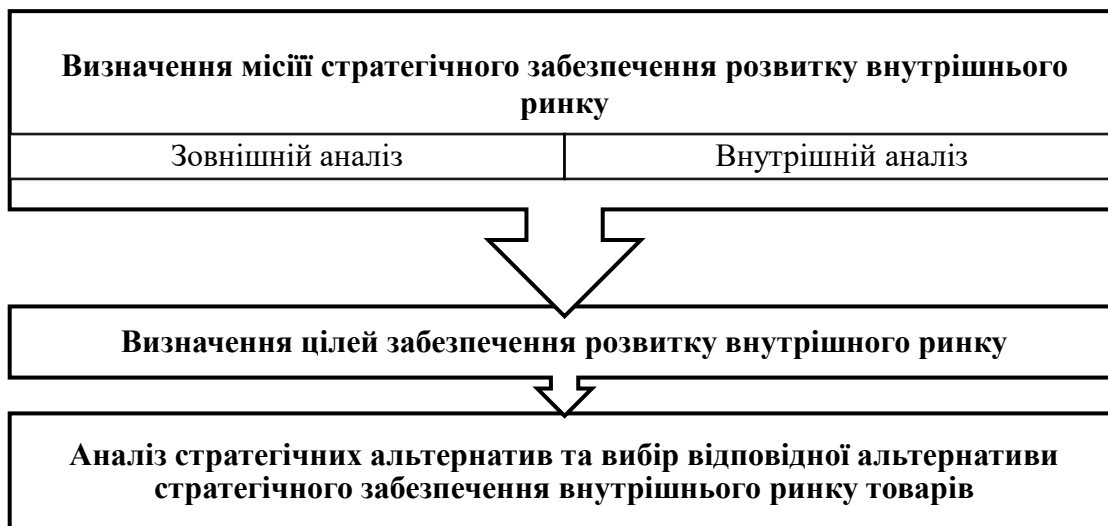


Рисунок 1 – Етапи стратегічного планування

Перш ніж встановлювати довгостроковий напрямок стратегічного розвитку, необхідно чітко усвідомлювати перспективні вектори забезпечення розвитку внутрішнього ринку товарів, що і повинно бути визначено у місії стратегічного забезпечення розвитку внутрішнього ринку товарів.

Визначення місії дасть змогу сформулювати стратегічну концепцію щодо забезпечення розвитку внутрішнього ринку товарів у майбутньому. Стратегічна концепція повинна стисло передати стратегічний напрямок забезпечення розвитку внутрішнього ринку товарів і розуміння того, який якісний результат буде отриманий і за який термін.

Після визначення місії та концепції стратегічного забезпечення розвитку внутрішнього ринку товарів, важливо визначити цінності, які вестимуть підприємство до його власного бачення. Цінності – це характерні особливості, стандартні норми прийнятної поведінки та принципи, яких повинні дотримуватися.

Заслуговує уваги при розробці стратегічних планів [3]. Згідно яким визначено місія, цінності та стратегічна концепція. Так, місія, цінності та стратегічна концепція мають бути чітко сформульовані. Стратегія забезпечення внутрішнього ринку товарів повинна ґрунтуватися як на внутрішніх ресурсах внутрішнього ринку товарів, так і на зовнішніх, а саме відкритість національного ринку для інших країн (внутрішня і зовнішня комунікаційна стратегія забезпечення внутрішнього ринку товарів).

Формулювання концепції стратегічного забезпечення розвитку внутрішнього ринку дозволяє визначити його стратегічні напрямки, тобто напрямки розвитку, які приведуть до реалізації стратегічної концепції.

Стратегічні напрямки включають у себе стратегічні цілі, тобто зобов'язання з визначеним граничним строком їх виконання, а також вимірювані показники оцінки прогресу та результату.

Стратегічні цілі – це пріоритети, на досягненні яких доцільно працювати у довгостроковій перспективі (наприклад, протягом 5-10 років). Стратегічні цілі

рекомендовано щороку переглядати, з метою їх уточнення та актуалізації, враховуючи зміни внутрішніх або зовнішніх чинників.

Стратегічні цілі повинні відповідати концепції стратегічного забезпечення розвитку внутрішнього ринку товарів, цінностям та стратегічним напрямкам, які визначені з урахуванням сильних та слабких сторін внутрішнього ринку товарів, його можливостей та потенційних загроз.

Стратегічні цілі покликані заохочувати до розширення та удосконалення, відповідно, вони повинні бути амбітними. Доцільно впроваджувати стратегічно планування і прогнозування.

Базуючись на даних моніторингу та оцінці зібраної інформації за результатами контролю виконання стратегічного плану забезпечення розвитку внутрішнього ринку товарів доцільно проводити оцінку виконання задач на базі індикаторів результативності.

Результати даних моніторингу дають змогу означити коло проблем, завдяки яким визначаються перешкоди у реалізації стратегії. У таких випадках доцільно оцінити розміри і щодо реалізації стратегії та можливості її удосконалення. При цьому за результатами моніторингу досліджується зміни внутрішніх факторів і зміни впливу зовнішніх. Якщо внутрішні фактори можливо покращити за рахунок внутрішніх резервів, то вплив зовнішніх факторів, може призвести до зміни напряму розвитку забезпечення внутрішнього ринку товарів, що потребує відповідної корекції стратегічних сценаріїв, тактичних планів тощо. При цьому важливим елементом моніторингу становиться рівень ризиків, що передбачає розробку заходів щодо управління ними.

Література: 1. Andersen H. V., Lawrie G, Shulver M. The Balanced Scorecard vs. the EFQM Business Excellence Model - which is the better management tool? : Working Paper. – Berkshire, UK: 2G Active Management, 2000. 2. Методологія забезпечення розвитку внутрішнього ринку товарів за умов відкритості національної економіки [Текст] : монографія / Н. Ю. Мардус ; ДВНЗ "Придніпр. держ. акад. буд-ва та архітектури". - Дніпро : Гельветика, 2018. – 375. 3. Методичні рекомендації щодо складання стратегічних планів підприємствами державного сектору [Електронний ресурс] – Режим доступу: [www.me.gov.ua/Documents/Download?id=3e1db9ca...](http://www.me.gov.ua/Documents/Download?id=3e1db9ca...)

## **ВПЛИВ ПАНДЕМІЇ НА ПЛАТОСПРОМОЖНІСТЬ БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ**

Здобувач вищої освіти Линьова В.Д., канд. екон. наук, доц. Марченко О. В.  
*Харківський національний університет будівництва та архітектури*

Впродовж останніх десятиріч почастишали масові інфекційні хвороби (пандемії), які почали все більш відчутно впливати на здоров'я людей, суспільний розвиток, економіку країн і регіонів світу. Так, у 2008-2009 більшість країн світу було охоплено свинячим грипом, який переріс у пандемію. У 2014-2015 роках Західну Африку, США, Європу охопила пандемія Ебола. Початок 2020 року сумно ознаменувався швидким і найбільш масовим поширенням територією практично всього світового співтовариства пандемії коронавірусу [1].

Екстраполюючи явища 2008-2009 і 2014-2015 років на нинішню ситуацію з пандемією коронавірусу, можна зробити прогностичне судження, що спад світової економіки в 2020 році буде більш глибоким у порівнянні із згаданими попередніми кризами [1]. Так як фінансовий сектор є однією з найважливіших складових економіки країни, очевидно, що банки не залишаться в стороні. Тому на сьогоднішній день актуально дослідити вплив пандемії на банківську систему, а саме що очікує її платоспроможність у найближчому майбутньому.



В економічній літературі платоспроможність означає спроможність банку виконати законні вимоги кредиторів й характеризується рівнем забезпеченості фінансових зобов'язань банку власним капіталом [2].

За даними НБУ, банківська система на сьогодні працює в звичайному режимі й має достатній запас ліквідності, щоб обслуговувати клієнтів і виконувати всі необхідні операції.

Якщо розглянути фактори зовнішнього впливу на фінансову стійкість, а отже і на платоспроможність, банківської установи, то їх можливо поділити на такі групи [3]:

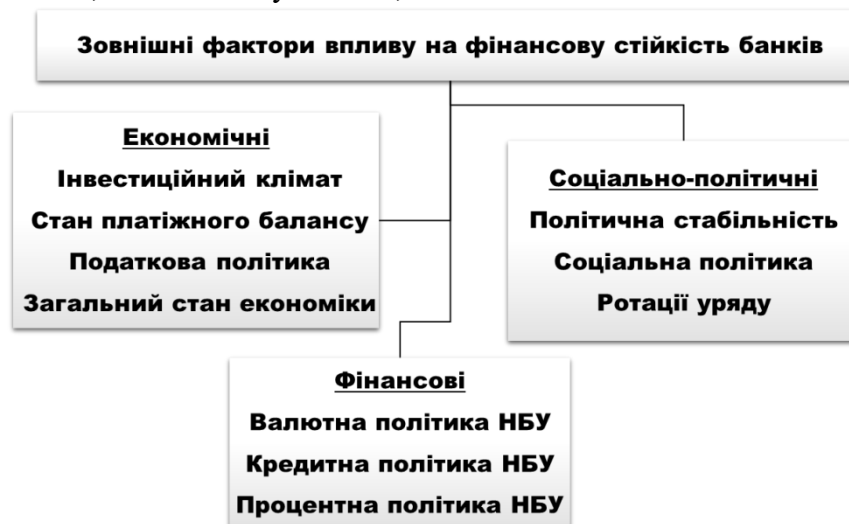


Рисунок 1 - Зовнішні фактори впливу на фінансову стійкість банків

З огляду на перелічені фактори, важливим буде зазначити, що, оскільки основним інструментом монетарної політики є облікова ставка НБУ, то її зниження до 8% має сприяти підтримці вітчизняної економіки в умовах карантинних заходів.

З метою попередження та мінімізації потенційного негативного впливу на фінансову систему України запроваджених у зв'язку з COVID-19 обмежень, НБУ поступово реалізовує наступні заходи [4]:

- збереження присутності на валютному ринку;
- підтримка ліквідності банків через стандартні інструменти рефінансування;
- відтермінування впровадження буферів капіталу, зокрема буфера консервації капіталу та буфера системної важливості. Водночас банки мають виконувати мінімальні вимоги достатності основного та регулятивного капіталу;
- відтермінування виїзних перевірок банків та інших фінансових установ на період надзвичайних заходів;
- здійснення постійного моніторингу тенденцій розвитку фінансового сектору, зокрема показників ліквідності та якості кредитного портфеля банків;
- відтермінування стрес-тестування банків;
- зниження норми обов'язкового резервування за залученими коштами в іноземній валюті;
- тимчасове зниження мінімального рівня LCR (коефіцієнту покриття ліквідністю);
- оголошення позачергових тендерів з підтримки ліквідності;
- розширення критеріїв прийнятності застави за кредитами екстреної підтримки ліквідності.

Як і весь бізнес, банки досить суттєво відчувають наслідки карантину. За цих умов зменшення негативного впливу на банківську систему можливе лише за умови запровадження комплексних заходів. Серед них основними є розширення можливостей залучення банками рефінансування (зокрема, під заставу ОВДП), пом'якшення вимог

до нормативів Н2 (норматив достатності регулятивного капіталу) та Н3 (норматив достатності основного капіталу), відтермінування стрес-тестування, а також лібералізація підходів щодо подання банківської звітності. Доцільною також можна вважати пропозицію НБУ щодо тимчасового утримання від розподілу прибутків через виплату дивідендів, що, в свою чергу, сприятиме підвищенню запасу міцності. В свою чергу, ключовими завданнями банків є збереження інвестиційного потенціалу, підтримка клієнтів, а також забезпечити безперебійний сервіс банківських операцій.

Література: 1. Світовий центр даних з геоінформатики та сталого розвитку України [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://wdc.org.ua/uk/covid19> 2. Міщенко В.І. Банківські операції: Підручник /В.І. Міщенко, Н.Г. Слав 'янська, О.Г. Коренева. — 2-е вид., переробл. і доп. — К. : Знання, 2007. - С. 84 - 85. 3. Гарбар Є. С. Фактори впливу на фінансову стійкість банку в умовах нестабільного економічного середовища / Є. С. Гарбар // Науковий вісник Ужгородського університету. Серія : Економіка. - 2015. - Вип. 1(1). - С. 184-187. 4. Офіційний сайт Національного банку України [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.bank.gov.ua/control/uk/index>

## СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІПОТЕЧНОГО КРЕДИТУВАННЯ

Канд. екон. наук, доц. Машошина Т.В., здобувач вищої освіти Стрельченко Ю.Л.  
*Український державний університет залізничного транспорту*

Ефективний розвиток суспільства здійснюється за допомогою, перш за все, банківської інфраструктури, а це неможливо без нормального функціонування споживчих та іпотечних кредитів, як одних з її головних складових. В основі організації іпотечного кредитування лежать принципи кредитування – правила поведінки банку і позичальника в процесі здійснення кредитних операцій.

Іпотека та іпотечне кредитування займають особливе місце у національній економіці багатьох країн. Проведений аналіз міжнародного досвіду банківського житлового іпотечного кредитування свідчить про те, що Україна все ще відстає від розвинених країн. Головну роль в цьому відіграють низькі процентні ставки, які пропонують банки. У розвинених країнах відношення іпотечних кредитів до ВВП значно вища, так наприклад від 21% (Франція) до 65% (Нідерланди).

Незважаючи на значний обсяг переваг системи іпотечного кредитування як в Україні так і в усьому світі, існує багато стримуючих факторів, які заважають стрімкому розвитку іпотечного кредитування в нашій країні. Переважна кількість банків на українському ринку не має ресурсів, терміновість яких дозволяє здійснювати масштабне іпотечне кредитування. Однією з найбільших проблем є те, що в Україні річна відсоткова ставка варіюється у діапазоні 4,85 - 43,0%, на суму від 10 тис грн до 1,4 млн грн терміном до 10 років (120 міс.).

Обмежений платоспроможний попит населення стримує розвиток іпотечного кредитування. Не менш важливими є й психологічні фактори, головним із яких є менталітет значної частини населення, що полягає у небажанні жити в борг. Також значну роль відіграє недовіра населення до банків.

Іпотечне житлове кредитування молоді підвищить рівень доступності житлової нерухомості для різних верств населення, допоможе молодим родинам не лише поліпшити житлові умови, але й вирішить низку соціально-демографічних проблем держави. Але згідно з середньої вартості 1 кв метра, житлова нерухомість для молоді є недоступною, оскільки вартість квадратного метра – близько 18 600 грн по країні, коли мінімальна заробітна плата станом на 01.05.2020 року становить 4723 грн.

Розвиток іпотечного кредитування надає достатньо великий мультиплікативний ефект економіці. Цей ефект, який створюється іпотекою, можна пояснити тим, що, будівництво має високий коефіцієнт взаємозв'язку з іншими сферами економіки, що

обумовлює підвищення попиту в цілому ряді галузей. Також придбання житла впливає на збільшення попиту на супутні товари (меблі, побутову техніку тощо), тобто відбувається зростання граничної здатності до споживання. Житловий та житлово-будівельний комплекси мають значні резерви для швидкого відродження та сталого зростання.

Все вищенаведене говорить про пріоритетність завдань в державній політиці та гостру необхідність створення адекватного особливостям і завданням ринку іпотеки механізму його регулювання.

Література: 1 Губа, М. О Сучасний стан іпотечного кредитування в Україні / М.О.Губа // Розвиток іпотеки / Центр учбової літератури – 2018 – С. 4-7 2 Гарбузова, В. С. Сучасний стан та особливості розвитку іпотечного кредитування в Україні / В.С. Гарбузова // Економіка і суспільство. / Перспектив інтеграції інноваційного розвитку – 2017. – №10. – С. 69–74 3 Жежерун, Ю. В. Сучасний стан ринку іпотечного кредитування в Україні / Ю.В. Жежерун // Економіка і менеджмент . Перспективи інтеграції та інноваційного розвитку. – 2017. – №11. – С. 41– 43

## **BITRIX24: ОСОБЛИВОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ І АДМІНІСТРУВАННЯ СИСТЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЗАСТОСУВАННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ.**

Канд. екон. наук, фінансовий аналітик Мельникова Н.В.  
*ТОВ «АСТІЛМ»*

У сучасних умовах операційна система Bitrix 24 набуває все більшої актуальності у зв'язку зі зростанням вимог до інформаційного забезпечення роботи підприємства, консультаційної та технічної підтримки працівників підприємств та удосконаленням організації роботи в цілому всього підприємства.

На сьогоднішній день відсутній загальноприйнятий підхід до класифікації тлумачення системи Bitrix 24 та майже не освітлені: мета, завдання, функцій та принципи системи Bitrix 24. Система Bitrix 24 розроблена 12 квітня 2012 року у м.Калініград (Російська Федерація) компанією ТОВ «1С-Бітрікс», а почала працювати 2 жовтня 2013 року. Станом на 3 квітня 2020 року система «Бітрікс24» досягла 7 мільйонів зареєстрованих компаній в світі [1-4].

Отже, Bitrix 24— це хмарний сервіс, набір інструментів для організації роботи компанії. Станом на 10 квітня 2020 року Bitrix 24 працює у 19 доменних зонах та підтримує 18 мов інтерфейсу. За даними дослідження GfK Україна (березень 2018 року) Bitrix 24 є CRM №1 на українському ринку [1-4]. Має коробкову та хмарну версії. Коробкові редакції розрізняються кількістю користувачів. Хмарні тарифні плани розрізняються функціональністю та мають безкоштовну версію. Також для всіх користувачів доступні десктопний (Windows, MacOS) та мобільний (Android, iOS) застосунки. Хмарний Бітрікс24 розповсюджується за бізнес-моделлю freemium.

Сама компанія «Bitrix 24» не займається впровадженням власних продуктів, а розвиває партнерську мережу (понад 1800 компаній на 10.04.2020). Саме партнери Bitrix 24 консультують, впроваджують та навчають користувачів програмному продукту.

Bitrix 24 — це набір із п'яти основних інструментів: Офіс (єдиний простір для спілкування всієї компанії), Завдання та проекти (інструменти спільної роботи), CRM, контакт-центр (інтеграція з поштою, телефонією, соціальними мережами та месенджерами), сайти та інтернет-магазини (конструктор сайтів). Консультаційна та технічна підтримка користувачів здійснюється в онлайн-чаті.

Bitrix 24 допомагає продавати більше: бере під контроль всі канали комунікацій з клієнтами, підказує, що робити і автоматизує продажі.

Можливості застосування операційної системи Bitrix 24 на підприємстві:

1. Всі дзвінки, листи, чати з клієнтами на сайті та в соцмережах зберігаються в CRM.
2. CRM сама веде клієнта по воронці: від холодного контакту до успішної операції.
3. Роботи відправляють клієнтам листи, sms, голосові повідомлення, показують рекламу, ставлять завдання менеджерам і автоматизують продажі.
4. CRM-маркетинг допомагає посилити первинні та повторні продажі.
5. Допомагає скласти план продажів та звіти, розподілити план між співробітниками, стежити за навантаженням на менеджерів і аналізувати продажі.
6. Дозволяє зберігати та друкувати ділові документи у CRM за шаблонами: акти, договори, рахунки, довіреності, товарні накладні, тощо. А також дозволяє надсилати їх по email, в чаті або в посиланнях в sms.

Отже, впровадження операційної системи Bitrix 24 на вітчизняних промислових підприємствах дуже актуально для умов України, оскільки саме ця система дозволяє налагодити в компанії злагоджену та ефективну роботу, автоматизувати введення фінансово-економічних даних, формування фінансових звітів, звітів продаж, тощо. Тому, розглядаючи сутність системи Bitrix 24 на мікрорівні, слід зазначити, що вона пов'язана з ефективним управлінням бізнес-процесів на підприємстві за допомогою налагодженого ділового спілкування між працівниками, автоматизованого управлінського, фінансового обліку, що в результаті надає змогу зменшити час при складанні звітності та збільшити інформативність отриманих фінансово-економічних даних підприємства.

Література: 1. Сьомкіна Т.В., Литвинова О.В., Лобань О.О. Особливості моделей функціонування ІТ-компаній в Україні // Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія : Міжнародні економічні відносини та світове господарство. - 2018. - Вип. 19(3). - С. 84–87. 2. Ганущак-Єфіменко Л.М. CRM-система як ефективний інструмент розвитку готельного бізнесу в Україні // Вісник Київського національного університету технологій та дизайну. Серія : Економічні науки. - 2017. - № 4. - С. 51–56. 3. Офіційний сайт Bitrix 24. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.bitrix24.ua>. 4. Юрчук Н.П. CRM-Системи: особливості функціонування та аналіз українського ринку // Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. - 2019. - Випуск 23, частина 2. - С.141-147.

## **ПРІОРИТЕТНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ РЕГІОНУ**

Канд. екон. наук, доц. Мельниченко Г. М.  
*Науково-дослідний інститут ДП «Каталіз і екологія», Інститут фізичної хімії  
ім. Л.В. Писаржевського Національної академії наук України*

Системоутворюючим фактором стратегії управління інноваційним розвитком в регіоні є інноваційна стратегія, яка розраховується на довгострокову перспективу. Відсутність такої стратегії призводить до того, що органи управління не мають надійного механізму, який дозволяє оцінити прийняті рішення з урахуванням перспектив розвитку регіону, забезпечити його комплексний розвиток, організацію взаємодії всіх його підсистем, ефективне використання інноваційного потенціалу. Відсутність інноваційної стратегії веде до роз'єднаності дії різних органів влади, виникненню адміністративних бар'єрів, непрозорості управлінських процедур і, як наслідок, до зниження рівня інноваційної та інвестиційної привабливості регіону. Більшість областей держави відносяться до групи інноваційно-орієнтованих регіонів. В 90-х роках були прийняті перші в регіонах інноваційні програми розвитку, які визначають

цілі, пріоритети та інструменти розвитку. Вони орієнтовані, на перехід регіональної економіки від сировинної спрямованості, до розвитку на основі наукомістких галузей, знань і інновацій та спираються на високий науковий, інноваційний потенціал відповідного регіону. Стан економіки регіонів, за цілою низкою параметрів характеризуються, як готові до переходу на якісно новий тип розвитку. Саме в такій ситуації, ціна помилки на будь-якому з стратегічно важливих напрямів діяльності надзвичайно велика.

Конкурентну перевагу регіонів, забезпечить наявність багатопрофільного науково-освітнього комплексу, який здатний забезпечити розробку і впровадження сучасних технологій світового рівня на існуючих і нових підприємствах. Вищі навчальні заклади регіону готують фахівців за всіма необхідними спеціальностями для ведення високотехнологічного бізнесу. З точки зору технологічного потенціалу регіону найбільш перспективними галузями є: інформаційні технології; біомедицина; хімічні технології; нові матеріали і покриття. Побудова інноваційної стратегії (ІС) повинна розроблятися на прикладах європейських методологій регіональних інноваційних стратегій, та адаптуватися до особливостей характеру областей. Важливою особливістю стратегії є те, що вона орієнтована на активну участь в її реалізації бізнесу і націлена на розвиток попиту на інновації з боку підприємств регіону. Інноваційна стратегія регіону, що розроблена відповідно до європейських стандартів, має дозволити більш ефективно працювати з економічними і фінансовими партнерами, в тому числі міжнародним та створити сприятливі передумови для розширення її взаємодії з органами влади та іншими регіонами. Генеральна мета, закладена в інноваційній стратегії, - сталий економічний розвиток області на основі використання її науково-технологічного потенціалу. Стратегія направлена на створення умов для активного використання інновацій в самих різних сферах, включаючи технології, менеджмент, маркетинг, фінанси та ін. Це забезпечить підвищення конкурентоспроможності регіональних компаній, розширення можливостей розвитку бізнесу в регіоні.

В якості основних цілей інноваційної стратегії визначено наступне:

- забезпечення значного зростання валового регіонального продукту;
- прагнення стати одним з найбільш інвестиційно-привабливих регіонів держави, який базується на ефективній стратегії створення та використанні знань.

Інноваційна стратегія регіону повинна вміщувати 5 пріоритетних напрямів: 1. Стимулювання існуючих регіональних компаній до використання інновацій; 2. Стимулювання створення малих інноваційних підприємств; 3. Залучення зовнішніх інвестицій; 4. Створення ефективної інфраструктури для підтримки інновацій; 5. Підвищення рівня інноваційної культури в регіоні.

Перші три пріоритети визначають цільові групи впливу інноваційної стратегії, четвертий і п'ятий пріоритети направлені на створення основи для реалізації інноваційної стратегії. В умовах високого рівня невизначеності середовища та очікуваних результатів, необхідний новий методологічний підхід до процесу формування регіональних інноваційних стратегій, який передбачає розробку інноваційної стратегії області на основі концепції довгострокового інноваційного розвитку (на період до 25 років).

Література: 1. Долженко І.І. Основи формування стратегії стійкого розвитку регіонів України в умовах євроінтеграції. / Долженко І.І. // Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України: зб. наук. праць. - Вип. 200. - Ч. I. - Київ, 2014. - С. 84-92. 2. Карпенко А.В. Стратегічне планування як інструмент інноваційного розвитку регіону. / Карпенко А.В. // Економіка. Фінанси. Право. - 2012. - №5. - С. 3-7. 3. Корольков В.В. Прогнозування економічного розвитку регіону з використанням фактора технічного прогресу. / Корольков В.В. // Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. - 2013. - № 3. - С. 50-56.

## ТЕНДЕНЦІЇ ІНТЕГРАЦІЇ БАНКІВ ТА СТРАХОВИХ КОМПАНІЙ

Здобувач вищої освіти Мельничук С.С.,  
науковий керівник: канд. екон. наук Шейко Ю.О.  
Луцький національний технічний університет

Інтеграція це процес поєднання активності страхових компаній і банків, з метою зміцнення їх взаємодії, і як наслідок узгодження дій між собою в умовах обмеженого зовнішнього середовища[4]. Вона має досить давню історію, але глобального поширення вона набула лише в 90-х роках 20 ст.

Адекватне розуміння основних сучасних тенденцій на ринку фінансових послуг неможливе без дослідження сутнісного змісту передумов, що в комплексі сформували імпульс для подальшого розвитку банківсько-страхових інтеграційних процесів. Узагальнення рушійних сил зазначених процесів дозволило виділити:

- макроекономічні передумови, пов'язані з впливом компонентів зовнішнього середовища, в якому функціонують банки та страховики;
- мікроекономічні передумови, що стосуються змін у внутрішньому механізмі організації діяльності банків та страхових компаній (рис.1).



Рисунок 1 - Передумови банківсько-страхової інтеграції [3]

Страхові компанії і банки мають тісну взаємодію, але вона неможлива без вигідно співробітництва для обох сторін. Причини які стимулюють страховиків до співпраці з банками і навпаки зображено в рисунку 2 і 3 відповідно.



Рисунок 2 - Причини, які стимулюють страховиків до співпраці з банками [4]

Завдяки співпраці з банками збільшується кількість клієнтів і надається повна інформація про них, внаслідок чого і прибуток також зростає.

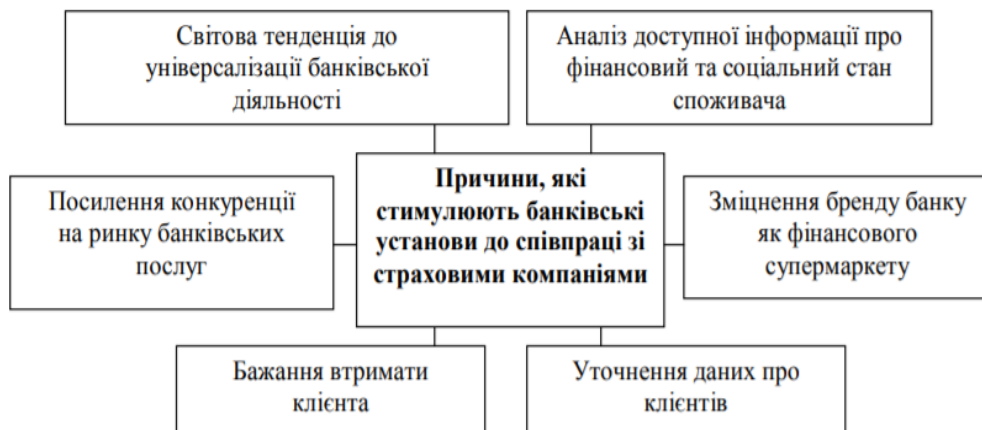


Рисунок 3 - Причини, які стимулюють банки до співпраці з страховиками [4]

Банківські установи у свою чергу завдяки співпраці з страховими організаціями посилюють конкуренцію на ринку банківських послуг, уточнюють дані про клієнтів, зміцнюють бренд банку як фінансового супермаркету [4].

Література: 1. Козьменко С.М. Теоретичне підґрунтя банківсько-страхової інтеграції / С. Козьменко, К. Багмет // Вісник НБУ: Науково-практичний журнал. – 2012/1. – №2. – С. 22-27. 2. Кучеренко В. Зарубіжний досвід розвитку банкострахування/ В. Кучеренко, В. Тринчук // Вісник Сумського національного аграрного університету. – Серія: Економіка і менеджмент. – 2017. – Вип. 4 (68). – С. 166- 170. 3. Умови інтеграції банків і страхових компаній [Електронний ресурс] Режим доступу : <http://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/54445> 4. Інтеграція банків і страхових компаній [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/56385>.

## ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МАЙНОВОГО СТРАХУВАННЯ В УКРАЇНІ

Здобувач вищої освіти Мирулюбова Т.В.,  
науковий керівник: канд. екон. наук Шейко Ю.О.  
*Луцький національний технічний університет*

Одним з основних секторів ринку небанківських фінансових послуг України є страховий ринок. На сьогодні страхування – це одна зі сфер, які найбільш стрімко

розвиваються. Майнове страхування є найширшою з галузей страхового ринку та включає в себе комплекс видів страхування. Воно становить найвагоміший сегмент страхового ринку: його частка охоплює більше 70%.

За останні роки в галузі страхування майна зростають основні показники, які характеризують стан даного ринку, що свідчить про деяку стабілізацію у розвитку цього елементу фінансової системи. Однак, процес становлення надійного національного ринку ще не завершений [5].

Попри значимість страхування майна, в українській практиці в даному секторі існують істотні проблеми. Однією з таких, яка залишається вже протягом багатьох років, є те, що для страхувальників головним фактором часто виступає вартість страховки, а не приділяється належна увага якості страхового покриття. У зв'язку з цим скорочується кількість страхових компаній, а створення нових є малоімовірним. Це пояснюється тим, що для інвесторів сфера страхування має низьку привабливість [4].

Також серед не мало важливих факторів, які заважають досягти високого рівня розвитку майновому страхуванню, можна виділити низьку платоспроможність населення і певну недовіру до страховиків. При цьому такий ступінь довіри викликаний безпосередньо страховими компаніями, а саме їх необдуману страховою політикою та частим заниженням суми відшкодувань. Здобувши таку репутацію у минулому, повернути собі довіру потенційних страхувальників важко і дотепер [2].

Отже, зараз майнове страхування в Україні знаходиться на стадії розвитку. Ріст даної галузі страхування проявляється по таких ключових показниках як: надходження страхових премій, обсяг чистих страхових премій. Поряд з цим також існує ряд проблем, які сповільнюють розвиток у цій сфері. Частка страхування майна в загальній сумі премій, сплачених громадянами є порівняно низькою. Подана статистика дає можливість з'ясувати, що страхова культура знаходиться на відносно не високому рівні.

В наш час перед українськими страховиками постають різні складні завдання, які пов'язані з нарощенням обсягу та якості послуг, що надаються ними, зі збільшенням страхових виплат населенню та юридичним особам, з підвищенням фінансової надійності та ліквідності своїх активів.

Однією з головних умов для успішного розвитку майнового страхування на сьогодні є формування комунікацій з потенційними страхувальниками, інформування їх про систему страхування, всі її переваги. Здійснення цих методів можливо за допомогою засобів масової інформації. Також важливо вдосконалити якість страхових послуг. Цього можна досягти за допомогою розробки та затвердження національних стандартів у майновому страхуванні. Одними з найважливіших при цьому є запровадження єдиного стандарту щодо майнових прав, тобто визначення ліквідної вартості заставного майна, а також майна з метою страхування [3].

Ринок страхування майна в Україні і досі має невикористані резерви. В більшості розвинутих країн страхується 90–95% ризиків, в той час, як в нас у державі даний показник досягає близько 10%. Тому у перспективі можливим та потрібним є розвиток інфраструктури ринку, оптимізація співвідношення між обов'язковим та добровільним страхуванням [1].

Перспективи розвитку майнового страхування потребують істотних змін у системі підготовки та забезпечення кадрами учасників страхового ринку. Тобто, збільшення чисельності працюючих, залучення до роботи висококваліфікованих робітників також посприє ефективному розвитку.

Незважаючи на ряд проблем на інших негативних чинників, які сповільнюють розвиток майнового страхування, дана сфера ринку страхових послуг в Україні має великі перспективи для подальшого розвитку. Для цього важливе значення відіграє інтеграція нашої держави у світові структури, які визначають міжнародну політику в



галузі страхування майна. Також не мало важливим є удосконалення державної політики щодо цієї галузі.

Література: 1. Ворошило В. В. Страхування домогосподарств: види і рівень розвитку [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.nbu.gov.ua/portal/soc\\_gum/Ekupr/2008\\_01.pdf](http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/Ekupr/2008_01.pdf). 2. Інтернет-журнал зі страхування «Фориншурер» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://forinsurer.com> 3. Канєва Т.В. Проблеми та напрямки розвитку страхування майна в Україні / Т.В. Канєва // Проблеми системного підходу в економіці. – 2017. – №5(61). – С.205–209 4. Наливайко Д.В. Аналіз стану страхування майна в Україні. Економіка і суспільство. Випуск №12/2017. 585–590 5. Сухий А.П. Проблеми та перспективи розвитку галузі страхування в Україні / А.П.Сухий [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://intkonf.org/suhiy-ap-problemi-ta-perspektivi-rozvitku-galuzi-strahuvannya-v-ukrayini/>

### **ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РІВНОВАГИ КОНКУРЕНТНОГО РИНКУ В ДОВГОСТРОКОВОМУ ПЕРІОДІ ЯК УМОВА СТАЛОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІЧНОЇ СИСТЕМИ**

Здобувач вищої освіти Мукасеєва А. В.  
Інститут економіки та менеджменту  
Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу

Забезпечення рівноваги конкурентного ринку в довгостроковому періоді є однією із важливих умов сталого розвитку економічних систем. Саме у довготерміновому періоді пристосування галузі до потреб ринку відбувається шляхом залучення нових виробників або їх виходу з галузі. Якщо ринкова ціна товару дає змогу фірмі отримувати не тільки нормальний, але і економічний прибуток, то це приваблює додаткових виробників. Збільшення кількості виробників при незмінному попиті перемістить криву ринкової пропозиції праворуч, що призведе до зниження ціни. Тому вступ до галузі нових виробників ліквідує економічний прибуток.

За умови, коли ринкова ціна не забезпечуватиме отримання навіть нормального прибутку, відбудеться відплив фірм з цієї галузі, а зменшення кількості фірм ліквідує збитки. Такі зміни капіталу в галузі призведуть до встановлення ціни, яка забезпечуватиме відшкодування тільки мінімуму середніх сукупних витрат, тобто фірма отримуватиме нормальний прибуток [1].

Фірмою досягнуто довготермінової рівноваги, коли встановлюється така рівність:  $MR = MC = P = \min ATC$  (граничний дохід = граничні витрати = ціна = мінімум короткострокових середніх витрат). Як довгострокові середні витрати, так і короткострокові середні повні витрати дорівнюють ціні за рівноважним рівнем випуску. Це гарантує відсутність мотивів, що спонукають фірми як знову з'являтися на ринку, так і виходити з нього. Коли ціна дорівнює середнім сукупним витратам, фірма отримує нульовий економічний прибуток. Якщо економічний прибуток позитивний, це притягне в галузь конкурентів, якщо ж він від'ємний, то це призведе до виходу старих фірм із галузі. Усі три умови довгострокової рівноваги можна узагальнено сформулювати у вигляді такого рівняння:  $P = MC = ATC = LAC$  (ціна = граничні витрати = короткострокові середні витрати = довгострокові середні витрати) [2].

Існує цілий ряд характеристик досконалої конкуренції, які можуть розглядатися як вирашні для суспільства. Виробнича ефективність конкурентного ринку реалізується в тому, що ціна встановлюється на рівні мінімальних середніх витрат ( $P = \min ATC$ ). І споживачі отримують товари за найнижчими цінами. Конкурентна фірма використовує обмежені ресурси найбільш ефективно, тому що ціна товару дорівнює граничним витратам на його виробництво ( $P = MC$ ). Ціна дорівнює граничним витратам, що

означає рівність граничної корисності граничним витратам. Для того, щоб краще зрозуміти, чому цей випадок характеризується як оптимальний, підійдемо до розгляду проблеми за принципом від зворотного. Передбачимо, що граничні витрати нижчі за ціну (відповідно, при досконалій конкуренції це означає випуск нижче рівноважного рівня). У цьому випадку суспільство наділяє споживання додаткової продукції більшою цінністю, чим ті втрати (витрати), які воно несе внаслідок розширення її виробництва до рівноважного рівня.

Отже, суспільство виграє від збільшення випуску до цього рівня. Навпаки, коли граничні витрати вищі за ціну, то цінність «жертви» у вигляді витрат суспільства на випуск продукції понад рівноважний рівень вище, ніж цінність, що отримується від споживання цієї продукції. Зрозуміло, що суспільство виграє, якщо в такому разі випуск продукції буде понижений до рівноважного рівня. В такому разі, рівноважний випуск є оптимальним рівнем випуску. Результативно працює механізм прибутків і збитків. Прагнення отримати економічний прибуток (хай і в короткому періоді) штовхає фірми до технологічних новинок, тоді як збиткові фірми в тривалому періоді залишають ринок. Таким чином, постійно здійснюється відбір кращих фірм в даному виді діяльності. У довгостроковому періоді фірма обирає такий обсяг продукції, якому відповідають мінімальні середні витрати. Споживач виграє не лише внаслідок випуску з мінімальними середніми витратами в тривалому періоді, але й через те, що при цьому фірма не має економічного прибутку, тобто ціна не перевищує середні витрати [2].

В той же час чиста конкуренція має і свої мінуси. Можна підкреслити, принаймні, три недоліки досконалої конкуренції в порівнянні з іншими ринковими структурами. По-перше, досконала конкуренція виключає яку-небудь диференціацію продукції, характерну як для монополістичної конкуренції, так і для олігополії. У сучасному суспільстві споживачі все більше враховують не тільки функціональне призначення товару, але і звертають увагу на його оформлення, дизайн, можливість пристосування до своїх індивідуальних особливостей [3]. Відсутність різноманітних властивостей однієї і тієї ж продукції, як правило, оцінюється споживачами як істотний недолік (наприклад, абсолютно однакові моделі одягу). По-друге, якщо фірми в умовах досконалої конкуренції і мають сильні стимул-реакції до нових технологій для отримання короткострокового економічного прибутку, то саме короткостроковий характер прибутку не дає їм змоги для розробки нової продукції. По-третє, фірми можуть побоюватися того, що розроблені ними нововведення їх конкуренти швидко скопіюють (в силу повної інформованості), а в такому разі вкладені інвестиції виявляться витраченими даремно.

Необхідно зазначити, що в сучасних умовах не слід абсолютизувати значимість вивчення природи ринку досконалої конкуренції. Зокрема, математична розробка цих питань змушує радикально абстрагуватися від проблем реального світу. Так, більшість реально існуючих тепер ринків характеризуються тим, що неокласична теорія зневажливо називає “недосконаlostями ринку”. Вже сам цей термін не полегшує, а ускладнює сприйняття реальності [4]. Він передбачає, що ідеальний конкурентний ринок є нормою, будь-яке відхилення від якої є недоліком. У дійсності все навпаки: досконала конкуренція зустрічається дуже рідко, бо потребує такого збігу умов, виникнення яких мало ймовірно. Аналіз механізму досконалої конкуренції має показати, як досягається оптимальний розподіл ресурсів нехай навіть за умов, забезпечити які, як правило, неможливо, або як максимізувати суспільний добробут за умов, що існуючі недосконаlostі ринку – це факт. Як максимізувати суспільний добробут, якщо більшість з існуючих перешкод і недосконаlostей ринку ігнорувати неприпустимо.

Література: 1. Косік А. Ф., Гронтковська Г. Е. Мікроекономіка: навчальний посібник, підручник. К.: Центр учбової літератури, 2008. 138 с. 2. Яцюк О. С. Мікроекономіка: Навчальний посібник. Івано-Франківськ: ІФНТУНГ, 2019. 188 с. 3.

Yatzyuk O. S. Business continuity program as the basis of the enterprise anticrisis financial management. *Матеріали міжнародної науково-практичної конференції “Universum View 2”*. Вінниця: ТОВ “Нілан-ЛТД”, 2018. С. 390-392. 4. Sviatoslav Kis, Larysa Mosora, Yurii Mosora, Oleh Yatsiuk, Galyna Malynovska, Serhii Pobihun. Personnel Certification As a Necessary Condition for Enterprise’ Staff Development. *Management Systems in Production Engineering*, 2020, Volume 28, Issue 2, pp. 121-126.

## **ДОСЛІДЖЕННЯ ТА ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПРОЕКТУ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ВАЖЛИВОЇ УМОВИ СТАБІЛЬНОЇ РОБОТИ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ**

Здобувач вищої освіти Неганова В.В.,  
науковий керівник: канд. екон. наук, доц. Благой В.В.  
*Харківський національний університет будівництва та архітектури*

З огляду на конкурентні умови формування ринкової ціни на готову продукцію всього асортименту продукції, що випускається, підприємство не зможе збільшити масу прибутку шляхом збільшення ціни на реалізовані вироби (тобто за рахунок зростання рентабельності продажів). Більш доцільним для розвитку підприємства є застосування іншого напрямку комерційно-фінансової стратегії, а саме зростання прибутку за рахунок нарощування обсягів виробництва і продажів готової продукції з можливою альтернативною зміною її асортименту. Підприємство планує досягти свого розвитку завдяки проекту виробництва пінопласту полістирольного ПСБ-С.

Останнім часом добробут людей, в тому числі і жителів нашого міста погіршився. У зв'язку зі зниженням рівня заробітної плати по відношенню до курсу валют та у зв'язку з неможливістю оплачувати рахунки за опалення, люди вимушені утеплювати свої домівки самостійно. Наглядно цю тенденцію можна бачити кожен день на вулицях міста, коли все більше громадян утеплюють свої квартири та домівки.

В даний час на ринку крім декількох великих виробників пінопласту, представлена ще велика кількість невеликих фірм, цехів та навіть виправних колоній, які виробляють і продають пінополістирол [1].

Полістирольний пінопласт виробляють із спеціального пінополістиролу. Його вартість багато в чому залежить від виробника і фракції. Ціна сировини для виробництва пінопласту коливається приблизно в межах 12 грн за 1 кг.

При закупівлі пінополістиролу приділяють особливу увагу його якості. Вітчизняну сировину можна купити за низькою ціною, але це може негативно позначитися на якості готової продукції.

З урахуванням того, що середньоринкова ціна на пенопласт ПСБ-С-25 за 1 куб. м. становить біля 720 грн. А розрахована собівартість 1 куб. м готової продукції (з урахуванням продуктивності виробництва та ПДВ) складає 360 грн/куб.м, можемо вирахувати рентабельність створюваного цеха. Результати відповідних розрахунків представлено в таблиці

Таблиця – Прогнозні показники фінансового стану підприємства

Показники фінансового стану	Нормативне значення	Прогноз
Рентабельність активів	>0 Збільшення	14,6
Рентабельність діяльності	>0 Збільшення	0,48
Рентабельність продукції	>0 Збільшення	1,14

Порівняння коефіцієнта рентабельності активу з банківським відсотком дає відповідь на питання про доцільність запропонованого проекту розвитку підприємства, оскільки розраховані значення значно перевищують ставку банківського відсотку.

Рентабельність діяльності досягає значення 48%.

Література: 1. Elektronnij resurs.- Rezhim dostupu: [https://www.kvs.gov.ua/peniten/control/kha/uk/control/main/uk/publish/printable\\_article/794046;jsessionid=C2E51862E63AF64902E74766CA62F6AC](https://www.kvs.gov.ua/peniten/control/kha/uk/control/main/uk/publish/printable_article/794046;jsessionid=C2E51862E63AF64902E74766CA62F6AC)

## **ПОНЯТТЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ФІНАНСОВОГО РИНКУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ**

Канд. екон. наук, доц. Ніколаєва А.М.  
*Луцький національний технічний університет*

Фінансовий ринок відіграє важливу роль у забезпеченні сталого розвитку соціально-економічних систем. Добре функціонуючий або ефективний фінансовий ринок – це запорука ефективного розвитку економіки. В наукових колах вже тривалий час розглядається спірне питання, який й же фінансовий ринок слід вважати ефективним, а також, яка роль концепції ефективності ринку в сучасних умовах.

В наш час, як серед науковців, так і експертів-практиків фінансового ринку, відсутній єдиний підхід до трактування поняття «ефективності фінансового ринку». Найчастіше в наукових джерелах ефективність фінансового ринку пов'язують з його інформаційною функцією. Цей підхід базується на гіпотезі ефективного ринку Ю. Фама, яка свідчить, що «вся суттєва інформація негайно і повною мірою відбивається на ринковій курсовій вартості цінних паперів: ринок є ефективним щодо деякої інформації, якщо вона відразу і повністю відбивається в ціні активу, що робить цю інформацію непотрібною для отримання надприбутків» [1]. Це пояснюється тим, що кожен учасник ринку володіє певним обсягом інформації в міру своєї компетентності. Деякі з гравців ринку володіють унікальною інформацією, проте більшості учасникам ринку доводиться задовольнятися загальнодоступними даними. І все ж ніхто з гравців не може знати більше, ніж всі учасники ринку разом взяті. Розрізняють три форми відображення гіпотези ефективного ринку: слабку, середню (напівсильну) і сильну, залежно від того, що мається на увазі під всією доступною інформацією. У випадку слабкої форми, ціни акцій відбивають усю інформацію щодо торгівлі ними у минулому. За середньої форми ціни акцій відображають усю загальнодоступну інформацію (минулу і поточну публічну інформацію). Коли ж говорять про сильну форму, то мають на увазі, що ціни акцій відбивають усю інформацію, що відноситься до фірми, у т.ч. і внутрішню (інсайдерську). Причиною неефективності ринку є інформаційна асиметрія, коли інформація доступна лише деяким, а не усім учасникам ринку.

В джерелах інформації наводяться такі основні постулати, на яких базується поняття ефективності фінансового ринку: «1) інформація стає доступною для всіх учасників ринку одночасно, і її отримання не пов'язане з якими-небудь витратами; 2) відсутні трансакційні витрати, податки та інші фактори, що можуть заважати укладанню угод; 3) угоди, що здійснюються окремою фізичною чи юридичною особою, не можуть вплинути на загальний рівень цін; 4) усі суб'єкти ринку діють раціонально, намагаючись максимізувати очікувану вигоду» [2].

Проте, як показує практика, усі ці чотири умови ефективності фінансового ринку не дотримуються на жодному реальному ринку. Так, для отримання інформації витрачається час, гравці зазнають певних трансакційних витрат, сплачують податки. При цьому недотримується принцип одночасності отримання інформації всіма учасниками ринку. Одні з учасників ринку отримують інформацію раніше за інших. У зв'язку з невиконанням цих умов прийнято розрізняти ідеальну інформаційну та економічну ефективність фінансового ринку.

Інші наукові підходи до трактування поняття «ефективності фінансового ринку» виходять із розподільної функції фінансового ринку. Відомо, що головне завдання

фінансового ринку в ринковій економіці – це передача вільних фінансових ресурсів від тих, хто має їхній надлишок, до тих суб'єктів ринку, які їх потребують для власного виробничого і позавиробничого розвитку. Тобто фінансовий ринок виконує роль фінансового посередника при трансформації заощаджень в інвестиції, головне призначення якого – ефективно розподілення коштів між різними секторами економіки. При цьому ефективність фінансового ринку розглядається найчастіше з точки зору витрат фінансового посередництва. У цьому випадку як показники ефективності можуть використовуватися такі величини, як витрати на оформлення угод на ринку цінних паперів, накладні витрати комерційних банків або показник, обернений різниці відсоткових ставок по кредитах і депозитах, який характеризує втрати, що виникають в банківській системі, та ін.

Наскільки ефективно ринок справляється зі своєю роллю багато в чому залежить від функціонування в країні дієвої системи державного регулювання фінансового ринку. Так, в своєму дослідженні Ж.В. Гарбар, підтримуючи думку іншого вченого Н. Звягінцевої, наводить такі критерії оцінки ефективності виконання функцій державними органами регулювання фінансового ринку: «технологічні (сумарні обороти ринку, стабільність оборотів, сумарна капіталізація ринку, стабільність капіталізації, кількість ліквідних цінних паперів на ринку, ступінь демонополізації ринку тощо); соціально-економічні (питома вага доходів від цінних паперів у сукупному доході населення, ступінь рівномірності розподілу цих доходів серед населення, частка цінних паперів у заощадженнях населення, ступінь рівномірності розподілу цієї частки серед населення, питома вага власників цінних паперів серед населення тощо)» [3, с. 34].

Отже, зважаючи на існуюче в теорії твердження, що «ефективність являє собою ступінь досягнення поставлених цілей», ефективність фінансового ринку можна оцінювати також за ефективністю виконання ним покладених на нього завдань. На нашу думку, загалом робити висновок про те, наскільки фінансовий ринок є ефективним в країні для всіх учасників ринку, можна за такими загальними критеріями, як: наявність в країні належних умов для ефективно мобілізації та розміщення на ринку вільних фінансових ресурсів; захищеність прав інвесторів та інших учасників фінансового ринку; прозорість та відкритість ринку; наявність розвинутої мережі інституційних інвесторів; розвиток добросовісної конкуренції на фінансовому ринку. Все це, у свою чергу, проявляється у припливі інвестицій (як зовнішніх, так і внутрішніх); високому рівні участі населення у діяльності ринку (зростає частка заощаджень населення в ресурсній базі ринку); наявності великої кількості ліквідних та інвестиційно привабливих фінансових інструментів; високій ліквідності та капіталізації ринку тощо. Результатом ефективно функціонуючого фінансового ринку має стати соціально-економічний розвиток країни та зростання добробуту населення.

Література: 1. Fama E.F. Market efficiency, long-term returns, and behavioral finance. *Journal of financial economics*. 1998. Т. 49. С. 283-306. 2. Эффективность рынка (Market Efficiency) – это. [https://economic-definition.com/Business/Effektivnost\\_rynka\\_Market\\_Efficiency\\_eto.html#h3-0](https://economic-definition.com/Business/Effektivnost_rynka_Market_Efficiency_eto.html#h3-0) (дата звернення: 10.05.2020 р.). 3. Гарбар Ж.В. Вплив державних регуляторів на розвиток фінансового ринку. *Агросвіт*. 2014. №8. С. 30-36.

## ІНОЗЕМНИЙ КАПІТАЛ В БАНКІВСЬКОМУ СЕКТОРІ УКРАЇНИ

Канд. екон. наук Новосьолова О.С., здобувач вищої освіти Іщенко М.В.  
*Херсонський національний технічний університет*

На даному етапі економічного розвитку Україна перебуває в такій ситуації, коли власними силами їй неможливо досягти значних зрушень у соціально-економічному становищі, тому залучення іноземного капіталу в національну економіку є необхідним для сприяння цьому процесу. У зв'язку із цим дослідження проблеми доступу

іноземного капіталу в банківську систему України, його вплив на підвищення рівня капіталізації та взагалі на стійкість банківського сектору набуває особливої актуальності. Розглянемо структуру власників банків зі 100% іноземним капіталом (табл. 1).

Таблиця 1 - Перелік банків із 100% іноземним капіталом в Україні за підсумками 3 кварталу 2019 року\*

Коротка назва	Дата реєстрації банку	Країна походження капіталу
АТ «АЛЬФА-БАНК»	24.03.1993 року	Ізраїль, Російська Федерація
АТ «БАНК ФОРВАРД»	28.02.2006 року	Російська Федерація
АТ «БТА БАНК»	10.12.1992 року	Казахстан
АТ «Дойче Банк ДБУ»	19.06.2009 року	Німеччина
АТ «Ідея Банк»	22.10.1991 року	Польща
АТ «ІНГ Банк Україна»	15.12.1997 року	Нідерланди
АТ «КРЕДИТ ЄВРОПА БАНК»	28.08.2006 року	Туреччина
АТ «КРЕДИТВЕСТ БАНК»	04.10.2006 року	Туреччина
АТ «КРЕДІ АГРІКОЛЬ БАНК»	10.02.1993 року	Франція
АТ «КРЕДОБАНК»	31.03.1992 року	Польща
АТ «ОТП БАНК»	02.03.1998 року	Угорщина
АТ «ПРАВЕКС БАНК»	29.12.1992 року	Італія
АТ «ПРОКРЕДИТ БАНК»	28.12.2000 року	Німеччина
АТ «СБЕРБАНК»	15.06.2001 року	Російська Федерація
АТ «СЕБ КОРПОРАТИВНИЙ БАНК»	19.01.2011 року	Швеція
АТ «СІТІБАНК»	11.05.1998 року	США
АТ «УКРСИББАНК»	28.10.1991 року	Франція, ЄБРР

\*Примітка. Складено автором за даними джерел [1].

Станом на кінець 3 кварталу 2019 року загальна кількість банків зі 100% іноземним капіталом становила 17. При цьому три банки належали Російській Федерації, по 2 банки – Польщі, Франції, Туреччині та Німеччині.

Присутність банків з іноземним капіталом у банківській системі взагалі будь-якої країни, як правило, відповідає інтересам розвитку національної фінансової системи в частині збільшення загальної суми фінансових ресурсів та рівня капіталізації банківської системи, а також сприяє залученню іноземних інвестицій та розширенню ресурсної бази для подальшого соціально-економічного розвитку. Тому нині не існує єдиної думки щодо позитивних та негативних аспектів присутності іноземного капіталу в банківському секторі України. В період розгортання стабілізаційних процесів можна перерахувати близько ста країн, де є обмеження доступу іноземних банків на внутрішні ринки банківських послуг. Причиною цього є той факт, що за невисокої міжнародної інтеграції та малої частки іноземного капіталу можна мінімізувати втрати в банківському секторі. Що ж стосується України, то НБУ окреслює позитивні і негативні аспекти присутності іноземних банків на внутрішньому банківському ринку, які наведені в таблиці 2.

Таблиця 2 - Позитивні та негативні аспекти обмеження доступу іноземних банків на внутрішні ринки банківських послуг

Позитивні аспекти	Негативні аспекти
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Підвищення якості кредитного аналізу.</li> <li>2. Зростання обсягу кредитних ресурсів та посилення стабільності їх джерел.</li> <li>3. Більш швидке та ефективне впровадження передових методів банківської діяльності.</li> <li>4. Здешевлення банківських послуг.</li> <li>5. Збільшення обсягу залучення недорогих ресурсів.</li> <li>6. Покращення банківського нагляду і регулювання банківської діяльності.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Послаблення позиції ще недостатньо розвиненої банківської системи країни.</li> <li>2. Іноземні банки можуть бути менш схильними до здійснення кредитної діяльності у приймаючій країні.</li> <li>3. Іноземні банки можуть проводити лише спекулятивну діяльність.</li> <li>4. Іноземні банки можуть не надавати повний спектр якісних банківських послуг.</li> </ol>

Отже, проаналізувавши таблицю 2, можна зробити висновок, що загострення конкуренції в банківській сфері в змозі здешевити кредитні ресурси у фінансовому секторі, розширити палітру банківських послуг, а також забезпечити стимулювання розвитку довгострокових вкладів чи запозичень. Також така конкуренція банків в перспективі може привести до консолідації, яка є досить необхідною в наш час, оскільки без неї та нарощування капіталу вітчизняні банки не зможуть активно діяти на світовому ринку банківських послуг.

Література: 1. Показники банківської системи України [Електронний ресурс] / Офіційний сайт Національного банку України. – Режим доступу: <https://bank.gov.ua/doccatalog/document?id=43633516>

## **ІНВЕСТУВАННЯ У КОРПОРАТИВНІ ПРАВА: БЕЗПЕКА ІНВЕСТОРІВ В УКРАЇНІ**

Канд. екон. наук, доц. Овсієнко О. В.

*Харківський національний юридичний університет імені Ярослава Мудрого*

Інвестування у корпоративні права – доволі прибутковий, хоча і ризиковий спосіб капіталовкладень. Дрібні інвестори не часто вдаються до нього, адже потрібно мати спеціальні знання, вміти аналізувати масиви фінансової інформації, корпоративну звітність, мати доступ до фондового ринку, уклавши договір з брокером тощо. В Україні участь дрібних інвесторів у корпоративних правах ускладнена нерозвиненістю фондового ринку, незахищеністю прав власності. До того ж дрібні інвестори найчастіше не прагнуть отримати контроль над підприємством, а розраховують переважно на отримання дивідендів, зростання курсової вартості акцій. За різними оцінками, в Україні налічується понад 14 млн. акціонерів. Переважна більшість з них отримала свої акції внаслідок масштабної кампанії приватизації колишньої суспільної власності.

Останнім часом в українському законодавстві започатковано низку процедур, спрямованих на пом'якшення суперечностей між дрібними акціонерами та власниками великих пакетів акцій. До таких процедур, зокрема, відносяться процедури squeeze-out і sell-out, які з'явилися під впливом Директиви №2004/25/ЄС Європейського парламенту та Ради про пропозиції поглинання та почали використовуватися з червня 2017 р.

Інститут squeeze-out – це право мажоритарного власника вимагати від інших акціонерів продати йому пакети належних їм акцій за справедливою ціною. В українському законодавстві акціонер зобов'язаний запропонувати іншим акціонерам продати йому пакети акцій, якщо він володіє: а) контрольним пакетом (50 % акцій та більше); б) значним контрольним пакетом (75 % акцій та більше) – для публічних товариств; в) домінуючим контрольним пакетом акцій (95 % та більше). В останньому випадку акціонери, які отримали публічну безвідкличну вимогу про продаж акцій, зобов'язані продати свої акції (навіть, якщо вони не погоджуються з цим) [1, ст. 65, п. 4].

Найчастіше публічні безвідкличні вимоги про продаж акцій є способом концентрації власності задля забезпечення корпорацій від корпоративного шантажу (грінмейлу), до якого вдаються власники-міноритарії. Під час грінмейлу власники невеликих пакетів акцій пропонують компанії викупити акції за завищеною ціною, погрожуючи перепродажем цих акцій іншим компаніям, які можуть здійснити недружні поглинання. Процедура squeeze-out нівелює такі загрози. Водночас міноритарні акціонери завдяки процедурі sell-out мають змогу отримати належну ціну за наявні у них цінні папери.

Хоча означені процедури у цілому зміцнюють корпоративну безпеку, на нашу думку, вони суперечать завданням, поставленим у національних реформах. Зокрема, порушується принцип верховенства права, який передбачає рівність усіх перед законом. У випадку squeeze-out, якщо публічна безвідклична вимога надходить від власника домінуючого контрольного пакета, у дрібних акціонерів не залишається вибору – вони зобов'язані виконати її. Аналогічно у випадку sell-out вибору не залишається у власників значних пакетів акцій. Аргументи про те, що в Україні більшість дрібних акціонерів набула акції під час приватизації колишньої суспільної власності та не може повноцінно скористатися своїми правами через невеликі розміри пакетів акцій, ми не вважаємо суттєвими. Адже порушується базова гарантія ринкової економіки – право на недоторканість приватної власності.

Однак вітчизняна судова практика заперечує цю тезу. Так, Господарський суд м. Києва відхилив позов акціонерів-фізичних осіб проти компанії «ДТЕК Пауер Трейд» про визнання недійсною угоди про обов'язкову продаж своїх акцій. Суд вважає, що апелювання позивачів до ст. 41 Конституції України, яка проголошує недоторканість приватної власності, є непереконливими, адже ця стаття стосується тільки примусової націоналізації або реприватизації без відшкодування вартості майна [2].

Слід вказати і на те, що безпосередньо механізм squeeze-out несе значні корупційні ризики типу В2В (корупція бізнес-бізнес). Так, мажоритарний акціонер може вплинути на ціну акцій шляхом залучення «правильного» оцінщика. Наприклад, «справедлива» ціна squeeze-out на Інгулецькому гірничо-збагачувальному комбінаті (2017-2018 р.) дорівнювала 2,56 грн. за акцію, тоді як прибуток компанії у 2017 р. склав 2,56 грн. на акцію; «справедлива» ціна squeeze-out на Північному гірничо-збагачувальному комбінаті (2017-2018 р.) дорівнювала 4,45 грн. за акцію, тоді як прибуток компанії у 2017 р. склав 3,36 грн. на акцію [3].

Таким чином вплив процедур squeeze-out і sell-out на безпеку інвесторів є суперечливим. З одного боку, процедури дозволяють:

- забезпечити мажоритарних власників та зменшити ризики корпоративного шантажу з боку міноритарних акціонерів;
- створити необхідне інституційне підґрунтя для діалогу між мажоритарними та міноритарними акціонерами (з приводу визначення «справедливої ціни» наявних у міноритаріїв акцій).

З другого боку, процедура squeeze-out, на нашу думку, знижує інвестиційну привабливість корпоративного бізнесу:



- примусовий характер процедури відлякує потенційних інвесторів, передусім інституційних (інвестиційні та пенсійні фонди, страхові компанії, комерційні банки), для яких важливим фактором інвестування є диверсифікація активів, зниження ризиків, передбачуваний графік надходжень доходів;
- знижується публічність корпорацій, оскільки процедура squeeze-out часто завершується зміною організаційно-правової форми бізнесу (з публічної на приватну). Це суперечить загальносвітовому тренду посилення міжнародних вимог до підвищення якості корпоративного управління, забезпечення прозорості, інформаційної відкритості та етичної поведінки компаній.

У цілому squeeze-out і sell-out створюють значні загрози для інвесторів. По-перше, унормування цих процедур відбувається в інтересах домінуючих власників, що створює штучну асиметрію у правах акціонерів, порушає принцип верховенства права, який передбачає рівність усіх перед законом. По-друге, процедури squeeze-out і sell-out перешкоджають залученню на фондовий ринок численних категорій інвесторів, що погіршує інфраструктурні можливості української економіки, негативно позначається на можливостях бізнесу залучати фінансові ресурси.

Література: 1. Про акціонерні товариства: Закон України від 17.09.2008 № 514-VI (зі змінами та доповненнями). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/514-17> (дата звернення: 26.02.2020). 2. Пальчевский И. ДТЭК выиграл суд у миноритариев «Днепроэнерго» по сквиз-ауту. Financial Club. 2018. 21 августа. URL: <https://finclub.net/news/dtek-vyigral-sud-u-minoritariiev-dneproenergo-po-skviz-autu.html> (дата звернення: 27.02.2020). 3. Луценко І. Squeeze-out. Як не ображати маленьких. *Дзеркало тижня*. 2018. 1 червня. URL: <https://dt.ua/finances/squeeze-out-yak-ne-obrazhati-malenkih-279521.html> (дата звернення: 27.02.2020).

## **СВІТОВИЙ ДОСВІД ТА УКРАЇНСЬКІ РЕАЛІЇ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ ЗАЛІЗНИЧНОГО ТРАНСПОРТУ**

Д-р екон. наук, проф. Овчиннікова В.О., канд. екон. наук, докторант Обруч Г.В.  
*Український державний університет залізничного транспорту*

На сьогодні домінуючим трендом розвитку транспортної галузі, у т. ч. залізничного транспорту, виступає цифровізація, що кардинально змінює модель взаємовідносин суб'єктів транспортно-логістичної системи, формуючи єдиний цифровий транспортно-логістичний простір їх співпраці, і забезпечуючи тим самим інтегрованість послуг і покращення їх якості та безпеки.

Однак, попри цю тенденцію, цифровий розвиток вітчизняних підприємств залізничного транспорту значно відстає від світового рівня, що зумовлено наявністю низки невирішених викликів, пов'язаних із критичним рівнем зносу рухомого складу та залізничної інфраструктури і, як результат, дефіцитом таких об'єктів в належному експлуатаційному стані і обмеженістю інфраструктурного потенціалу залізниці, зниженням оборотності вагонного парку, незадоволеністю клієнтів зростанням тарифів при незмінній якості залізничних перевезень, наявністю корупційних проявів на підприємствах і посиленням їх фінансово-кредитних зобов'язань. Зважаючи на наявність низки деструктивних факторів розвитку підприємств залізничного транспорту і відсутність цифрового бачення їх функціонування досить складно забезпечити реалізацію цифрових змін у галузі. З огляду на це варта уваги світова практика цифрових трансформацій на залізничному транспорті і визначення доцільності їх практичної реалізації.

Відтак нині Співтовариством європейських залізниць та інфраструктурних компаній серед основних пріоритетів у сфері розвитку рейкового транспорту на 2019-2024 рр. виділено впровадження цифрових та інноваційних технологій. З метою

реалізації цифрових змін у сфері залізничного транспорту діє масштабна європейська ініціатива Shift2Rail, спрямована на прискорення процесів розроблення і впровадження інноваційних технічних рішень у залізничній галузі.

Нині багатьма країнами взято вектор на цифровізацію залізниць і розроблення програмних ініціатив щодо впровадження цифрових рішень в усі сегменти їх діяльності. Відтак програма Smart Rail 4.0 у Швейцарії з'явилася на початку 2017 р. з ініціативи федеральних залізниць Schweizerische Bundesbahnen. Ця програма передбачає об'єднання в єдину відкриту архітектуру всіх релевантних проривних технологій: європейська система управління рухом поїздів ECTS 2 рівня та вище; безпечна ідентифікація місцезнаходження поїзда бортовими пристроями; радіозв'язок нового покоління FRMCS, автоматичний перерахунок оперативного графіка руху поїздів; автоведення тощо [1].

Програма «Цифрові залізниці Німеччини» (Digitale Schiene Deutschland) представлена у 2018 р. Власне цю країну і вважають піонером у напрямі цифровізації залізниці, що пов'язано з упровадженням цифрових рішень ще задовго до прийняття програми в рамках загальної стратегії розвитку Deutsche Bahn (DB). DB зазначено, що впровадження цифрових технологій на всій мережі дозволить збільшити її пропускну спроможність на 20 % протягом наступних 10-15 років, ввести в обіг тисячі додаткових поїздів і загалом підвищити рівень автоматизації роботи залізничного транспорту. Загалом планується розгортання цифрових технологій на 80 % мережі залізниць Німеччини до 2030 р. [2]. Задля ефективної реалізації цифрових змін DB має намір створити окрему компанію для управління цифровізацією залізничної мережі, так звану Digital Rail Germany.

У 2018 р. стратегія Digital Railway для Network Rail також з'явилася і у Великобританії. Вона містить рекомендації щодо впровадження безпаперових технологій, рішень для підвищення пропускну спроможності в умовах пікового завантаження за рахунок пошуку можливостей виділення додаткових ниток графіка і комбінованого використання локомотивної сигналізації, рішень для поліпшення транспортних сполучень, переходу на широкосмуговий зв'язок 4 LTE [3].

Важлива увага реалізації цифрових ініціатив приділяється і країнами Євразійського економічного союзу (ЄАЕС). Зокрема Концепція реалізації науково-технічного проекту «Цифрова залізниця» Росії була схвалена в 2017 р. Стратегія цифрової трансформації ВАТ «РЖД» до 2025 р. була затверджена у 2019 р. і визначила засади та принципи трансформації компанії в умовах цифрової економіки, а також пріоритетні напрями цифровізації. Також, Стратегія «Цифрова залізниця» 2018-2022 рр. реалізується і в Казахстані, зокрема вона передбачає цифровізацію бізнес-моделі компанії і впровадження нових технологій у ключові операційні сегменти. Спільною ініціативою ЄАЕС в напрямі цифрової трансформації транспортно-логістичної діяльності є розроблення єдиної екосистеми цифрових транспортних коридорів, що передбачає впровадження нових цифрових митних, логістичних, страхових і фінансових сервісів, а також доопрацювання та інтеграцію до загальної екосистеми вже існуючих.

Таким чином, цифровізація сьогодні сприймається як ключовий тренд розвитку світових залізниць і забезпечувальний інструмент реалізації реформаційних змін у залізничній галузі. Впровадження цифрових рішень на вітчизняних підприємствах залізничного транспорту дозволить покращити якість сервісу в галузі і сприятиме розбудові нової системи взаємовідносин з клієнтами, а також надасть змогу покращити значну кількість операційних процесів завдяки створенню єдиних цифрових платформ у сфері вантажних і пасажирських перевезень, а також безпосередньо експлуатації залізничної інфраструктури, роботизації операційних процесів, впровадження електронних квитків і безконтактних систем контролю проїзду, впровадження систем безконтактного огляду та моніторингу стану рухомого складу, а також залізничних

колій, впровадження цифрових засобів зв'язку та автоматики, застосування інтелектуальних систем контролю дій локомотивних бригад і використання BIM-технологій для проектування і обслуговування залізничної інфраструктури.

Література: 1 Интеграция ETCS и системы централизации в программе SmartRail 4.0. *Железные дороги мира* : веб-сайт. 2018. № 12. URL : <http://www.zdmira.com/arhiv/2018/zdm-2018-no-12#ТОС--> (дата обращения: 25.04.2020). 2 Основой цифровых железных дорог Германии должны стать системы ETCS и МПЦ. *Железные дороги мира* : веб-сайт. URL : <http://www.zdmira.com/news/osnovojcifrovyhzeleznihdoroggermaniidolznystatsistemyetcsi mrc> (дата обращения: 25.04.2020). 3 Концепция реализации комплексного научно-технического проекта «Цифровая железная дорога». *Документы ОАО «РЖД»* : веб-сайт. URL : <https://doc.rzd.ru/> (дата обращения: 25.04.2020).

## ЕКОЛОГІЧНІ ПРОБЛЕМИ У КОНТЕКСТІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

Канд. екон. наук, ст. викл. Олійник Т.Г.

*Миколаївський національний аграрний університет*

Відповідно до прийнятої концепції сталого розвитку, екологічна складова має забезпечити цілісність природних систем, їхню життєздатність, від чого залежить глобальна стабільність усієї біосфери. Людству слід всіляко підтримувати природну здатність біологічних систем адаптуватися до різноманітних змін, до самооновлення, не допускати їхньої деградації та втрати біологічного розмаїття [4]. Але на жаль воно породило низку глобальних екологічних криз, серед яких – потепління, руйнування озонового шару, забруднення довкілля, спустелювання, кислотні дощі, деградація біорізноманіття. Упродовж свого існування людство знищило таку кількість родючих ґрунтів, яка перебільшує нині оброблювані території. Одним з наслідків цього стало невпинне збільшення площ пустель. Екологи стверджують, що лише за останні 40 років на Землі знищено близько половини вологих тропічних лісів, де сконцентровані генетичні ресурси біорізноманіття планети.

Що стосується України, то нині вона перебуває в гірших умовах, ніж її сусіди, бо нерационально розпоряджається значними ресурсами, якими наділила нас природа. На початку ХХІ століття Україна все ще посідає одне з перших місць у світі за рівнем споживання енергії, води та інших ресурсів на одиницю ВВП. Наша держава має найбільші у світі обсяги промислових відходів на душу населення. Кризовий стан навколишнього природного середовища та пов'язаного з цим чинником здоров'я населення становить велику загрозу для національної безпеки України.

Нині в країні формально існує переважна більшість економіко–правових і економіко–організаційних механізмів, що використовуються в країнах з ринковою економікою для розв'язання екологічних проблем: екологічне законодавство та система нормативів (хоча й недостатньо розвинена), економічні платежі, штрафи і податки, екологічні фонди з власними джерелами фінансування. Відомі та без надмірних зусиль можуть бути впроваджені й тонкіші інструменти – екологічне страхування, продаж квот на забруднення тощо [2].

Проте ефективно скористатися цими механізмами в Україні поки що не вдалося. Причиною цього, передусім, є розлад у системі державних фінансів і значне скорочення виробництва. За цих умов відмова від екологічних платежів, сплати штрафів, сприймається як нормальне явище - вони неспроможні призвести до широкомасштабних санкцій. У той самий час екологічні фонди, що утворюються за рахунок екологічних платежів і штрафів, часто використовуються не за цільовим призначенням.

Ситуація погіршується ще й тому, що місцева влада більш зацікавлена не в реальному зменшенні забруднення довкілля, а передусім в одержанні штрафів за перевищення норм природокористування. При цьому підприємства надають перевагу штрафам (принаймні їх можна не сплачувати), ніж природоохоронним заходам. Останні є досить дорогими, важкими для впровадження навіть за наявності грошових коштів через погано розвинений ринок очисного обладнання і взагалі малоефективними через зношеність основних виробничих фондів [3].

З поглибленням світової екологічної кризи та загостренням інших глобальних проблем, для України дедалі більшого значення набувають політичні аспекти міжнародних заходів та заходів, що вживаються в окремих державах, щодо розв'язання окремих питань екологічної безпеки.

Це пов'язано з низкою обставин:

- парниковий ефект, руйнування озонового шару, отруєння атмосфери токсичними сполуками, води та ґрунту – важкими металами та інші загрози існуванню людини не визнають державних кордонів; для того, щоб їм протидіяти, необхідні узгоджені спільні зусилля всього світового співтовариства;
- питання екологічної безпеки стають невід'ємним елементом національної безпеки держав;
- екологічна безпека стосується не тільки міжнародної політики кожної держави окремо, але стає невід'ємною складовою внутрішньої політики дедалі більшої кількості держав світу, є важливим чинником внутрішньополітичної боротьби у цих державах;
- екологічні проблеми стають постійним джерелом ускладнень міждержавних відносин, соціального напруження з міждержавними наслідками («екологічні біженці», значні промислові аварії тощо);
- екологічні загрози поширюються не тільки через природні процеси, а також каналами міжнародних економічних відносин (торгівля отрутохімікатами, добривами та іншими видами продукції, застосування екологічно небезпечних технологій, виробництва з небезпечними відходами);
- переоцінка державами власних національних інтересів у світлі забезпечення міжнародної екобезпеки. Альтернативою такому розвитку подій виступає концепція екологічно збалансованого сталого розвитку. Вона є водночас теорією, методологією і значною частиною практики, яка реалізується у десятках країн і дає вражаючі результати, особливо у плані покращення людського розвитку. Переважно це практика заможних країн–членів Європейського Союзу, США, Канади, Японії та інших [3].

Звичайно, на шляху до економічно та екологічно збалансованого сталого розвитку структурні реформи вимагають значних інвестицій. Якщо говорити про Україну, то, за її нинішньої фінансової скрути, сподіватися на значні фінансові інвестиції навряд чи можливо. Але, в Україні, незважаючи на втрати, зберігається значний людський капітал, висококваліфікована робоча сила, сучасні і надсучасні наукові розробки та технології. Це суттєві здобутки, які мають працювати на повну силу. Є й суттєві напрацювання з питань переходу до сталого розвитку.

На нашу думку, на рівні державної політики потрібно визначити невідкладні заходи по збереженню природного потенціалу. Підтримка природи сьогодні обернеться реальними перевагами для нинішніх і наступних поколінь. Шляхи радикальної перебудови стосунків у трикутнику «людина–економіка–природа» відомі і з досвіду зарубіжних країн, і з нашого власного досвіду, і з напрацювань науковців. В них визначені пріоритети збалансованого розвитку, що мають універсальне значення і можуть стати основою для розробки концепції екологічно збалансованого сталого розвитку та стратегії переходу до нього в Україні.

Література: 1. Економічні механізми національної екологічної політики в системі сталого розвитку України / [Веклич О. О., Кобзар О. М., Колмакова В. М.] за науковою редакцією проф. С. О. Лизуна / ДУ ІЕПСР НАН України. — К., 2014. — 280

с. 2. Онищенко С.В. Еколого-економічна оцінка забруднення навколишнього середовища в системі екологічно безпечного розвитку регіонів України : моногр. / С. В. Онищенко, М. С. Самойлик. — Полтава: ПолтНТУ, 2012. — 269 с. 3. Садовенко А. Сталий розвиток суспільства: навч. посіб. / А. Садовенко, Л. Масловська, В. Серета, Т. Тимочко. — 2 вид. — К.: 2011. — 392 с. 4. Харченко Б.І. Екологія: Основи екології: навч. посіб. / Б.І. Харченко, Н.Б. Харченко, О.Б. Харченко, В.І. Цимбалюк. — Л: Новий Світ-2000, 2013. — 233 с. 5. Шевчук В.Я. Екологічне управління / В.Я. Шевчук, Ю.М. Саталкін, Г.О. Білявський та ін. — К.: Либідь, 2004. — 432 с.

## **НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

Ст. викл. кафедри менеджменту та ПА Опікунова Н.В., ст. Кисла Ю.М.  
*Харківський національний університет будівництва та архітектури*

Становлення ринкової системи господарювання та розвиток досконалих конкурентних відносин між її суб'єктами в Україні вимагають впровадження одночасно керівного та керованого організаційно – економічного механізму, здатного забезпечити стабільне ефективне високоприбуткове функціонування найважливіших структурних одиниць – промислових підприємств – та мобільно інтенсифікувати відтворювальні процеси, як на локальному, так і на глобальному рівнях. Отже, на практиці важливо знайти дійові напрямки підвищення ефективності функціонування підприємств.

Сучасний етап розвитку ринкових відносин в Україні вимагає від вітчизняних підприємств активних дій з підвищення їх діяльності. З початку розвитку економічної науки, проблема ефективної діяльності підприємств вийшла на перший план і залишається актуальною й сьогодні.

Методологічним фундаментом здійснення дослідження обраної тематики стали праці провідних вчених, фахівців, науковців, зокрема дослідженням показників підвищення ефективності роботи підприємства займалися І.М. Бойчик[1], О.О. Гетьман[3], С.Ф. Покропивний[4,] І.В. Ковальчук[5] та інші. Однак нестабільність та невизначеність сучасних економічних умов функціонування підприємств потребують подальшого дослідження і визначення адекватних вимог та шляхів стабілізації можливого підвищення ефективності роботи підприємства.

Ефективність діяльності підприємства – це узагальнене і повне відображення кінцевих результатів використання засобів, предметів праці і робочої сили на підприємстві за певний проміжок часу [1,2]. Загальну економічну ефективність виробництва ще називають загальною продуктивністю виробничої системи [3].

Оцінка ефективності виробничої діяльності, управлінських рішень, витрат економічних ресурсів, а також конкретні технології та засоби забезпечення ефективної діяльності підприємств становлять особливий інтерес як для вчених, так і для економістів–практиків. У зв'язку з цим виникає об'єктивна необхідність у подальшому вдосконаленні понятійно–категоріального апарату щодо ефективності підприємства, яке реалізується шляхом детального осмислення основних категорій, що формують це поняття.

Ефективність у широкому значенні цього слова означає співвідношення між результатом (ефектом) та витратами [3]. Ефективність організації – це співвідношення "виходів" до введених факторів [2]. Зменшення розбігу між поставленою ціллю та отриманим результатом діяльності є умовою підвищення ефективності. Бойчик І.М. [1] визначає, що потреба в підвищенні ефективності роботи підприємств, акціонерних товариств, концернів зумовлена тим, що вона означає найраціональніше використання трудових, матеріальних і фінансових ресурсів, потрібних для випуску продукції, при

умові, що від кожної гривні, вкладеної у виробництво та діяльність підприємства, буде отримано максимальну віддачу [1, с. 18].

Для визначення ефективності діяльності підприємства, як відмічають фахівці [1,2], варто застосовувати комплексний підхід, який включає сукупність критеріїв оцінки ефективності функціонування підприємства. Перспективними напрямками наукових розробок з питань ефективної діяльності підприємств є розробка системного підходу до визначення ефективності з урахуванням специфіки функціонування промислових підприємств.

Всі заходи підвищення ефективності функціонування підприємств можна звести до трьох напрямків :

- 1) управління витратами і ресурсами;
- 2) розвитку й удосконалення виробництва та іншої діяльності;
- 3) удосконалення системи управління підприємством та всіма видами його діяльності.

Суть проблеми підвищення ефективності діяльності полягає в тому, щоб на кожну одиницю ресурсів (витрат) досягати максимально можливого збільшення обсягу виробництва (доходу, прибутку). Виходячи з цього, єдиним макроекономічним критерієм ефективності виробництва (діяльності) стає зростання продуктивності суспільної праці. Кількісна визначеність і зміст критерію відображаються в конкретних показниках ефективності виробничо-господарської та іншої діяльності суб'єктів господарювання.

Формуючи систему показників ефективності діяльності суб'єктів господарювання, доцільно дотримуватися певних принципів, а саме:

- забезпечення органічного взаємозв'язку критерію та системи конкретних показників ефективності діяльності;
- відображення ефективності використання всіх видів застосовуваних ресурсів;
- можливості застосування показників ефективності до управління різними ланками виробництва на діяльності в організації;
- виконання провідними показниками стимулюючої функції в процесі використання наявних резервів зростання ефективності діяльності [4, с. 453-454].

Можливі напрямки реалізації підвищення ефективності взаємодії внутрішніх і зовнішніх чинників діяльності підприємства неоднакові за мірою впливу, ступенем використання та контролю. Тому для практики господарювання, для керівників і відповідних спеціалістів (менеджерів) суб'єктів підприємницької чи інших видів діяльності важливим є детальне знання масштабів дії, форм контролю та використання найбільш істотних внутрішніх і зовнішніх чинників ефективності на різних рівнях управління діяльністю трудових колективів.

Таким чином, ефективність виробництва (діяльності) підприємства – це комплексне поняття, що відбиває кінцеві результати використання ресурсів за певний проміжок часу, головною ознакою якого може бути необхідність досягнення мети виробничо-господарської діяльності підприємства з найменшими витратами суспільної праці або часу. Успішна реалізація стратегії розвитку підприємства передбачає здійснення результативної, ефективної та конкурентоспроможної господарської діяльності.

Література: 1. Бойчик І.М. Економіка підприємства : Навч. посіб./Бойчик І.М. - К. : Атіка, 2011. 528 с; 2. Комплексные оценки в системе управления предприятием / Белый А.П., Лысехко Ю.Г., Мадых А.А. и др.; Под общ. ред. Ю.Г. Лысенко. –Донецк: ООО «Юго-Восток», Лтд», 2012. 120 с; 3. Гетьман О.О. Економіка підприємства : Навч. посіб. / О.О. Гетьман, В.М. Шаповал. –К. : Центр учбової літератури, 2012. 488 с; 4. Економіка підприємства : підручник / За заг. ред. С.Ф. Покропівного.. – К. : КНЕУ, 2011. 528 с; 5. Ковальчук І.В. Економіка підприємства : Навч. посіб. / І.В. Ковальчук. – К. : Знання, 2013. – 697 с.

## ОСОБЛИВОСТІ ПРОМИСЛОВОГО МАРКЕТИНГУ

Ст. викл. каф. менеджменту та ПА Опікунова Н.В., ст. Нечаєва А.С.  
Харківський національний університет будівництва та архітектури

Промисловість – найважливіша структурна ланка господарського комплексу України. Її провідна роль в економіці визначається, тим, що, забезпечуючи всі галузі народного господарства знаряддями праці та новими матеріалами, вона є найбільш активним фактором науково-технічного прогресу і розширеного відтворення в цілому. На неї припадає 1/3 основних фондів, понад 35% населення, зайнятого в народному господарстві. Тому актуалізується проблема організації ефективної маркетингової діяльності цих підприємств, яка буде спрямована на підвищення ефективності його діяльності

Особливості промислового маркетингу та В2В–маркетингу розкриті в роботах таких авторів, як І. Акімова[1], С.Минетт[4], Оснач О.Ф[5], Уебстер Ф[6],Юлдашева О[8].. Вони розглянули поняття "промисловий маркетинг" і "В2В–маркетинг", визначили завдання та особливості промислового маркетингу, класифікацію маркетингу, природу промислових ринків. Але не були визначені подібності та відмінності промислового маркетингу і маркетингу В2В.

Для промисловості важливим аспектом є ефективний маркетинг, а на промисловому ринку він відрізняється своєю специфічною особливістю[2]. Поняття «промисловий маркетинг» розглядає Ф. Уебстер[6], він зазначив промисловий маркетинг, як продаж товарів і послуг промисловим інституційним клієнтам: державним установам, промисловим підприємствам, підприємствам, що обслуговують комунальну сферу, освітнім та медичним установам, організаціям оптової і роздрібною торгівлі[6]. Подібне визначення дав і Ф. Котлер[3], він визначив В2В маркетинг, як маркетингові відносини між двома сторонами - промисловими підприємствами [3].

На сьогодні ефективно організований бізнес є найважливішим симптомом його «фінансового здоров'я», передумовою забезпечення сталого зростання та досягнення високих кінцевих результатів господарської діяльності в цілому[1]. Тому для ефективного функціонування у кожного підприємства повинна бути своя бізнес-модель яка: описує цінність, яку організація пропонує різним клієнтам; відображає здатності організації; перелік партнерів, необхідних для створення, просування і постачання цієї цінності клієнтам; відносини капіталу, необхідні для отримання стійких потоків доходу. Існують різні види бізнес-моделей [7]. Промислові підприємства функціонують на бізнес-моделі В2В.

Оскільки мета В2В-маркетингу - забезпечення комерційних вигод компанії, за рахунок поставок товарів; надання послуг будь-яким іншим виробничим фірмам, за рахунок забезпечення їх супровідними послугами, додатковим обладнанням, постачанням витратних матеріалів і т. д.

У сучасному маркетингу виділяють такі особливості промислового маркетингу і В2В маркетингу, їх розглянемо у таблиці 1 (за джерелом[1,2,3 4]).

Таблиця 1 - Особливості промислового та В2В маркетингу[за джерелом 1,2,3,4]

№	Промисловий маркетинг	В2В маркетинг
1	Відносно вузький і стабільне коло споживачів, що ускладнює процес підвищення конкурентоспроможності товарів і послуг.	Основні вимоги:-максимальне розуміння потреб і бажань клієнта;- орієнтація на умови та стан конкуренції на галузевому ринку «В2В»; -облік специфічних особливостей джерел промислового маркетингу;- зіставлення потреб покупця та особливостей

		компанії та ін.
2	Низька ефективність застосування реклами в порівнянні зі споживчим маркетингом.	Залежність попиту на послуги і товари, даного ринку, від попиту на споживчі товари . Відповідно попит на ринку «B2B» може носити назву похідного. Тому інтенсивність і масштаб закупівель відображають попит кінцевих споживачів на товар або послугу.
3	Висока роль мережі Інтернет для просування товарів і послуг.	Технічна складність продукту . Вимагає високого ступеня новаторства, збільшує можливі ризики. Товар розглядається як комплекс продукту і послуги.
4	Необхідність адаптації рекламних повідомлень і тестів для рядових читачів, клієнтів.	Взаємозалежність покупця і продавця. Від поставок товарів залежить діяльність самого покупця, у свою чергу продавець залежить від покупця. На даному ринку у продавця обмежена і відносно стабільна кількість покупців, втрата хоча б одного з них загрожує фінансової нестійкості організації в цілому.
5	Необхідність організації технічного обслуговування проданих товарів залежно від галузевого ринку .	Складність процесу закупівлі – складність ухвалення рішення про закупівлю. Якщо у споживчому маркетингу найчастіше дане рішення приймається одним індивідом або невеликою узгодженою групою, то у випадку з маркетингом «B2B» рішення приймається групою осіб.

Отже, промисловий маркетинг дуже тісно пов'язаний з маркетингом B2B. Однак, маркетингові технології B2B, не завжди можна використовувати на промисловому підприємстві.

На жаль теорія і практика маркетингового управління ще не зайняли належного щабля в Україні, але концепція промислового маркетингу займає дуже важливе місце в діяльності будь-якого промислового підприємства. Головна увага маркетингу повинна бути спрямована на залучення споживачів у ринкову економіку, як на рівні підприємства, так і на рівні країни.

Література: 1. Акімова І. М. Промисловий маркетинг / І. М. Акімова ; [2-е изд.]. - К. : О-во "Знання", КОО, 2001. - 294 с; 2 .Васильєв Р. А. Основи маркетингу. - М: ЮНІТІ, 2005.; 3. Котлер Ф. Основи маркетингу. Пер. з англ. В. Б. Боброва. / Заг ред. О. М. Пеньковий. - М: Вид-во "Прогрес", 1999. - 736 с; 4. Минетт С. Маркетинг B2B і промисловий брендинг - Видавництво: Вільямс, 2008 р., 208 с; 5. Оснач О. Ф. Промисловий маркетинг: Навчальний посібник. - Київ: Центр навчальної літератури, 2004. - 219 с.; 6. Уебстер Ф. Основи промислового маркетингу. – Москва: Видавничий Будинок Гребенникова, - 416 с., 2005; 7. Фатхутдінов Р. А. Виробничий менеджмент. Підручник для вузів. 4-е изд. – СПб.: 2003.- 491 с; 8. Юлдашева О. У. Промисловий маркетинг: теорія і практика. Підручник. - М.: ІНФА-М, 2004.- 324 с.

## **РОЛЬ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ У СТАЛОМУ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА**

Канд. екон. наук, доц. Орлик О.В.  
Одеський національний економічний університет

В умовах ринкової економіки підприємства різних організаційно-правових форм організують свою господарську діяльність в обстановці невизначеності та



непередбачуваності зовнішнього середовища. В цих умовах роль економічної безпеки для підприємства важлива, в першу чергу, тому, що її забезпечення виступає важливим чинником сталого розвитку підприємства, підвищення його конкурентоспроможності, підтримки економічної незалежності, а активно задіяний потенціал є визначальним стабілізуючим фактором антикризового розвитку.

В сучасних умовах цільовий рівень економічної безпеки підприємства повинен забезпечувати збереження і зміцнення його позицій як на внутрішньому ринку, так і на зовнішньому (світовому), що дозволяє захищатися від виникаючих загроз, відповідати на нові виклики і на цій основі стійко розвиватися.

Якщо підприємство не забезпечило своєї економічної безпеки, воно не зможе утримати та в повному обсязі використати конкурентні переваги і забезпечити сталий розвиток. Сталий розвиток підприємства є метою, а економічна безпека являє собою його важливу умову. Чим вище рівень розвитку підприємства, тим більше воно стійко і життєздатне в умовах зовнішніх і внутрішніх загроз, що постійно виникають. Отже, сталий розвиток і економічна безпека – органічно пов'язані категорії.

Економічна безпека підприємства обумовлена взаємодією різноманітних чинників. Деякі з чинників можна вважати визначеними на конкретному відрізку часу, інші деколи схильні до значних змін за відносно короткий проміжок часу, а ряд чинників не піддається точній кількісній оцінці. Тому своєчасне виявлення, попередження і нейтралізація різних видів загроз, які дестабілізують діяльність підприємства і загрожують його економічним інтересам, визначення шляхів, механізмів та інструментів формування ефективної системи економічної безпеки, повинні стати важливими завданнями у діяльності кожного підприємства.

Сучасні умови господарювання у переважній більшості не дають можливості забезпечення економічної безпеки лише за рахунок забезпечення поточної та потенційної результативності діяльності. Необхідна спеціальна організація діяльності щодо цілеспрямованого забезпечення економічної безпеки підприємства зі створенням системи економічної безпеки. За оцінками іноземних експертів, витрати на створення системи безпеки підприємства і її оптимальне функціонування можуть досягати 25% витрат на весь процес виробництва [1].

Система економічної безпеки підприємства повинна бути побудована з дотриманням певних вимог: управлінська та економічна незалежність, яка зумовлює не лише наявність власних ресурсів, свободу вибору, прийняття рішень, форм контролю тощо, а й певну взаємозалежність суб'єктів економічної безпеки на рівні підприємства; вимога створення стабільних умов для стійкої та передбачуваної роботи підприємства зі стримування факторів дестабілізації; здатність системи економічної безпеки підприємства до саморозвитку й прогресу в умовах, що змінюються [2, с. 140-141].

Мета забезпечення економічної безпеки підприємства реалізується на декількох рівнях. Нормальний рівень організації економічної безпеки забезпечує ефективність фінансово-економічної діяльності (прибутковість) підприємства. Середній рівень забезпечує надійність і незалежність функціонування підприємства. Мінімальний рівень організації економічної безпеки забезпечує функціонування підприємства за наявності порушень.

Кожне підприємство представляє собою систему, що включає основні елементи і зв'язки між ними. Якраз по лініях внутрішніх і зовнішніх зв'язків системи підприємства і можуть реалізуватися загрози його економічній безпеці.

Проблеми економічної безпеки виникають перед кожним підприємством не тільки в кризові періоди, але і при роботі в стабільному економічному середовищі.

У режимі стійкого функціонування підприємство при вирішенні завдань економічної безпеки акцентує головну увагу на підтримці нормального ритму виробництва і збуту продукції, на запобіганні матеріального і/або фінансового збитку, на недопущенні несанкціонованого доступу до службової інформації і руйнування

комп'ютерних баз даних, на протидії недобросовісній конкуренції і протиправним проявам. У кризові періоди найбільшу небезпеку для підприємства представляє руйнування його потенціалу (виробничого, технологічного, науково-технічного і кадрового), як головного чинника життєдіяльності підприємства, його можливостей. При цьому умови господарювання такі, що не забезпечується здатність потенціалу до відтворення.

Виробнича сфера ефективно працюючого підприємства, якщо вона вчасно піддається необхідній модернізації, не є джерелом економічної небезпеки як для колективу підприємства і його власника, так і для тих агентів ринку, які користуються продукцією підприємства, тобто його суміжників і споживачів.

Складність завдання забезпечення економічної безпеки полягає в тому, наскільки керівники підприємства, його підрозділів, відділів, менеджери забезпечать умови нормальної діяльності підприємства шляхом нейтралізації (зниження, прийняття) небезпек та загроз, різних дестабілізуючих факторів. Доцільною є розробка концепції економічної безпеки підприємства, розробка алгоритму дій суб'єкта господарювання, який забезпечить прийняття комплексу таких заходів та кроків, які не дали б підприємству можливості опуститися за критичну межу і втратити свою економічну незалежність. Необхідним є також розрахунок фінансування можливих варіантів дій та вибір оптимального варіанту, обов'язковий контроль забезпечення на практиці ефективної нейтралізації загроз економічній безпеці підприємства. Це дозволить системі економічної безпеки забезпечити ефективну діяльність підприємства, його сталий розвиток і тривале ведення бізнесу.

Про позитивну дієвість системи забезпечення економічної безпеки на підприємстві зможуть свідчити певні економічні сигнали: оптимальні значення статей балансу; достатня кількість обігових коштів; отримання прибутків від реалізації продукції; перевищення отриманого чистого доходу над витратами; підвищення попиту на продукцію підприємства; поліпшення показників діяльності підприємства; оптимальний механізм ціноутворення; наявність договірної дисципліни, юридичної служби, перспективного планування, джерел довгострокового фінансування капіталовкладень; відсутність незавершених капіталовкладень; зниження дебіторської та кредиторської заборгованостей [3, с. 90].

Підприємству необхідно здійснювати постійний моніторинг та реалізовувати превентивні заходи, спрямовані на недопущення настання загроз, що виникають в процесі виробничо-господарської діяльності підприємства.

Література: 1. Андрощук Г. Інститут комерційної таємниці в системі економічної безпеки. URL: <http://www.pressreader.com/ukraine/yurydychna-gazeta/20150929/281913066920726> (дата звернення: 25.04.2020). 2. Овчаренко Є. І. Система економічної безпеки підприємства: ознаки та принципи функціонування // Економіка. Менеджмент. Підприємництво. 2012. № 24(II). С. 133-143. 3. Орлик О. В. Теоретичні аспекти забезпечення фінансово-економічної безпеки підприємств // Вісник соціально-економічних досліджень : зб. наук. праць. 2015. Вип. 1(56). С. 84-92.

## **СТАТИСТИЧНІ МЕТОДИ ВИМІРЮВАННЯ ВЗАЄМОЗВ'ЯЗКІВ**

Канд. екон. наук, доц. Пакуліна А.А., здобувач вищої освіти Гуца Я.С.  
*Харківський національний університет будівництва та архітектури*

Діяльність людей в багатьох випадках передбачає роботу з даними, а вона в свою чергу може мати на увазі не тільки оперування ними, але і їх вивчення, обробку та аналіз. Наприклад, коли потрібно ущільнити інформацію, знайти якісь взаємозв'язки або визначити структури. І якраз для аналітики в цьому випадку дуже зручно

користуватися не тільки різними техніками мислення, а й застосовувати статистичні методи.

Особливістю методів статистичного аналізу є їх комплексність, обумовлена різноманіттям форм статистичних закономірностей, а також складністю процесу статистичних досліджень.

Статистичне дослідження може проводитися за допомогою наступних методик:

- статистичне спостереження;
- зведення і групування матеріалів статистичного спостереження;
- абсолютні і відносні статистичні величини;
- варіаційні ряди;
- вибірка;
- кореляційний і регресійний аналіз;
- ряди динаміки.

Статистичне спостереження є планованим, організованим і в більшості випадків систематичним збором інформації, спрямованим, головним чином, на явища соціального життя. Реалізується даний метод через реєстрацію попередньо визначених найбільш яскравих ознак. Його мета полягає в одержанні характеристик досліджуваних явищ.

Зведення матеріалів статистичного спостереження представляє собою процес обробки певних одиничних фактів, які утворюють загальну сукупність даних, зібраних під час спостереження. Якщо зведення проводиться грамотно, величезна кількість одиничних даних про окремі об'єкти спостереження може перетворитися в цілий комплекс статистичних таблиць і результатів. Таке дослідження сприяє визначенню спільних рис і закономірностей досліджуваних явищ.

Що ж стосується угруповання, то цей процес відрізняється поділом досліджуваних даних на групи за ознаками. Особливості поставлених статистичним аналізом завдань впливають на те, яким саме буде угруповання: типологічним, структурним або аналітичним. Саме тому для зведення і угруповання або вдаються до послуг вузькопрофільних фахівців, або застосовують конкретні техніки мислення.

Абсолютні величини вважаються найпершою формою подання статистичних даних. З їх допомогою вдається надати явищам розмірні характеристики, наприклад, за часом, по протяжності, за обсягом, за площею, за масою і т.д.

Відносні величини можуть бути різними, що залежить від їх змістовної частини. Наприклад, існують величини порівняння, величини рівня розвитку, величини інтенсивності конкретного процесу, величини координації, структури, динаміки і т.д.

Щодо варіаційних рядів, у деяких випадках даних про середні показники тих чи інших досліджуваних величин може бути недостатньо, щоб провести обробку, оцінку і глибокий аналіз якогось явища або процесу. Тоді до уваги слід брати варіацію або розкид показників окремих одиниць, який теж представляє собою важливу характеристику досліджуваної сукупності.

Сенс вибіркового методу (вибірки) полягає в тому, що за властивостями однієї частини визначаються чисельні характеристики цілого (це називається генеральною сукупністю). Основою вибіркового методу є внутрішній зв'язок, що об'єднує частини і ціле, одиничне і загальне.

Кореляційний аналіз та регресійний аналіз - це два високоефективних метода, що дозволяють проводити аналіз великих обсягів даних для вивчення можливого взаємозв'язку двох або більше показників.

За допомогою рядів динаміки статистичного аналізу дуже зручно визначати інтенсивність або швидкість, з якою розвиваються явища, знаходити тенденцію їх розвитку, виділяти коливання, порівнювати динаміку розвитку, знаходити взаємозв'язок розвитку явищ в часі.

## СТАТИСТИЧНА ЗВІТНІСТЬ ЯК ОСОБЛИВА ФОРМА ОРГАНІЗАЦІЇ ЗБОРУ ДАНИХ

Канд. екон. наук, доц. Пакуліна А.А., здобувач вищої освіти Гуца Я.С.  
*Харківський національний університет будівництва та архітектури*

Статистична звітність - особлива форма організації збору даних, притаманна тільки державній звітності. Вона проводиться відповідно до державної програми статистичних робіт.

Державна політика в галузі статистики спрямована на створення єдиної системи обліку та статистики на всій території України і узгодження її з міжнародними стандартами і методологією. Організація статистики в Україні здійснюється відповідно до Конституції України та визначається виключно законами.

Дані статистичної звітності надходять від підприємств і організацій (респондентів) до органів державної статистики - або в міській управління, або прямо в районні, обласні управління статистики. Після перевірки даних, що надійшли вони розробляються: складаються зведені таблиці за формами, встановленими Держкомстатом України. Дані узагальнюються по галузях, організаційно-правовим формам, формам власності, територіям і т.д. Зведені таблиці з місцевих статистичних органів відправляються до Держкомстату України, де складаються зведені таблиці по країні в цілому, розраховуються зведені показники з урахуванням тих самих угруповань даних (по галузях, територіям, формам власності і т.д.). Місцеві органи державної статистики, як правило, проводять додаткові розробки даних звітності по замовленнях місцевої адміністрації і наукових організацій.[1]

Респонденти зобов'язані безкоштовно, в повному обсязі, за формою, передбаченою звітно-статистичною документацією, у визначені терміни подавати органам державної статистики достовірну статистичну інформацію, у тому числі з обмеженим доступом, і дані бухгалтерського обліку.

Органи державної статистики мають право отримувати безкоштовно, в порядку та строки, встановлені спеціально уповноваженим центральним органом виконавчої влади в галузі статистики, від усіх респондентів, включаючи центральні та місцеві органи виконавчої влади, органи місцевого самоврядування, банки, громадяни - суб'єктів підприємницької діяльності та фізичних осіб, які підлягають статистичним спостереженням, і використовувати первинні та статистичні дані, дані бухгалтерського обліку, іншу необхідну для проведення статистичних спостережень інформацію, в тому числі інформацію з обмеженим доступом, а також пояснення, що до них додаються.

Відомості про діяльність підприємств, організацій надходять у статистичні органи у встановлені терміни в вигляді певних документів (звітів). Бланки таких звітів називають формами статистичної звітності. Кожна з них має свій шифр і назву.

Неподання органам державної статистики даних для проведення державних статистичних спостережень або подання їх недостовірними, не в повному обсязі, не за формою, передбаченою звітно-статистичною документацією, чи із запізненням; незабезпечення відповідного стану первинного обліку; порушення порядку ведення Єдиного державного реєстру підприємств та організацій України - тягне за собою накладення штрафу на громадян - від трьох до п'яти неоподатковуваних мінімумів доходів громадян, на посадових осіб та громадян - суб'єктів підприємницької діяльності - від десяти до п'ятнадцяти неоподатковуваних мінімумів доходів громадян.

Важливою функцією державної статистики є визначення кола підзвітних одиниць. З цією метою всі підприємства, організації, об'єднання незалежно від форми власності, а також громадяни, які займаються підприємницькою діяльністю, подають до органів державної статистики установчі документи для присвоєння ідентифікаційних кодів, визначення класифікаційних ознак і кодування на підставі національних

статистичних класифікацій України (наприклад, КВЕД) для включення до Єдиного державного реєстру підприємств та організацій України (ЄДРПОУ).

Єдиний державний реєстр підприємств та організацій України - автоматизована система збору, накопичення та обробки даних про всіх юридичних осіб, їх філії, представництва та інші відокремлені структурні підрозділи, що знаходяться на території України, а також про юридичних осіб, їх філії, представництва та інші відокремлені структурні підрозділи, що знаходяться за межами України і створені за участю юридичних осіб України.

Єдиний державний реєстр підприємств та організацій України забезпечує єдиний державний облік та ідентифікацію всіх перерахованих вище суб'єктів і є основою для проведення державних статистичних спостережень.

Таким чином, звітність дає необхідну інформацію для державних органів управління. Дані звітності дозволяють стежити за динамікою обсягу промислового виробництва і продукції інших галузей народного господарства, оцінювати комплексність розвитку країни і регіонів, вивчати співвідношення різних форм власності по галузях і регіонах і порівнювати ефективність діяльності державних і недержавних підприємств і організацій.

Велике значення мають стабільність звітності, зміст її форм. Тільки за цієї умови забезпечується можливість побудови протяжних рядів динаміки, а значить виявлення тенденцій, аналізу коливання, розробки прогнозів. Звичайно, зміст звітності - перелік форм, показників - змінюється з часом, але перш ніж внести будь-які зміни, потрібно вирішити, чи є воно дійсно необхідним. Адже звітність готують десятки тисяч працівників бухгалтерій і фінансових відділів підприємств і організацій. Очевидно, що така масова форма збору даних може давати надійні дані, якщо вона стабільна.

Література: 1.Кулинич О. І. Теорія статистики : [підруч.] / О. І. Кулинич, Р. О. Кулинич. – [6-те вид., переробл. і доп.]. – К. : Знання, 2013.

## **УЗАГАЛЬНЮЮЧІ СТАТИСТИЧНІ ПОКАЗНИКИ**

Канд. екон. наук, доц. Пакуліна А.А., здобувач вищої освіти Гуща Я.С.  
*Харківський національний університет будівництва та архітектури*

Узагальнюючі статистичні показники відображають кількісну сторону досліджуваної сукупності суспільних явищ. Вони являють собою статистичну величину, виражену відповідною одиницею виміру. Узагальнюючі показники характеризують обсяги досліджуваних процесів, їх рівні, співвідношення і т. д.

В узагальнюючих показниках відображаються результати пізнання кількісної сторони досліджуваних явищ.

Побудова статистичних показників - це одна з найбільш найважливіших завдань статистичної науки.

Статистичний показник - це кількісна характеристика соціально-економічних процесів і явищ.

Статистичні показники мають взаємозалежні кількісну і якісну сторони. Якісна сторона статистичного показника відбивається в його змісті до конкретного розміру ознаки. Кількісна сторона показника - це його числове значення.

Ряд функцій, які виконують статистичні показники, - це перш за все пізнавальна, управлінська (контрольно-організаторська) і стимулююча функції.

Статистичні показники в пізнавальній функції характеризують стан і розвиток досліджуваних явищ, напрям і інтенсивність розвитку процесів, що відбуваються в суспільстві.

Узагальнюючі показники - це база аналізу та прогнозування соціально-економічного розвитку окремих районів, областей, регіонів і країни в цілому. Кількісна сторона явищ допомагає проаналізувати якісний бік об'єкта і проникає в його сутність.

Управлінська функція є одним з найбільш важливих елементів процесу управління на всіх його рівнях.

Показники, які застосовуються для вивчення статистичної науки, поділяють на групи за такими ознаками:

1) по суті досліджуваних явищ - це об'ємні, що характеризують розміри процесів, і якісні, які висловлюють кількісні співвідношення, типові властивості досліджуваних сукупностей;

2) за ступенем агрегування явищ - це індивідуальні, які характеризують одиничні процеси, і узагальнюючі, що відображують сукупність в цілому або її частини;

3) в залежності від характеру досліджуваних явищ - інтервальні і моментні. Дані, що відображають розвиток явищ за певні періоди часу, називають інтервальними показниками, це статистичний показник, який характеризує процес зміни ознак. До моментних показників відносять показники, які відображають стан явища на певну дату (момент);

4) в залежності від просторової визначеності розрізняють показники: федеральні - характеризують досліджуваний об'єкт в цілому по країні; регіональні та місцеві - ці показники відносяться до певної частини території або окремих об'єктів;

5) залежно від властивостей конкретних об'єктів і форм виразів статистичні показники поділяються на відносні, абсолютні і середні.[1]

Для правильності відображення в статистичних показниках досліджуваних явищ або процесів, що протікають необхідно виконувати наступні вимоги:

1) при побудові статистичних показників необхідно спиратися на положення економічної теорії, статистичну методологію та досвід статистичних робіт управління торгівлею; прагнути до того, щоб показники висловлювали сутність досліджуваних явищ і давали їм точну кількісну оцінку;

2) необхідно отримувати повну статистичну інформацію як за охопленням одиниць досліджуваного об'єкта, так і по комплексному відображенню всіх сторін статистичного процесу;

3) забезпечувати порівнянність статистичних показників за допомогою однаковості вихідних даних в просторових і часових відносинах, а також застосовувати однакові одиниці виміру;

4) ступінь точності одержуваної інформації, на основі якої будуть обчислюватися показники, повинна бути підвищеною. Статистичні показники взаємозалежні, тому вони розглядаються в певному зв'язку, оскільки по одному показнику, що характеризує одну або кілька сторін статистичного явища, не можна скласти повне уявлення по досліджуваному процесі.

Для розробки системи показників потрібно глибоко вивчити сутність аналізованого об'єкта і точно сформулювати цільову установку процесу дослідження з виділенням головної ланки у всій досліджуваній сукупності статистичних показників.

Систему статистичних показників утворює сукупність взаємопов'язаних показників, які мають однорівневу або багаторівневу структуру. Система статистичних показників націлена на вирішення конкретного завдання.

Системи статистичних показників мають різний масштаб. Наприклад, вони характеризують діяльність магазину, асоціації, торгівлі району, області і т. д. Виділяються підсистеми показників, з їх допомогою вивчають певні сфери діяльності підприємств галузі, наприклад, підсистема показників по праці, матеріальних ресурсів, фінансових коштів та ін.

Література: 1.Кулинич О. І. Теорія статистики : [підруч.] / О. І. Кулинич, Р. О. Кулинич. – [6-те вид., переробл. і доп.]. – К. : Знання, 2013. – 239 с

## СТАТИСТИЧНЕ СПОСТЕРЕЖЕННЯ ЯК МЕТОД СТАТИСТИЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ

Канд. екон. наук, доц. Пакуліна А.А., здобувач вищої освіти Гуца Я.С.  
*Харківський національний університет будівництва та архітектури*

Статистичне спостереження - найважливіший метод статистичного дослідження.

Статистичне спостереження - це збір відомостей, що полягає в реєстрації ознак і фактів, які характеризують кожну одиницю досліджуваної сукупності. Дані про кожну одиницю спостереження є результатом статистичного обліку і являють собою первинну інформацію. В результаті статистичного спостереження утворюється сукупність первинної інформації. Статистичне спостереження повинне являти собою планомірну, систематичну і науково обґрунтовану роботу зі збору масових даних про явища і процеси соціально-економічного життя шляхом реєстрації істотних ознак за заздалегідь розробленою програмою.

Планомірність статистичного спостереження полягає в тому, що воно готується за спеціально розробленим планом і проводиться в кілька етапів:

- організаційно-підготовчі роботи,
- збір первинних даних,
- контроль зібраної інформації.

Системність передбачає, що програма статистичного спостереження входить в програму всього статистичного дослідження і включає питання методології, організації, техніки збору інформації, контролю її достовірності та оформлення підсумкових результатів.

Наукова обґрунтованість зобов'язує дослідників детально вивчити об'єкт з точки зору якостей, властивостей і ознак, що характеризують об'єкт; провести експериментальні розрахунки і пробні обстеження; розробити нову або підібрати готову методіку проведення статистичного дослідження.

Розробка програми спостереження вимагає колективних зусиль багатьох фахівців відповідних галузей знань. Вона охоплює наступні програмно-методологічні питання:

- постановку мети і завдань спостереження,
- визначення об'єкта спостереження і його кордонів,
- встановлення одиниці спостереження і звітної одиниці,
- складання переліку ознак, що характеризують одиницю спостереження,
- вибір методів, видів, форм і способів організації спостереження.

Мета обстеження визначає всі наступні етапи і дії по проведенню статистичного спостереження. Мета визначається виходячи з основних гіпотез і передбачуваних результатів проведеного дослідження. Конкретні завдання дослідження визначають ті відомості, які повинні бути отримані в процесі спостереження.

За організаційною формою статистичне спостереження ділиться на звітність і спеціально організоване обстеження.

Звітність - це така форма статистичного спостереження, при якій статистичні органи у визначені терміни отримують від підприємств і установ необхідні дані у вигляді встановлених в законному порядку звітних документів, підписаних особою, зазвичай керівником, відповідальних за надання даних і достовірність відомостей, що повідомляються.

Спеціально організоване обстеження проводиться в тих випадках, коли необхідно отримати відомості за показниками, непередбачуваних статистичною

звітністю, або потрібно уточнити чи доповнити дані тієї чи іншої звітності, або провести детальне, всебічне обстеження будь-яких об'єктів. Найбільш відоме з них є перепис населення.

Види статистичного спостереження визначаються по періодичності спостереження і за ступенем охоплення.

Види по періодичності поділяються на поточне (безперервне), перервне і моніторинг.

При поточному (безперервному) спостереженні факти реєструються в міру їх виникнення, тобто враховуються постійно, безперервно. Наприклад, реєстрація народження, смерті і укладення шлюбу в актах цивільного стану. Характерною ознакою неперервного спостереження є відсутність періодичності.

Перервне спостереження проводиться періодично, тобто через рівні проміжки часу. Прикладами таких спостережень можуть служити реєстрація цін на товари і послуги, що здійснюється щомісяця або обстеження бюджетів домашніх господарств, яке ведеться за різної періодичності.

Моніторинг - вид безперервного спостереження за спеціально розробленою програмою спостереження зі змінною періодичністю, яка залежить від інтенсивності розвитку спостережуваного явища.

## **ВИВЧЕННЯ ІСТОРІЇ СТАТИСТИЧНОЇ НАУКИ І ПРАКТИКИ**

Канд. екон наук, доц. Пакуліна А. А., здобувач вищої освіти Демакова Д. Ю.  
*Харківський національний університет будівництва та архітектури*

Питання про вивчення історії науки не викликає сумнівів. Більш того, ступінь розвитку науки визначається рівнем вивченості її історії.

Історія виникнення і розвитку статистики сягає своїм корінням в глибоку старовину. Інтерес до статистичних даних виник ще в стародавніх суспільствах Месопотамії, Індії, Китаю, Єгипту, Греції, Риму. Уявлення древніх товариств про економічне, соціальне, політичне пристроях держави були складовою частиною різних релігійних або філософських систем. Уже в Біблії вказані правила господарського життя стародавнього суспільства, поняття справедливості, власності, принципи організації статистичних досліджень.

З цих письмових джерел відомі свідчення про проведення переписів населення - його соціального і демографічного складу, ставлення до військової служби і можливості участі в державному управлінні, рівня економічного добробуту і т. п. - вже в III тисячолітті до н. е. [Федорович, 1894, с. 10].

В історії пізнання соціально-економічних процесів статистичне дослідження як інформаційний інструмент утвердилося з зародженням цивілізації, з часу поширення писемності. Разом з тим, як наука статистика оформилася порівняно пізно, десь на рубежі XVII-XVIII ст. як інститут, який здійснював статистичну діяльність виникла в період античності, але статистичні знання і практика, йдучи в сиву давнину, нерозривно пов'язані з функцією зворотного зв'язку, оскільки древні народи з моменту формування державності та виникнення потреб, пов'язаних із забезпеченням функціонування державної системи при різних підрахунках фактично користувалися найпростішими методами статистики, але ніколи не виділяли її і не визначали. Не було теоретичного осмислення і оформлення застосовуваних методів.

Тільки з сучасної точки зору можна відзначити, що стародавні суспільства в своїх різних обчисленнях користувалися статистичними методами і оперували в простій формі її поняттями. Вивчення стародавнього пласта еволюції емпіричних досліджень аж до ранніх розробок концепцій організації статистичного обліку є в даний час актуальним напрямком, оскільки вказує на спадкоємність і закономірність



розвитку сучасних статистичних методів вивчення соціально-економічної реальності, більш виражено підкреслює щось нове, що принесено в сучасне дослідження розвитком техніки, виробництвом, соціально-економічних відносин. У зв'язку з цим одним із завдань нашого дослідження є розробка класифікації підходів з вивчення історії статистики, яка може доповнити курс дисципліни «Історія статистики».

Різноманіття сфер застосування поняття «статистика» призвело до багатоаспектного розгляду даного явища. Сучасні визначення в науці - це виклад концепцій, точок зору, яких може бути багато для будь-якого фундаментального поняття, і всі вони відображають якусь істотну сторону визначається поняття. Це відноситься і до поняття статистики.

Розуміючи під статистикою сукупність відомостей адміністративного характеру, що збираються для цілей управління, необхідно визнати її існування в найдавніші часи освіти держав. У своїй роботі «Історія і теорія статистики в монографіях» Ю. Е. Янсон підкреслює, якщо при вживанні термінів статистика і статистичні спостереження ставить більш суворі вимоги по відношенню до відомих систематичним спостереженнями, то і тоді слід визнати, що у деяких східних і класичних народів давнини були великі і чудові адміністративно-статистичні установи, але тільки для практичних цілей [Янсон, 1879, с. 6].

Дане поняття наповнюється різним змістом в кожному конкретному випадку, виходячи з контексту і ситуації. У зв'язку з різноманіттям визначення «статистика» типологія підходів до вивчення історії статистики може будуватися за різними критеріями. Тому до теперішнього часу в науковій літературі відсутня єдина, чітка класифікація підходів до вивчення історії статистики за основними ознаками. Нами систематизована література з досліджуваної проблематики і розроблена класифікація підходів до вивчення історичного розвитку статистики, на основі виділених ознак запропоновані аспекти її дослідження.

Вивчення історії статистики за призначенням і функціональні ролі передбачає з'ясування соціальної основи статистики на кожному етапі її розвитку, визначення її соціальних функцій в різні епохи і того, як вони здійснювалися; необхідність вивчення статистичних концепцій в органічному зв'язку з соціально-економічної та суспільно-політичним життям тієї епохи, коли ці концепції розроблялися.

Поклавши в основу вивчення тематику статистичних досліджень доцільно провести аналіз їх проблематики, її розвитку і розширення як найважливішого прояви прогресу статистичного пізнання і як прояв соціально-економічних і політичних вимог даної історичної епохи.

Вивчення організації і форм науково-дослідної та практичної роботи в області статистики, включаючи систему наукових установ і центрів; питання підготовки кадрів, видавничої діяльності та т. д. відповідає дослідженню історії статистики по організаційної структурі.

Дослідження історії статистики можливо на різних рівнях - від глобального, державного, регіонального аж до засновницької і певного наукового колективу.

Кожен елемент побудованої класифікації є самостійний напрям по дослідженню історичного розвитку статистики, що дає можливість поєднання декількох підходів в залежності від цілей дослідження. Використовуючи запропоновану класифікацію, можна провести комплексне дослідження еволюційного розвитку статистичної науки і практики.

Література: 1. Федорович Л. В. Історія і теорія статистики з XX таблицями графічних зображень. - Одеса, 1894. 2. Янсон Ю. Е. Історія та теорія статистики в монографіях. - Санкт-Петербург: видання Л.Ф. Пантелєєва, 1879.

## СТАТИСТИЧНИЙ АНАЛІЗ ЗАХОДІВ БОРОТЬБИ З АЛКОГОЛЕМ В СВІТІ

Канд. екон наук, доц. Пакуліна А. А., здобувач вищої освіти Демакова Д. Ю.  
*Харківський національний університет будівництва та архітектури*

У 2010 році була прийнята «Глобальна стратегія скорочення шкідливому вживанню алкоголю» за допомогою ефективних заходів політики, яка передбачає спільну роботу країн по даній проблемі.

Які заходи по боротьбі з шкідливим вживанням алкоголю є ефективними, а які - ні?

Для дослідження були відібрані спостереження за 98 країнам і 13 факторів - заходам, що обмежують споживання спиртних напоїв:

- загальне споживання чистого алкоголю на людину в рік, в літрах
- обмеження на рекламу алкоголю;
- обмеження за часом на продаж алкогольних напоїв;
- просторові обмеження на продаж алкогольних напоїв;
- наявність ліцензії на виробництво і продаж алкоголю;
- акцизний податок;
- державна монополія на виробництво і продаж алкоголю;
- вікові обмеження на продаж алкогольних напоїв;
- максимально допустима концентрація алкоголю в крові водія;
- заходи боротьби з контрабандою алкогольної продукції;

Середнє значення споживання чистого спирту на людину в рік склало 8,42 л. зі стандартним відхиленням 5 л. У 48 країнах з 90 даний показник перевищує допустимий рівень споживання алкоголю.

Найвищі його значення на 2008 рік зареєстровані в Білорусі - 18,85 л., Україна - 17,47 і в Естонії - 17,24, а самими «непьющими» країнами виявилися Єгипет - 0,32 л. і Нігер - 0,34.

Середня величина акцизного податку становить 22,2% від роздрібною ціни на алкоголь зі стандартним відхиленням на 15,7%. Африканська країна Замбія встановила найвищий акциз на всі алкогольні напої, що становить 70%, Монголія - 50,83% і Мозамбік - 50%, а повне відсутність податку спостерігається в Італії, Індії, Узбекистані, Україні та Іспанії

В ході проведення кластерного аналізу були виділені чотири основні групи країн:

I. Група мусульманських країн, в яких алкоголь повністю заборонений (Афганістан, Іран, Мальдіви, Мавританія, Пакистан, Саудівська Аравія, Сомалі та Судан).

II. Держави зі строгими заходами. Для цієї групи характерні високий акцизний податок (у порівн. 44,75%), вимога ліцензії на виробництво і продаж алкоголю (86% країн), строгі обмеження по годинах на продаж алкоголю. Тільки для держав цієї групи споживання дешевих і небезпечних для здоров'я напоїв є проблемою (через цінову недоступності і обмеження часу продажу).

III. Держави з середніми заходами;

IV. Держави зі слабкими заходами характеризуються низьким акцизним податком (7,17% в середньому по групі), слабкими обмеженнями на продаж і розповсюдження алкогольних напоїв;

Споживання чистого спирту на душу населення на рік в ісламських країнах незначне (в середньому 0,57л.). У двох останніх групах середнє споживання алкоголю практично не відрізняється: 10,19 і 10,26 л.

Значно менше цей показник в країнах, де проводиться більш сувора політика щодо алкоголю - 6,79л.

На основі кореляційного і регресійного аналізу можна зробити висновок, що на рівень споживання алкоголю значущий вплив надають обмеження рекламної політики алкогольних напоїв, введення ліцензії, а також величина акцизного податку.

Обмеження реклами надає як негативний ефект на рівень споживання алкоголю, що спостерігається в країнах зі слабкою алкогольною політикою держави, так і позитивний - в державах зі строгими заходами.

Так як в трьох останніх групах рівень споживання алкоголю знижується під впливом двох показників: вимоги ліцензії та акцизного податку, то ці два заходи можна вважати ефективними.

Такі фактори, як обмеження продажу алкоголю по годинах, встановлення максимально допустимої концентрація алкоголю в крові водія, вікові обмеження на придбання алкогольної продукції, політика проти контрабанди алкоголем, а також попереджувальні написи про шкodu спиртних напоїв опинилися несуттєвими в рамках даного дослідження.

### **СТАТИСТИЧНІ СПОСТЕРЕЖЕННЯ: ПРОГРАМА ПРОВЕДЕННЯ ТА КОНТРОЛЬ**

Канд. екон наук, доц. Пакуліна А. А., здобувач вищої освіти Демакова Д. Ю.  
*Харківський національний університет будівництва та архітектури*

Для того, щоб отримати ту або іншу інформацію про становище країни, її економічний розвиток, матеріальний і культурний рівень суспільства необхідно робити статистичні спостереження, у свою чергу, складаються з декількох етапів: статистичне спостереження, зведення і групування зібраних матеріалів, аналіз результатів зведення.

Статистичне спостереження - це поетапне, систематичне, науково організоване збирання даних про прояви суспільного життя, шляхом реєстрації їх значущих ознак.

Мета статистичних спостережень полягає в придбанні цілковитої і правдивої інформації в короткі терміни про об'єкт спостереження.

Статистичне спостереження складається з наступних елементів:

1. Проектування спостереження - розробка плану статистичного спостереження, який охоплює організаційні та програмно-методологічні питання проведення;
2. Підготовка спостереження - опрацювання інструментів, необхідних для спостереження, таких як тестове проведення, друк бланків, перевірка реєстрів об'єктів і так далі;
3. Виконання спостереження - процес фіксації фактів і явищ;
4. Контроль отриманих даних.

Статистичне спостереження завжди реалізується відповідно до чітко підготовленою програмою спостереження. Програма спостереження - питання, на які потрібно отримати відповіді при даному спостереженні. Виконання цієї програми залежить від того, що взяли за одиницю сукупності.

Об'єктом статистичного спостереження є суспільні явища і процеси. Говорячи про статистичні спостереження, доцільно позначити три її організаційні форми:

1. Звітність - метод отримання статистичної інформації від юридичних осіб.;
2. Спеціально організоване статистичне спостереження;
3. Регістри.

Крім організаційних форм, існують види статистичного спостереження:

1. За часом проведення: поточне, перервне;
2. За охопленням одиниць сукупності: суцільне, несуцільне (спостереження основного масиву монографічне, вибіркове).

Отримання статистичних даних здійснюється за трьома способами:

1. Безпосереднє спостереження - реєстрація конкретних ознак шляхом вимірювання, підрахунку, зважування і т. п.;
2. Документальний спосіб - для збору даних використовуються різні документи;
3. Опитування - для тих випадків, коли неможливо встановити дані шляхом безпосереднього спостереження.

Але навіть при добре спланованою програмою спостереження вірогідні помилки спостереження. Вони можуть з'являтися при зборі статистичних даних, заповненні бланків і звітів, розбіжності між даними і т. д.. З огляду на це, розрізняють помилки реєстрації та репрезентативності. Перші, у свою чергу, діляться на випадкові, які утворюються в результаті випадкових величин, і систематичні, які трапляються через нечітку або незрозумілою програмою спостереження.

Якщо помилки реєстрації властиві будь-якому статистичному спостереженню (суцільному і несучільному), то помилки репрезентативності - тільки несучільних спостережень. Вони характеризують розбіжності між значеннями показника, отриманого в обстежуваній сукупності, і його значенням по вихідній (генеральній) сукупності. Помилки репрезентативності також можуть бути випадковими і систематичними. Помилки репрезентативності:

1. Випадкові помилки виникають, якщо відібрана сукупність в повному обсязі відтворює всі ознаки генеральної сукупності і величину цих помилок можна оцінити.

2. Систематичні помилки репрезентативності можуть виникати, якщо порушений сам принцип відбору одиниць з вихідної сукупності. У цьому випадку проводяться перевірка повноти зібраних даних, арифметичний контроль точності інформації на предмет її вірогідності, перевірка логічного взаємозв'язку показників.

Для того, щоб дані були точними і вірогідними за ними необхідний бути контроль, буває трьох видів:

1. Зовнішній;
2. Арифметичний;
3. Логічний.

Зовнішній контроль криється в перевірці правильності оформлення статистичних бланків, наявності та повноти записів, охоплення всіх одиниць сукупності, наявності відповідей на всі питання.

Вже після виконання зовнішнього контролю проводиться арифметичний і логічний контроль. Арифметичний контроль - перевірка всіх математичних дій і підсумків, які проводилися при заповненні бланків. Логічний контроль - це зіставлення відповідей на взаємопов'язані питання програми спостереження.

В процесі логічного контролю можуть бути зафіксовані нереальні або мало правдоподібні відповіді. Для того, щоб статистичні дані були вірогідними необхідно знизити або зовсім уникати помилок. Це ми можемо зробити наступним чином: провести якісний первинний облік, впровадити наукові рекомендації з питань перевірки вірогідності даних, найняти кваліфікованих кадрів - статистиків, автоматизувати статистичні роботи і т. д..

Таким чином, як гарно не була б створена програма спостереження - можливі помилки, за якими завжди здійснюється контроль. Статистичне спостереження дуже важлива частина статистичного дослідження в цілому. Недостатнє опрацювання програмно-методологічних та організаційних аспектів статистичного спостереження, відсутність логічного і арифметичного контролю зібраних даних, недотримання принципів формування груп в кінцевому підсумку можуть привести до абсолютно помилкових висновків. Тому важливо щоб всі отримані дані були повними і достовірними, адже за допомогою статистичних даних досліджують багато соціально-економічні процеси і явища, такі як обсяги валового внутрішнього продукту і національного доходу, виявити основні тенденції розвитку галузей економіки, оцінити

рівень інфляції, аналіз стану фінансових і товарних ринків, досліджувати рівень життя населення та інші.

Література: 1. <http://studies.in.ua/pravova-statistika-lekcii/3830-tema-3-statistichne-sposterezhennya.html> 2. <https://buklib.net/books/22793/>

## МЕТОДИ СТАТИСТИЧНОГО ВИВЧЕННЯ РИНКІВ

Канд. екон наук, доц. Пакуліна А. А., здобувач вищої освіти Демакова Д. Ю.  
*Харківський національний університет будівництва та архітектури*

Ринок - це місце, де в сучасній економічній системі здійснюються всі господарські операції. Високі комерційні ризики, регулювання ринкових процесів на різних рівнях управління і т.д. - все це вимагає організації постійних і глибоких статистичних досліджень ринкового механізму.

Останнім часом використання комп'ютерів стало доступнішим, тому спостерігається тенденція бачити усе лише з кількісної точки зору. Кількісний підхід вважається прогресивнішим і точнішим, але це не так. Цифри потрібно використовувати там, де це в цьому є необхідність. Головне — правильно інтерпретувати зміст отриманих на основі аналізу результатів. Для цього перед початком дослідження співробітники або сторонні організації, яким доручається здійснювати маркетингове дослідження, повинні ознайомитись із його конкретно сформульованою метою та завданнями, а також із переліком питань, на які необхідно одержати відповідь.

Статистика дає змогу побачити стан ринку, охарактеризувати його структуру і динаміку, оцінити його коливання, виявити комплекс ринкових факторів і побудувати прогнози його подальшого розвитку. [Лопатников 2003, с. 344]

Завданнями статистичного вивчення ринку є визначення збалансованості товарної і грошової маси, вивчення попиту та пропозиції та їх співвідношення, характеристика ціноутворення, управління асортиментом і якістю товарів і послуг, аналіз ресурсів і їх використання, розрахунок ефективності збутової програми і програми просування, виявлення і аналіз соціально-економічних результатів і результативності функціонування ринків. [Беляевский 2003, с. 56]

Процес аналізу ринку складається з вивчення таких питань:

- товар і його можливості задовольнити існуючі та перспективні потреби споживачів;
- ринок, його географічне положення, сегментація, структура, тенденція розвитку і т. п. ;
- споживачі як існуючі, так і можливі, їх сегментація, потреби, ступінь задоволення потреб, вплив на них певних чинників;
- конкуренти, їх склад, методи і результати їх діяльності

На основі аналізу ринку характеризують його кон'юнктуру, тобто:

- динаміку обсягів виробництва, структури, використання виробничих потужностей, портфеля замовлень;
- попит і споживання окремих груп споживачів;
- товар, його збут, конкурентоспроможність товару;
- міжнародну торгівлю;
- ціни, їх рівень, динаміку, політику ціноутворення.

У статистичному дослідженні ринку велике значення має використання абсолютних і відносних показників. Важливу роль відіграє метод угруповань, які використовуються для сегментації ринку і виділення однорідних груп підприємств.

Одним з найбільш поширених методів аналізу в статистиці ринку є побудова різних індексів. Для виявлення тенденцій будуються динамічні ряди, вивчаються сезонні коливання ринку і виявляється тренд.

Основними показниками кон'юнктури ринку є:

- масштаб ринку - його ємність, обсяг операцій з купівлі-продажу товарів (товарообіг), число підприємств різних типів, виступаючих на ринку;
- ступінь збалансованості ринку - співвідношення попиту і пропозиції;
- динаміка ринку (зміна основних параметрів ринку, їх вектора, швидкість і інтенсивність, основні тенденції);
- ступінь ділової активності;
- рівень ринкового ризику (оцінка ймовірності втрат поразки на ринку);
- рівень стійкості основних параметрів ринку в динаміці і просторі - показники варіації;
- сила і розмах конкурентної боротьби (число конкурентів, їх активність);
- циклічність ринку, тобто становище ринку в певній точці (Стадії економічного або сезонного циклу);
- середня норма прибутку (сума валового і чистого прибутку і показники рентабельності). [Назарова 2006, с. 236]

Різноманіття методів, використовуваних показників оцінки ринку з одного боку ускладнює процес аналізу, а з іншого - дає гнучкість при виборі. Однак багато сторін ринку неможливо точно оцінити з допомогою існуючих показників.

Література: 1. Лопатников Л. И. Экономико-математический словарь: Словарь современной экономической науки. / 5-е изд., перераб. и доп. – М.: Дело – 2003. – 520 с. 2. Курс социально-экономической статистики: учеб. Для студентов вузов / под ред. М.Г. Назарова. – 5-е изд., перераб. и доп. –М.: Издательство Омега. – 2006. – 984с. 3. Статистика рынка товаров и услуг: Учеб. Для вузов по экон. специальностям / И.К. Беляевский. -2-е изд., перераб. И доп. –М.: Финансы и статистика. – 2003. – 655с.

## **ОПТИМІЗАЦІЯ ВИТРАТ ПІДПРИЄМСТВА**

Канд. екон. наук, доц. Пакуліна А.А., здобувач вищої освіти Кіяниця А.В.  
*Харківський національний університет будівництва та архітектури*

Основною метою кожного підприємства в здійсненні господарської діяльності є отримання прибутку та здобуття конкурентної переваги. Оптимізація витрат є загально визнаним способом вдосконалення діяльності підприємства та ефективним інструментом управління його розвитком.

Управління – це специфічний процес, що забезпечує планування, організацію, мотивацію, контроль і регулювання будь-якої діяльності, спираючись на інформацію про господарювання підприємств яку надає система бухгалтерського обліку.

Для прийняття оперативних та ефективних рішень керівникам необхідна повна, розвернута та достовірна інформація про фінансово-господарську діяльність підприємства, яку і зможе надавати відділ управління витратами. Тому, проблема необхідності стратегічного управління витратами з метою забезпечення ефективності підприємницької діяльності в умовах ринкової економіки залишається актуальною. Управління витратами потребує свого вдосконалення з метою підвищення ефективності господарювання.

Інформаційне забезпечення управління витратами підпорядковується, як класичній системі обліку, так і традиційній системі управлінського обліку. Система управління витратами розглядається науковцями в різних аспектах. Так, Косинська О. В. розглядає управління витратами як процес цілеспрямованого формування витрат за

їх видами, місцями і носіями та постійного контролю і стимулювання зниження їх рівня. Воно є важливою функцією економічного механізму будь-якого підприємства. [1] Вона враховує необхідність класифікації витрат та їх контролю з метою оптимізації, але ж система управління витратами, на нашу думку, включає також їх планування та організацію обліку витрат. Теж прослідковується і у С.Ф. Голова, який трактує управління витратами як принципово нову систему, яка акумулює та систематизує витрати і дає змогу чітко відстежувати, аналізувати й контролювати витрати. [2]

Управління витратами – це система цілеспрямованого впливу на склад, структуру і поведінку витрат та їх чинники на всіх етапах формування і розподілу витрат, що ґрунтується на використанні об'єктивних економічних законів і функцій менеджменту, задля підвищення ефективності діяльності підприємства на основі оптимізації рівня витрат, забезпечення його конкурентоспроможності на ринку та досягнення стратегічної мети і поточних завдань його розвитку. [3]

Процес оптимізації діяльності підприємства - це шляхи пошуку найефективніших методів господарювання, за яких підприємство отримувало б максимальний ефект з мінімальними витратами.[1]

Зменшення та оптимізація витрат завжди буде залишатися актуальною проблемою на будь – якому підприємстві. Раціонально функціонуюча система управління витратами, в результаті роботи якої приймаються рішення, спрямовані на підвищення ефективності виробничо-господарської діяльності, здобуття конкурентної переваги та підвищення прибутковості підприємства, сприятиме його успішності та процвітання.

Підсумовуючи вищезазначене треба відмітити, що одним із основних засобів отримання більшого обсягу прибутку і досягнення конкурентної переваги є не просто зменшення а саме оптимізація витрат. В умовах обмежених можливостей управління доходами підприємств доцільною є концентрація уваги на витратах та управлінні ними на основі відповідної їх оптимізації в поточному й стратегічному аспектах. Для успішного функціонування підприємства його керівники повинні більше уваги приділяти налагодженню системи управління витратами та впроваджувати нові заходи й напрямки оптимізації витрат як у поточному, так і в стратегічному аспектах.

Література: 1. Косинська О. В. Оптимізація витрат як засіб підвищення прибутковості підприємств / О. В. Косинська // Формування ринкових відносин в Україні. — 2011. — № 7(122). — с. 106-110. 2. Голов С.Ф. Управлінський облік: підручник / С.Ф. Голов. — [3-є вид.]. — К.: Лібра, 2006. — 704 с. 3. Колісник Г.М. Складові системи управління витратами підприємницьких структур [Електронний ресурс] / Г.М. Колісник // Економічний вісник університету ДВНЗ «Переяслав-Хмельницький державний педагогічний ун-т ім. Г. Сковороди». – 2011. – Вип. 17/2. – С. 66–69. <http://www.uk.x-pdf.ru/5ekonomika/1711469-1-udk-65-336-kolisnik-kandidat-ekonomichnih-nauk-docent-kafedri-obliku-auditu-zakarpatskogo-derzhavnogo-universitetu.php>

## **ВИДИ ТА МЕТОДИ КОНТРОЛЮ ВИТРАТ**

Канд. екон. наук, доц. Пакуліна А.А., здобувач вищої освіти Константинова К.Г.  
*Харківський національний університет будівництва та архітектури*

Важливою складовою управління витратами, без якої неможлива повноцінна реалізація інших управлінських функцій, є контроль.

Контроль витрат – це перевірка фактичних показників споживання ресурсів та здійснених витрат у процесі діяльності підприємства їх запланованим (нормативним) значенням.

До основних завдань контролю витрат належать:

- моніторинг — систематичне відстеження динаміки витрат і факторів, що на неї впливають;
- виявлення відхилень фактичних показників рівня витрат від їх запланованих значень;
- аналіз відхилень, обґрунтування необхідності здійснення регулюючих заходів під час виконання планових завдань, участь в їх розробленні.

Залежно від низки факторів (характер контрольованих показників, ступінь їх календарного узагальнення, призначення результатів контролю) може різнитися частота контрольних операцій. За цією ознакою виділяють поточний, періодичний і разовий контроль.

Поточний контроль виконується щоденно. Його зміст полягає в безперервному відстеженні руху матеріальних цінностей, незавершеного виробництва і продукції. Основним інструментом поточного контролю є оперативний облік. Він дає можливість своєчасно фіксувати і реагувати на неприпустимі відхилення в ході виробничого процесу.

Періодичний контроль здійснюється із встановленою регулярністю, виходячи з сформульованих управлінських потреб. Як правило, періодичність та інтервали аналізу звітів періодичного контролю збігаються з періодами планових завдань. Зазвичай такими періодами є місяць, квартал, рік. Інформаційну базу звітів періодичного контролю становлять дані оперативного і бухгалтерського обліку контрольованих показників.

Разовий контроль не має наперед визначеної регулярності і мети. Його зміст встановлюється в кожному окремому випадку. Переважно він має форму інвентаризації активів (матеріальних, фінансових), ревізії діяльності чи аудиторської перевірки.

За часом здійснення розрізняють такі види контролю: попередній, проміжний, заключний.

Попередній контроль виконується до початку дій по реалізації планів. Він охоплює перевірку планів на внутрішню несуперечність, реалістичність, контроль ресурсів (кадрових, матеріальних, фінансових).

Проміжний контроль проводять безпосередньо під час виконання планових завдань. Він спрямований на поточне регулювання роботи з виконання планів витрат. Проміжний контроль може бути різним за своєю конкретною метою і, відповідно до цього, різним за частотою контрольних операцій. Він повністю охоплює поточний і періодичний види контролю, а також може мати форму разового контролю.

Заключний контроль здійснюється наприкінці планового періоду. В його межах дається оцінка ступеня виконання запланованих показників витрат у цілому. Заключний контроль дозволяє визначити напрями економії ресурсів. Крім того, він є важливим з психологічного погляду і може свідомо використовуватися як засіб спонукання працівників, задіяних у виконанні планових завдань, до покращання використання ними господарських (матеріальних, грошових, людських) ресурсів.

Переважну частину всіх витрат становлять витрати на сировину, матеріали, роботи та послуги виробничого характеру. Коротко охарактеризуємо найпоширеніші методи контролю витрачання сировини та матеріалів. [1]

Метод сигнального документування астосовується для фіксації відхилень, які виникли внаслідок заміни або наднормативного витрачання сировини чи матеріалів. За даного методу на відпуск матеріалів понад норму або на їх заміну оформлюються спеціальні документи, що сигналізують про наявність відхилень. Перевагами цього методу можна назвати його простоту і точність. Проте він дозволяє враховувати лише частину відхилень, які виникають у даному підрозділі.

Метод розкрою партіями використовується в ситуації, коли з одного матеріалу виготовляється одночасно декілька деталей або заготовок. На кожну партію матеріалів,



що відпускається у виробництво, оформляється розкрийний лист або картка, де вказується кількість матеріалу, поданого до робочого місця, кількість заготовок і відходів, що мають бути отримані, а також фактична кількість отриманих заготовок і відходів.

Метод наступних розрахунків за даними інвентаризації використовується у тих випадках, коли звернення до інших методів неможливе або недоцільне. Його сутність полягає у визначенні фактичних витрат певного матеріалу на підставі даних про вхідні залишки на робочих місцях, надходження протягом розрахункового періоду зі складу, величини повернень і залишків на робочих місцях на кінець розрахункового періоду. Відхилення встановлюється як різниця між фактичними і нормативними витратами певного матеріалу за аналізований період. Цей метод дозволяє фіксувати відхилення за окремими виконавцями, бригадами, ділянками. Певним недоліком розглядуваного методу є необхідність додаткових дій для з'ясування причин відхилень.

Функція виявлення відхилень є передумовою побудови механізму управління за відхиленнями, за якого за фактом неприпустимих розбіжностей між запланованими і фактичними результатами розробляються заходи, спрямовані на приведення фактичних результатів здійснення виробничого процесу у відповідність до заданих.

Першочергового значення в управлінні й контролі витрат за центрами відповідальності набуває поділ витрат на контрольовані і неконтрольовані. На віднесення витрат до контрольованих чи неконтрольованих впливає низка факторів, серед яких можна назвати особливості технології та організації виробництва, характер оргструктури управління тощо.

Варто додати, що аналіз відхилень для підконтрольних позицій витрат здійснюється в цілому за такими напрямками:

- характер локалізації — місця виникнення, причини, винуватці;
- спосіб виявлення — за явними сигналами або розрахунковий;
- час виявлення — до початку виконання планового завдання, під час виконання, після виконання;
- ступінь впливу на витрати — збільшуючі, зменшуючі; [2]

Література: 1. Акентьєва О.Б. Підвищення економічної ефективності системи внутрішнього контролю підприємства: Автореф. дис... канд. екон. наук: спец. 08.06.01 «Економіка, організація і управління підприємствами». – Донецьк, 2006. – 22 с. 2. Белік В.Д. Внутрішній контроль діяльності підприємства: організаційно-методичний підхід: Автореф. дис... канд. екон. наук: спец. 08.00.09 – Бухгалтерський облік, аналіз та аудит. – Житомир, 2011. – 21 с.

## **ФУНКЦІЇ ВИТРАТ ЯК ЗАСІБ ОЦІНЮВАННЯ РОБОТИ ПІДРОЗДІЛІВ – ЦЕНТРІВ ВИТРАТ**

Канд. екон. наук, доц. Пакуліна А.А., здобувач вищої освіти Константинова К.Г.  
*Харківський національний університет будівництва та архітектури*

Поряд з функціями поточного регулювання контроль витрат створює необхідну інформаційну базу для оцінювання роботи окремих підрозділів і працівників. На підставі такої оцінки вибудовується система мотивації персоналу, а також обґрунтовуються і розробляються комплексні заходи щодо вдосконалення чинного механізму формування витрат.

Конкретне оцінювання діяльності підрозділів-центрів витрат здійснюється за допомогою таких відносних та абсолютних показників:

1. Витрати на одиницю продукції (калькуляційну одиницю). Цей показник у формі собівартості одиниці продукції об'єктивно відображає динаміку витрат, співвідношення їх планової і фактичної величин. Його перевагою є незалежність від

структурних зрушень у номенклатурі продукції, недоліком — обмеженість конкретним продуктом.

2. Витрати на одиницю виміру обсягу продукції (одну гривню, одну нормо-годину). Цей показник є досить простим для обчислення на всіх рівнях управління. Проте певна штучність побудови, сильна залежність від змін у структурі продукції обмежують його потенціал, тому він застосовується рідко.

Ці названі два показники витрат є відносними, їх спільна перевага, притаманна всім відносним показникам, полягає у можливості безпосереднього порівняння фактичних і планових величин, без якихось коригувань.

3. Абсолютні показники витрат на основі кошторису. Серед переваг цього підходу можна назвати його простоту, прозорість, універсальність. Внаслідок цього він набув найбільшого поширення в оцінюванні роботи підрозділів. Дані кошторису виробництва дозволяють порівняти фактичні витрати з плановими, виявити відхилення за окремими видами витрат з наступним з'ясуванням їх причин. [1]

Безпосередньо контроль та оцінювання діяльності підрозділу-центру витрат за використання кошторису виконується через складання звіту про витрати, який містить дані стосовно планових і фактичних витрат за звітний період, відхилень від кошторисних значень, що має доповнюватися поясненнями причин виявлених відхилень, а інколи — відомостями про вжиті заходи для запобігання подібних відхилень у майбутньому.

Окремі аспекти концепції калькулювання та обліку витрат на основі їх нормування або стандартизації вже висвітлювались у багатьох навчальних посібниках. Розглянемо цю концепцію (її зарубіжний та вітчизняний варіанти), зосередившись на функції контролю.

У системі стандарт-костинг розрізняють декілька видів стандартів (стандартних витрат), серед яких доцільно вказати такі.

- Базисні стандарти— визначаються «історичним способом» (накопичення та оброблення інформації про витрати за деякий репрезентативний проміжок часу); діють протягом декількох (звичайно від двох до п'яти) років; як підстава для коригування виступають суттєві зміни в технічних характеристиках самої продукції або в технології виробництва.

- Поточні стандарти — встановлюються на плановий період, виходячи з існуючої технології та організації виробництва, продуктивності праці, кваліфікації працівників, цін на ресурси тощо; можуть бути отримані шляхом коригування базових стандартів; передбачають постійний перегляд на основі змін у виробництві продукції, цінах та тарифах.

- Теоретичні або ідеальні стандарти — більшою мірою виступають як орієнтири, ніж норми; передбачають ідеальні (оптимальні) умови виробництва за мінімальних цін (тарифів) на ресурси (зокрема, не містять часу на перерви в роботі й на простої обладнання); не надають змістовної інформації для прийняття конкретних рішень у процесі виробництва продукції. [2]

Принциповою особливістю вітчизняного варіанта нормативного обліку та контролю витрат, як зазначалося, є безперервне систематичне оновлення та облік змін чинних норм. Зазвичай нові норми вводяться з початку наступного місяця. Проте припускається можливим внесення змін і в середині місяця.

Облік і контроль витрат на основі їх стандартизації (нормування) передбачає контрольні операції не лише в розрізі сукупних показників витрат підрозділів та в цілому підприємства, а також для окремих виробів, що здійснюється за допомогою калькуляцій.

У вітчизняному варіанті нормативного обліку та калькулювання під час здійснення процесу контролю використовують планові, нормативні та фактичні показники витрат. В основі планових калькуляцій лежать середньорічні норми витрат

— середні величини між тим, що досягнуто підприємством на початок планового періоду, і тим, що має бути досягнуто на його кінець.

Нормативні калькуляції розробляються за нормами, що діють у звітному періоді, тобто в них відображається рівень виробництва, якого підприємство досягло на певну дату. Нормативні калькуляції мають охоплювати всі види виробів, які випускає підприємство, послідовно деталі, вузли і вироби в цілому, або тільки вироби. Калькуляції на деталі та вузли складають за статтями основних витрат. У калькуляціях на виріб витрати на матеріали розшифровуються за окремими групами (видами) матеріалів. Доцільно нагадати, що фактична собівартість продукції за нормативного методу обчислюється не шляхом прямого підрахунку за статтями витрат, а як сума (з урахуванням знаку) нормативних витрат, змін норм і відхилень від норм. Аналіз та оцінка досягнутих показників витрат за нормативного методу здійснюється за допомогою калькуляційних листів, які містять такі розділи:

- собівартість одиниці виробу;
- розшифрування витрат на матеріали і напівфабрикати;
- розшифрування витрат на заробітну плату. [3]

Література: 1. «УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ». Електронний ресурс. — Режим доступу: [http://elib.hduht.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/1874/1/129\\_%D0%9D%D0%B0%D0%B2%D1%87%20%D0%9F%D0%BE%D1%81%20%20%D0%A3%D0%92%20%D0%BF%D0%B5%D1%87%D0%B0%D1%82%D1%8C.pdf](http://elib.hduht.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/1874/1/129_%D0%9D%D0%B0%D0%B2%D1%87%20%D0%9F%D0%BE%D1%81%20%20%D0%A3%D0%92%20%D0%BF%D0%B5%D1%87%D0%B0%D1%82%D1%8C.pdf) 2. «Види та методи контролю витрат». Електронний ресурс. — Режим доступу: <https://stbouv.wordpress.com/2014/11/20/%D0%B2%D0%B8%D0%B4%D0%B8-%D1%82%D0%B0-%D0%BC%D0%B5%D1%82%D0%BE%D0%B4%D0%B8-%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D1%82%D1%80%D0%BE%D0%BB%D1%8E-%D0%B2%D0%B8%D1%82%D1%80%D0%B0%D1%82/> 3. «Поняття та класифікація витрат підприємства». Електронний ресурс. — Режим доступу: [http://ru.osvita.ua/vnz/reports/econom\\_pidpr/18184/](http://ru.osvita.ua/vnz/reports/econom_pidpr/18184/)

## ПИТАННЯ УДОСКОНАЛЕННЯ ВИТРАТ НА ПІДПРИЄМСТВІ В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Канд. екон. наук, доц. Пакуліна А. А., здобувач вищої освіти Кулієвич М. Я.  
*Харківський національний університет будівництва та архітектури*  
здобувач вищої освіти Рудас Д. С.  
*Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна*

Стрімкий економічний розвиток та поступове збільшення конкуренції призводить до необхідності утримання та посилення підприємствами своїх позицій на ринку. Здобуття конкурентних переваг на ринку є однією з головних цілей підприємства.

В сучасних умовах господарювання досягнення високих результатів є неможливим без ефективно налагодженої системи управління витратами на підприємстві. А отже, оптимізація витрат є важливим критерієм ефективності діяльності кожного підприємницького суб'єкта. Усе вище сказане обумовлює актуальність даної теми. В економічній літературі існує багато трактувань терміну «управління витратами» (таб. 1).

Таблиця 1 – Трактування терміну «управління витратами»

Автор	Трактування терміну
Косинська О.В	Управління витратами – це процес цілеспрямованого формування витрат, за їх видами, місцями носіями та постійного контролю і

	стимулювання зниження їх рівня [1]
С.Ф. Голов	Трактує управління витратами як принципово нову систему, яка акумулює та систематизує витрати і дає змогу чітко відстежувати, аналізувати й контролювати витрати.[2]
О. Попов	Каже, що управління витратами – це розроблення і реалізація управлінських рішень , заснованих на використанні економічних законів, щодо формування та регулювання витрат підприємства [3]
Давидович І.Є.	Розглядає управління витратами як динамічний процес, який включає управлінські дії, мета яких полягає у досягненні високого економічного результату діяльності підприємства. [4]
Г. Колісник	Вважає, що система управління витратами – це сукупність взаємопов’язаних елементів ( структури, завдань, техніки, людей, цілей) [5]

Складено авторами на основі [1...5]

Отже, усі автори приходять до одного й того, що управління витратами - це складний економічний процес, який має певну класифікацію та функції, метою якого є досягнення економічного результату.

Оптимізація витрат - це безперервний процес пошуку шляхів удосконалення процесів на підприємстві з метою досягти максимальну ефективність використання усіх наявних ресурсів. Ефективність зниження витрат залежить від того, як ведеться облік витрат і доходів на підприємстві.

Шляхи удосконалення витрат на підприємстві:

- Експрес – скорочення. При цьому способом, здійснюється негайне припинення оплати по деяким статтям витрат. Усі витрати поділяються за пріоритетністю; так витрати на матеріали, сировину і зарплату є необхідними для діяльності підприємства їх скорочення є недопустимим, а оплата відпочинку керівників, пільги для робітників є не обов’язковим, отже їх скорочення є допустимим;

- Аналіз і оптимізація витрат на транспорт, телекомунікації та електроенергію. Підприємство може звернутися до логістичної компанії, або використовувати послуги аутсорсингу, що призведе до зменшення витрат на транспорт. Обмеження висвітлення в темний час доби, перехід на енергозберігаюче освітлення, допоможе звести витрати електроенергію до мінімуму. Обмеження інтернет доступу, перехід усього персоналу на пакетне обслуговування призведе до зменшення витрат на телекомунікацію;

- Скорочення персоналу і фонду оплати праці. Керівник розглядає необхідність у функціонування деяких відділів на підприємстві. Багато функцій витрат можна віддати стороннім компаніям і кваліфікованим фахівцям ( аутсорсинг і фріланс);

- Відмова від ризикованих інвестицій. Інвестиції є необхідними підприємстві для збереження його конкурентних переваг, але необхідно і не забувати про ризик вкладення грошей у сумнівні проекти. Інвестиційні проекти мають проходити строгий відбір;

- Управління закупівлями. Полягає у пошуку вигідних постачальників.

Для ефективного функціонування підприємств в сучасних умовах необхідна правильно сформована та налагоджена система управління витратами на підприємстві. Невід’ємним її елементом та одним із ключових важелів цієї системи є оптимізація витрат. Запропоновані шляхи оптимізації витрат на підприємствах України дозволять:

- удосконалити систему управління витратами;
- підвищити прибутковість підприємства;
- досягти стабільності та утримати свої позиції на ринку.

Література: 1. Косинська О. В. Оптимізація витрат як засіб підвищення прибутковості підприємств [Електронний ресурс] / О. В. Косинська // Формування ринкових відносин в Україні. — 2011. — № 7(122). 2. Голов С.Ф. Управлінський облік: підручник / С.Ф. Голов. — [3-є вид.]. — К.: Лібра, 2006. — 704 с. 3. Попов О. Управління витратами / Попов О. // Економічна енциклопедія: У 3-х томах. Т.3. — К.: Видавничий центр „Академія”, 2002. — 952 с. 4. Давидович І.Є. Управління витратами: навчальний посібник / І.Є. Давидович. — К.: Центр учбової літератури, 2008. — 320 с. 5. Колісник Г.М. Складові системи управління витратами підприємницьких структур [Електронний ресурс] / Г.М. Колісник // Економічний вісник університету. ДВНЗ «Переяслав-Хмельницький державний педагогічний ун-т ім. Г. Сковороди». — 2011. — Вип. 17/2. — С. 66–69.

## **МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ВПРОВАДЖЕННЯ КОНТРОЛІНГУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ В УКРАЇНІ**

Канд. екон. наук, доц. Пакуліна А. А., здобувач вищої освіти Кулієвич М. Я.  
*Харківський національний університет будівництва та архітектури*  
 здобувач вищої освіти Рудас Д. С.  
*Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна*

В сучасних реаліях багато вітчизняних підприємств знаходяться в кризовому стані. Досвід зарубіжних країн, на прикладі США, Німеччини, та Японії, свідчить, що для виводу підприємств з кризового становища на етап підйому, необхідним є впровадження контролінгу на підприємстві. В розвинутих зарубіжних країнах світу контролінг є досить розвинутою системою управління підприємством, яка успішно використовується на практиці. На жаль в Україні, контролінг, як система управління, зовсім не використовуються на підприємствах. Під час євроінтеграції та глобалізації соціально – економічних систем, доречно використовувати досвід іноземних країн. А отже, впровадження системи контролінгу на підприємствах в Україні є досить актуальним питанням. Сьогодні, на українських ринках існує жорстока конкуренція, а отже, ефективність діяльності підприємства залежить від системи управління, яка забезпечує його конкурентоспроможність, та економічну ефективність на ринку праці.

Система контролінгу – це нова концепція управління підприємством, яка створена на засадах взаємодії елементів контролю, обліку, аналізу та планування з метою об'єднання їх в єдину систему управління, яка є необхідною для досягнення цілей підприємства.

Необхідність впровадження системи контролінгу обґрунтована низкою причин, а саме [1]:

- підвищення нестабільності зовнішнього середовища висуває додаткові вимоги до управління підприємством;
- ускладнення процесу управління підприємством потребує механізму внутрішньої координації системи управління;
- інформаційний ажітаж при нестачі певної інформації вимагає побудови спеціальної системи інформаційного забезпечення управління;
- загальнокультурне прагнення до синтезу, інтеграції різних сфер знань.

Впровадження системи контролінгу на підприємстві має певні переваги та недоліки. (таб. 1)

Таблиця 1 – Переваги та недоліки впровадження системи контролінгу

Переваги	Недоліки
1. Можливість оцінки фінансового становища та потенціалу підприємства	1. Загроза статусу груп (бухгалтерії, планового відділу) і осіб (начальників відділу)
2. Отримувати поточну та достовірну інформацію про стан основних економічних показників підприємства.	2. Несумісність з корпоративною культурою підприємства.
3. Можливість порівнювати поточні показники з плановими та швидко реагувати у разі їх відхилень.	3. Низька сумісність з традиційними системами інформаційного забезпечення.
4. Підвищення прибутковості підприємства коротко- й довгостроковому періоді	4. Ускладнення в порівнянні з традиційними методиками
	5. Повний результат з'являється з часом

Створено авторами на підставі [2]

Слід, відзначити, що система контролінгу націлена не тільки на звіт про поточні доходи та витрати підприємства, а й на майбутнє. Як бачимо, основною метою створення такої системи є надання повної та достовірної інформації керівникам підприємств, необхідної для прийняття оптимальних управлінських рішень. [3]

Отже, система контролінгу відіграє дуже важливу роль в управлінні підприємством. Впровадження системи контролінгу на підприємствах в Україні дозволить:

- підвищити рівень конкурентоспроможності та продуктивності діяльності підприємства;

- налагодити роботу менеджерів та керівників;

- вдосконалити систему обліку витрат та доходів;

- вдосконалити в цілому систему управління на підприємстві.

Цілком імовірно, що система контролінгу може стати ключовим важелем, необхідним для виходу підприємства з кризового становища.

Література: 1. Одновелик В.І. Контролінг – сучасна концепція забезпечення стабільного розвитку підприємства / В.І Одновелик // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – №6. – С.127-131. 2. Гребець О.Б. // Контролінг як сучасна система управління / О.Б. Гребець // Економіка та держава. – 2009. № 12. 3. Переваги та недоліки контролінгу. Електронний ресурс. – Режим Доступу: <https://lektsii.com/2-109764.html>.

## АНАЛІЗ КУПІВЕЛЬНОЇ СПРОМОЖНОСТІ УКРАЇНЦІВ В ПЕРІОД ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ ТА ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Канд. екон. наук, доц. Пакуліна А. А., здобувач вищої освіти Кулієвич М. Я.  
Харківський національний університет будівництва та архітектури

Ефективне функціонування та соціальний розвиток країни забезпечується передусім формуванням належних індивідуальних матеріальних стимулів для населення, провідною формою яких є оплата праці.

В Україні існує ряд проблем у системі оплати праці, це передусім недосконала диференціація оплати праці, великі гендерні розриви, та не визначена роль мінімальної заробітної плати, не відповідність європейським нормам.

Відповідно до закону України «Про оплату праці» сутність заробітної плати визначається як «винагорода, обчислена, як правило, у грошовому вираженні, яку власник або уповноважений ним орган виплачує працівникові за виконану ним роботу». Заробітна плата відіграє важливу роль, адже висока заробітна плата є показником країни стабільного економічного зростання, та високим показником добробуту населення країни [1]

Починаючи з 2014 року, в Україні розпочалась стрімка девальвація гривні, що спричинила масове зростання цін на споживчі товари та послуги, як імпортні, так і вітчизняні. В наслідок чого, купівельна спроможність населення значно знизилась (таб. 1)

Як бачимо, щорічне збільшення показників купівельної спроможності не є свідченням поліпшення добробуту населення, оскільки її темпи є значно нижчі за зростання індексу споживчих цін та курсу долару в країні.

Таблиця 1 - Аналіз купівельної спроможності українців в період з 2011 по 2019рр

Рік	Середня тна плата		Прожитковий мінімум, року		Мінімальна заробітна на кінець року		Середньорічний олару
	грн	\$	грн	\$	грн	\$	
2011	2648	333	953	120	1004	126	7,95
2012	3041	382	1095	138	1134	142	7,95
2013	3282	411	1176	147	1218	152	7,99
2014	3480	293	1176	99	1218	102	11,88
2015	4195	192	1330	60,8	1378	63	21,85
2016	5183	202,8	1544	60,4	1600	62	25,55
2017	7104	267	1700	64	3200	120	26,6
2018	8865	326	1853	68	3723	137	27,2
2019	10497	396,1	2027	76	4173	157	26,5

створено авторами на основі [2, 3, 4]

Як бачимо, Україна зараз знаходиться на межі економічного виживання. Сучасні проблеми в економіці, в сфері оплати праці є наслідками системних вад державного управління. Виявлена динаміка свідчить, що показники конкурентоспроможності населення не забезпечують надійного та стабільного добробуту населення.

На шляху до Європи Україні потрібно вирішити низку проблем, однією з яких є проблема у сфері оплати праці. Для цього потрібно:

- удосконалити законодавство щодо порядку та критеріїв визначення мінімальної заробітної плати;
- забезпечити гідну оплату праці відповідно до європейських стандартів;
- провести реформи в податковій системі для зменшення навантажень на фонд оплати праці, тим самим, сприяти поліпшенню добробуту населення;
- створити або встановити дійсно реальний прожитковий мінімум, який буде відповідати сучасним потребам населення.

Література: 1. Закон України «Про оплату праці». Електронний ресурс. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/108/95-%D0%B2%D1%80>; 2. Державна статистика України. Електронний ресурс. Режим доступу:

<http://www.ukrstat.gov.ua> 3. Середньорічний курс долару. Електронний ресурс. Режим доступу: <https://net.dn.ua/money/stat.php> 4. Мінімальна заробітна плата в Україні. Електронний ресурс. Режим доступу: <https://index.minfin.com.ua/labour/salary/min/>

## СУЧАСНІ МЕТОДИ ДІАГНОСТИКИ БАНКРУТСТВА

Канд. екон. наук, доц. Пакуліна А. А., здобувач вищої освіти Кулієвич М. Я.  
Харківський національний університет будівництва та архітектури

В сучасних умовах господарювання багато вітчизняних підприємств знаходяться на межі банкрутства або вже є банкрутами. Індикаторами банкрутства є вплив зовнішніх та внутрішніх факторів на діяльність підприємства. До зовнішніх факторів відносять складну економічну та політичну ситуацію в країні, інфляцію тощо. Внутрішні фактори - це наслідки функціонування самого підприємства, спад виробництва, випуск неконкурентоспроможної продукції, низька рентабельність та інші. У зв'язку з цим, особливого значення набуває своєчасне виявлення банкрутства на підприємстві та розроблення заходів для його запобігання. Під діагностикою банкрутства розуміють використання сукупності методів фінансового аналізу для своєчасного розпізнавання симптомів фінансової кризи на підприємстві й оперативного реагування на неї на початкових стадіях з метою зменшення імовірності повної фінансової неспроможності суб'єктів господарювання. Сучасні методи прогнозування банкрутства дозволяють оцінити і діагностувати можливість банкрутства на підприємстві.

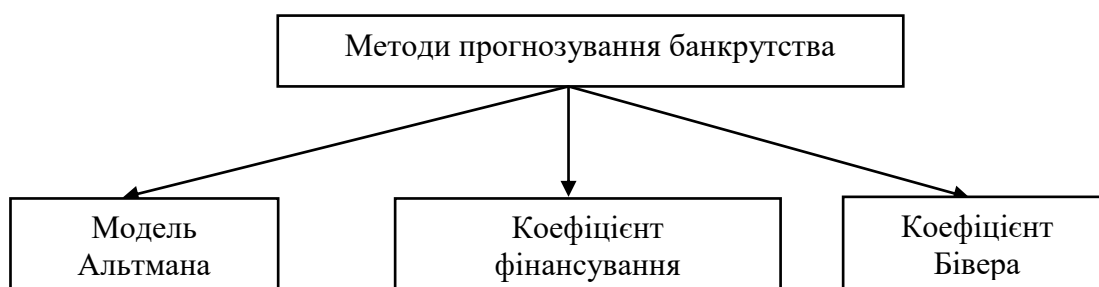


Рисунок 1 – Сучасні методи прогнозування банкрутства підприємства  
Створено автором на основі [1]

Досить поширеною у світі є діагностика банкрутства за 5-ти факторною моделлю Альтмана. Модель має вигляд:  $Z = 0,717X_1 + 0,847X_2 + 3,107X_3 + 0,42X_4 + 0,998X_5$   
Опис коефіцієнтів наведено в таблиці 1.

Таблиця 1 – Опис коефіцієнтів моделі Альтмана.

Позначення	Коефіцієнт
$X_1$	Ліквідність (робочий капітал / активи)
$X_2$	Прибутковість (чистий прибуток / активи)
$X_3$	Рентабельність (прибуток до сплати податків / активи)
$X_4$	Фінансова стійкість (власний капітал / заборгованість)
$X_5$	Оборотність (виручка / активи)

Створено автором на основі [2]



Інтерпретація отриманих результатів:

Якщо,  $Z > 2,9$  – Зона фінансової стійкості (зелена зона);

$1,8 < Z < 2,9$  – Зона невизначеності (сіра зона);

$Z < 1,8$  – Зона фінансового ризику (червона зона).

Досить надійним методом інтегральної оцінки загрози банкрутства підприємств у світовій практиці є визначення коефіцієнта фінансування важколіквідних активів (рисунок 2).

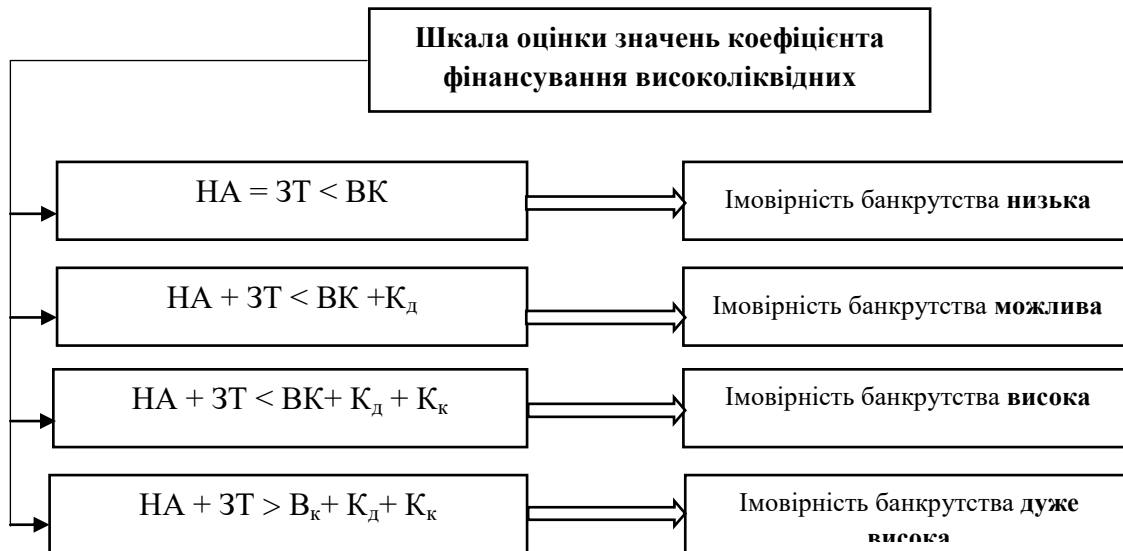


Рис. 2 – Розрахунок коефіцієнта фінансування важколіквідних активів  
Створено автором на основі [3]

де, НА - середня вартість необоротних активів

3Т — середня сума поточних запасів товарно-матеріальних цінностей (без запасів сезонного зберігання);

ВК — середня сума власного капіталу

К<sub>д</sub> — середня сума довгострокових банківських кредитів;

К<sub>к</sub> — середня сума короткострокових банківських кредитів.

Для діагностики банкрутства проводиться експрес-аналіз фінансового стану підприємства за допомогою коефіцієнта Бівера:

$$K_6 = (ЧП - НА) : (ДЗ + ПЗ),$$

де ЧП – Чистий прибуток;

НА – нарахована амортизація;

ДЗ – довгострокові зобов'язання;

ПЗ – поточні зобов'язання.

Коли  $K_6$  перевищує 0,4 – підприємству банкрутство не загрожує.

Використання методів діагностики банкрутства дає можливість отримати дані про фінансовий стан підприємства й вчасно попередити його про можливість настання банкрутства. Основним недоліком цих методів є те, що вони не враховують особливостей функціонування підприємства, його сферу, тип тощо. Досвід іноземних компаній радить проводити комплексний аналіз фінансового стану або створювати власні методи та моделі прогнозування банкрутства.

Література: 1. Модель Альтмана. Електронний ресурс. – Режим доступу: <https://finzz.ru/model-altmana.html>; 2. Коефіцієнт фінансування важколіквідних активів. Електронний ресурс. – Режим доступу: [https://studopedia.su/20\\_12591\\_analiz-](https://studopedia.su/20_12591_analiz-)

[koefitsiienta-finansu-vannya-vazhkolikvidnih-aktiviv.html](https://studopedia.com.ua/1_206471_koefitsiient-bivera.html); 3. Коефіцієнт Бівера. Електронний ресурс. – Режим доступу: [https://studopedia.com.ua/1\\_206471\\_koefitsiient-bivera.html](https://studopedia.com.ua/1_206471_koefitsiient-bivera.html);

## УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ ПІДПРИЄМСТВА

Канд. екон. наук, доц. Пакуліна А.А., здобувач вищої освіти Татаренко А.А.  
*Харківський національний університет будівництва та архітектури*

В умовах розвитку ринкових відносин, де відбувається жорстка конкурентна боротьба за місце на ринку, де ціни формуються під впливом ринкових сил, таких, як попит і пропозиція, проблема раціонального використання ресурсів стає все більш актуальнішою. Витрати та оптимізація їх рівня на одиницю продукції є важливим чинником підвищення ефективності діяльності підприємства, і водночас – підвищення його конкурентоспроможності. Менеджери та підприємці все більшу увагу надають ефективності використання ресурсів, їх раціональному розподілу з метою зниження витрат виробничо-господарської діяльності, що як резерв підвищення прибутковості такої діяльності є запорукою фінансової стабільності та розвитку підприємства.

Актуальність питань управління витратами на підприємствах зумовлена й тим, що серед пріоритетних проблем організації та ведення бізнесу в Україні є висока собівартість вітчизняної продукції, відсутність фінансових ресурсів для розвитку, відсутність системи управлінського розвитку, адекватного до потреб управління. Усе це потребує від керівників підприємств впровадження та застосування сучасних технологій управління витратами, їх економії та запобігання втратам. Управління витратами – засіб досягнення підприємством високого економічного результату своєї діяльності. Воно не зводиться лише до зниження витрат, а поширюється на всі елементи управління. Управління витратами – це окрема ланка менеджменту і економіки, що поєднує в собі елементи операційного та фінансового менеджменту з метою оптимізації витрат та забезпечення максимізації добробуту власників підприємства.

Визначення потреби підприємства у сировині та інших видах матеріальних ресурсів здійснюється за певними нормами їх витрат. Ці норми розробляються самим підприємствами або ж на їх замовлення галузевими науково-дослідними організаціями. Застосовувана система норм витрат матеріальних ресурсів охоплює велику кількість різноманітних норм, які класифікують за певними ознаками. У практиці господарювання використовують три основні

- методи нормування витрат матеріальних ресурсів: аналітично-розрахунковий (базується на аналізі та техніко-економічному обґрунтуванні усіх елементів норми з використанням найновіших
- досягнень техніки і технології виробництва), дослідно-лабораторний (визначення норм витрат шляхом проведення низки дослідів і досліджень), звітно-статистичний
- (встановлення норм витрат виходячи зі звітних даних про фактичне витрачання ресурсів).

Метою планування витрат підприємства є економічно обґрунтоване визначення величини витрат, необхідних в плановому періоді для виробництва кожного виду та всієї продукції підприємства. У процесі планування встановлюються граничні (допустимі) загальні витрати в підрозділах і в цілому по підприємству (кошториси). Розрахунки планових витрат окремих виробів, товарної і валової продукції використовуються для визначення потреби в оборотних коштах, планування прибутку, визначення економічної ефективності окремих організаційно-технічних заходів та

виробництва в цілому, для внутрішньозаводського планування, а також для формування цін.

У процесі планування витрат здійснюється: розрахунок вартості ресурсів, необхідних для кожного виду діяльності, за переліком об'єктів і підприємства в цілому; обчислення виробничої собівартості кожного виду продукції, робіт, послуг за структурними підрозділами і підприємства в цілому; визначення загальної величини витрат на плановий обсяг господарської діяльності підприємства (кошторис).

Чинниками зниження собівартості є підвищення технічного рівня виробництва, вдосконалення організації виробництва і праці, зміна структури та обсягу продукції, галузеві та інші фактори. Зниження собівартості продукції закладається в плані по собівартості продукції і є окремим розділом цього плану.

Метою планування витрат підприємства є економічно обґрунтоване визначення величини витрат, необхідних в плановому періоді для виробництва кожного виду та всієї продукції підприємства. У процесі планування витрат встановлюються граничні (допустимі) загальні витрати і підрозділах і в цілому по підприємств (кошториси) та на одиницю продукції. Визначення потреби підприємства у сировині та інших видах матеріальних ресурсів здійснюється за певними нормами їх витрат. Ці норми розробляються самим підприємствами або ж на їх замовлення галузевими науково-дослідними організаціями. У практиці господарювання використовують три основні методи нормування витрат матеріальних ресурсів: аналітично-розрахунковий, дослідно-лабораторний та звітно-статистичний. Ефективність системи управління витратами багато в чому залежить від форми і методу обліку витрат, які застосовують на підприємстві.

Література: 1. Закон України «Про підприємства в Україні від 27.03. 1991р. 2. Господарський Кодекс України від 16.01. 2003 р. 3. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 «Витрати» (Наказ Міністерства фінансів України №318 від 31 грудня 1999 р. Зареєстровано Міністерством юстиції України №27/4248 від 19.01. 2000 р) 4. Статут (нова редакція) відкритого акціонерного товариства «Гайсинський маслосирзавод», затверджений Загальними зборами акціонерів протоколом №4 від 28.08. 2001 р. 5. І.М. Бойчик «Економіка підприємства» - К.: Атіка, 2002. – 532 с. 6. Дерій В.А., Організація бухгалтерського обліку на підприємстві. Курс лекцій. – Тернопіль: Джура, 2004 – 92 с. 7. Microsoft Excel 2003. Стислий курс.: - М.: Видавничий дім «Вільямс», 2004. – 288 с. 8. Економіка підприємства: Підручник – в 2 т. Т 1. За ред. . С.Ф. Покропівного. – К.: «Хвиля-Прес», 1995 – 400 с.

## **КОНТРОЛІНГ – ЯК СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ**

Канд. екон. наук, доц. Пакуліна А.А., здобувач вищої освіти Татаренко А.А.  
*Харківський національний університет будівництва та архітектури*

Система контролінгу – являє собою синтез елементів обліку, аналізу, контролю, планування реалізація яких забезпечує виробітку альтернативних підходів при здійсненні оперативного та стратегічного управління процесом досягнення кінцевих цілей та результатів діяльності підприємства. Основна мета контролінгу – забезпечення прибутковості та ліквідності підприємства шляхом виявлення причинно-наслідкових зв'язків при зіставленні виручки від реалізації продукції, робіт, послуг та затрат, а також прийняття заходів з регулювання відхилень, що виникли, та оптимізації цього співвідношення (затрати-прибуток).

У сучасній практиці господарювання внутрішньогосподарський контроль набуває все більш розвинених способів та форм. Найбільш поширеним способом контролю є запровадження управлінського обліку. Управлінський облік представляє собою інтегровану систему обліку витрат та доходів, нормування, планування,

контролю та аналізу, що дає змогу систематизувати інформацію для оперативних управлінських рішень та координації проблем майбутнього розвитку підприємства. Виникнення управлінського обліку пов'язане з появою правових та економічних відносин у середині підприємства, коли бухгалтерський облік почав розглядатися як одна з функцій управління.

Основні причини розвитку контролінгу на сучасних підприємствах:

1. Нестабільність, як зовнішніх (інтернаціоналізація економічного життя, загострення конкуренції на внутрішніх та світових ринках) так і внутрішніх (обсяги виробництва, пошук надійних партнерів) факторів, висувають додаткові вимоги до системи управління підприємством.
2. Необхідність пошуку більш нових та удосконалення вже існуючих систем управління, що забезпечують гнучкість та надійність функціонування підприємства.
3. Істотні зміни в організації та методології системи інформаційного забезпечення.
4. Відсутність коментарів різних варіантів управлінських рішень

Види діяльності на підприємстві: Операційна (те, чим займається), Фінансова (те, що пов'язане з позичковим або з збільшенням чи зменшенням свого капіталу), Інвестиційна (здійснення інвестування, наприклад отримання дивідендів).

Сутність системи управління складається у визначенні політики підприємства на перспективу, координації підрозділів, стратегічній політиці персоналу, рішень основних задач, ведення бізнесу, при цьому окремі стадії управлінського процесу являють собою логічні зв'язки та утворюють комплекс управлінського який постійно повторюється і для якого характерний прямий та зворотній зв'язки.

Для виконання розглянутих стадій (функцій) управління необхідна інформація. Таку інформацію і надає система контролінгу, яка виявляє і систематизує данні про господарську діяльність.

Як підсистема в управління підприємством роль контролінгу складається у підтримці та наданні допомоги керівнику.

Таким чином контролінг, разом з керівництвом складає основу управління на підприємстві і таким чином інтегрується у загальну систему управління підприємством. Беручи за основу данні бухгалтерського обліку, як джерела інформації, служба контролінгу вивчає явища і процеси на підприємстві, виявляє слабкі місця, порівнює фактичні показники із запланованими та аналізує причини відхилення, а також пропонує заходи з покращення ситуації на підприємстві. Вищевикладене визначає взаємозв'язок контролінгу з іншими підрозділами та службами підприємства, зокрема, з службами маркетингу. Внутрішні робочі документи підприємства не повинні протирічити нормативним та законодавчим актам більш високого порядку.

Виходячи з вищенаведеного можна вважати, що :

1. Контролінг – це цілісна концепція економічного управління підприємством, спрямована на виявлення усіх шансів та ризиків, пов'язаних з отриманням прибутку в умовах ринка і орієнтована на довгострокове і ефективне функціонування підприємства. Контролінг не вирішує завдання самостійно, а взаємодіє з багатьма економічними дисциплінами та науками.
2. Система контролінгу інтегрує облік, планування, маркетинг в єдину керовану систему, в якій чітко окреслюються цілі підприємства, принципи управління та способи їх реалізації.
3. Об'єктом контролінгу є все підприємство, система управління й система виробництва, у тому числі операційний менеджмент, структура і процес управління, внутрішній контроль, інформаційні ресурси та ін.
4. Контролінг є відносно новим оригінальним інструментом в системі антикризового управління вітчизняними підприємствами у вітчизняній практиці.

Література: 1.Терещенко О.О. Контролінг у системі антикризового управління підприємством // Фінанси України. 2001. - № 12. С.56-63. 2.Контролинг как инструмент

управління підприємством / Под. ред. Н.Г. Данилової. – М.: Аудит, ЮНИТИ, 1999. – 297с. 3.Туленко Н.В. Антикризисний менеджмент // Персонал. – 1998. - №6. С.19-25 4.Родионова Н.В. Антикризисний менеджмент : Учеб. пособие для вузов. – М. ЮНИТИ – ДАНА, 2001. – 223 с. 5.Петренко С.Н., Сухарева Л.А. К вопросу о формировании подконтрольных показателей в системе контроллинга // Зб.: Економічний вісник національної гірничої академії України. – Т.3. – Дніпропетровськ: РИК НГА Україна, 1999. – С. 177-180. 6.Петренко С.М. Контролінг у системі інформаційних потоків підприємства / Торгівля і ринок України. Тематичний зб. наук.пр. з проблем торгівлі і громадського харчування. Вип.9. Т. 2. – Донецьк: ДонДУЕТ, 1999. – С. 165-170. 7.В.П.Губачов, Петрусевич Н.Ю. Зарубіжні системи контролінгу: досвід для України // Регіональні перспективи.-2001.-№1. - С.68-71

## КРИТЕРІЇ ПІДБОРУ ПЕРСОНАЛУ

Канд. екон. наук, доц. Пакуліна А.А., здобувач вищої освіти Татаренко А.А.  
*Харківський національний університет будівництва та архітектури*

У сучасних умовах, мабуть, вже нікого не потрібно переконувати у тому, що успіх підприємства в першу чергу обумовлений правильно підібраним та належним чином мотивованим персоналом. Тому одним з першочергових завдань підприємця є вміння правильно підібрати персонал. Для цього можна скористатися різноманітними способами та методиками, залежно від досвіду та фінансових можливостей роботодавця. Час ставить нові вимоги як до персоналу, так і до вмінь керівника правильно його підібрати, розподілити по робочих місцях та мотивувати на ефективну роботу. У зв'язку з цим питання підбору персоналу є вкрай актуальними та потребують всебічного вивчення.

Підбір персоналу — це процес вивчення психологічних і професійних якостей працівника з метою встановлення його відповідності до вимог робочого місця і підбору з наявних претендентів того, хто найбільше підходить на це робоче місце, з врахуванням його кваліфікації, спеціальності, особистих якостей, здібностей, характеру та інтересів організації. Це є досить складний і дорогий процес. Процес підбору здійснюється поетапно. Спочатку проводиться попередня співбесіда; заповнення заяв і анкет; співбесіда з менеджером з персоналу; тестування, перевірка рекомендації і послужного списку, медичний огляд. За їх результатами лінійні керівники або менеджер з персоналу приймають остаточне рішення про найм на роботу.

Пошук і залучення висококваліфікованих, талановитих робітників, фахівців, керівників і спеціалістів є одним з першочергових завдань для багатьох організацій, але не всі з них достатньо обізнані з сучасними технологіями підбору персоналу, діючи інтуїтивно, що в кінцевому підсумку не завжди призводить до позитивних наслідків. Тому особливого значення набуває повноцінне використання всіх переваг сучасних технологій підбору персоналу в контексті існуючих вимог з кадрового забезпечення підприємства.

Питанням сучасних методик підбору персоналу присвятили свої праці ряд вітчизняних на зарубіжних науковців. Втім, недостатньо розроблений методичний інструментарій їхнього практичного використання, не всі вони доступні для широкого кола підприємств, як у фінансовому аспекті, так і у розумінні їхнього економічного змісту та переваг.

Підбір персоналу – це система заходів, передбачених організацією для залучення працівників, що володіють необхідними професійними навичками та моральними якостями і здатних виконувати на виробництві всі посадові обов'язки. З точки зору підприємства на підбір працівників впливають три основні чинники: рівень висунутих

вимог до персоналу, загальна кадрова політика, що складає імідж організації, включаючи оплату праці .

Керівництво підприємств проводить підбір тоді, коли виникає або усвідомлюється потреба у працівниках певної професії і кваліфікації. Потреба є результатом планування персоналу (новий штатний розклад) або наявності інтенсивної плинності кадрів. Головне завдання менеджера з персоналу – забезпечити наявність людей потрібної кваліфікації у потрібний час на потрібному робочому місці. Підбір нового персоналу для підприємства в кінцевому результаті зводиться до певного алгоритму дій і від якості підібраних кандидатів на вакантні посади, залежать запланований результат роботи підприємства .

Помилки, що здійснюються на етапі підбору можна усунути шляхом чесного і відкритого обговорення з кандидатами всіх можливих сценаріїв розвитку подій. Менеджер з персоналу повинен заздалегідь розрахувати потенційний ризик і мати запасного кандидата, який у випадку необхідності зможе зайняти вакантне місце.

В умовах ринкової конкуренції актуальність підбору кадрів стали одними з найголовніших факторів, що визначають виживання і економічний стан підприємств. Підбір персоналу - найбільш відповідальний етап в управлінні персоналом. Уміння наймати на роботу найбільш підходящих людей гарантує отримання доходу, а не роботу в збиток, а також знижує плинність кадрів. Грамотна людина в організації є її важливим ресурсом, а вибрати грамотного людини серед цілого ряду кандидатів на вакантну посаду представляє собою велику проблему. Таким чином, тема вдосконалення системи підбору кадрів в даний час є дуже актуальною. Сучасний підхід до менеджменту людських ресурсів базується на визначенні, що персонал є основою конкурентоспроможності організації. Сьогодні основною проблемою є не просто найом людей, а найом саме тих, хто дійсно потрібен організації, що стане запорукою успішної діяльності.

Заходом поліпшення і спрощення існуючої системи підбору кадрів я вважаю використання тестування перед співбесідою. Тестування дасть змогу не тільки об'єктивно зробити оцінку як професійних так і особистих якостей потенційних претендентів, але й допоможе зекономити час та гроші підприємства, провівши первинний відсів кандидатів, що не відповідають вимогам за результатами тестування підприємства.

Аналізуючи викладене, можна зробити висновок, що незважаючи на те, що багато підприємств використовують безліч нетрадиційних методів відбору персоналу, кадровики та менеджери з персоналу досить часто з недовірою ставляться до них, сумніваючись в ефективності їх застосування. І це цілком зрозуміло, адже навіть і фахівці, які пропонують такі методики, радять їх використовувати тільки для отримання додаткової інформації в сукупності з традиційними методами підбору персоналу, ні в якому разі не обираючи нетрадиційну методику в якості основної й покладатися лише на її результати.

Література: 1.Иванова С. Как найти своих людей: Искусство подбора и оценки персонала для руководителя / С. Иванова. - М. : Альпина Паблшер, 2013. - 173 с. 2.Науменко Л. М. Хедхантинг в управлінні персоналом на етапі сучасного розвитку економічної науки [Електронний ресурс] / Л. М. Науменко. - Режим доступу: <http://intkonf.org/naumenko-lm-hedhanting-v-upravlinni-personalom-na-etapi-suchasnogo-rozvitku-ekonomichnoyi-nauki/> 3.Писаревська Г. І. Розвиток ринку рекрутингових послуг в Україні / Г. І. Писаревська // Бізнесінформ. - 2013. - № 10.- С. 227-231. 4.Куприянов А. Н. Развитие рекрутинга на рынке труда в России: Автореферат диссертации кандидата экономических наук. – М., 2011. – 26 с. 5.Веснин В.Р. Основы менеджмента. – М.: Институт международного права и экономики им. Грибоедова, 2004. – 480 с. 6.Виханский О.С., Наумов А.И. Менеджмент. – М.: Фирма Гардарики, 2001. – 365 с.

## РОЗВИТОК ТА ЧИННИКИ ПОДАТКОВОЇ СИСТЕМИ

Канд. екон. наук, доц. Пакуліна А.А., здобувач вищої освіти Федоров Я.В.  
*Харківський національний університет будівництва та архітектури*

Об'єктивні чинники розвитку податкової системи.

До об'єктивних чинників належать:

1. Вплив суспільної форми виробництва

– за натурального господарства податки стягуються в натуральній формі без встановленої періодичності (що є, те і могли віддати державі);  
– з розвитком товарно-грошових відносин запроваджується грошова форма оподаткування із визначенням строків сплати.

2. Вплив відносин власності:

– за умови домінування державної форми власності держава задовольняла свої потреби, як правило, не примусовим порядком, а за рахунок надходжень від державної власності, податки відігравали незначну роль у доходах бюджету (в Англії в 1664 р. частка податків, за даними В. Петі, у національному доході становила 1,7 %);

– з розвитком товарно-грошових відносин держава поступово передавала право власності приватним особам, що було зумовлено ринковими відносинами та сприяло розвитку. Тим самим держава здобувала право здійснення функцій, пов'язаних з управлінням відокремленої від неї власності. Тобто внаслідок відокремлення держави-функції від держави-власності виникає й розвивається податковий метод формування доходів бюджету. Фіскальна роль податків збільшується (держава передавала власність приватним особам, а натомість брала на себе управлінські функції, законодавче регламентування, забезпечення прав власності, охорону). Податки перетворюються на постійне джерело державних доходів.

3. Вплив концентрації (укрупнення) виробництва:

– виникають підстави для державного регулювання економіки, розширюється коло суспільних потреб. Це вимагає збільшення державних доходів, а отже, підвищення ролі податкових надходжень. При укрупненні виробництва зростає потреба у втручанні держави, оскільки порушуються умови конкуренції, відбувається вихід на міжнародний рівень.

4. Вплив зростання ВВП зумовлює розширення можливостей для податкових вилучень. Достатній для життя рівень доходів сприяє більш виваженій реакції платників на збільшення податків. Водночас за відносно постійних видатків зростання ВВП дає змогу зменшувати рівень оподаткування. Є країни, в яких соціальна функція практично не виконується.

5. Вплив відносин розподілу:

– розмаїття форм доходів зумовлює розмаїття форм податків;  
– диференціація доходів (нерівномірність їх розподілу) стає передумовою диференціації податкових ставок;  
– структура доходів впливає на структуру податків, рівень доходів платників є визначальним для загального обсягу доходів бюджету.

6. Вплив форми державного правління

– в умовах абсолютизму введення нових податків або збільшення діючих ставок податків, їх скасування є виключним правом однієї особи, що має владу;  
– в умовах демократії податкова політика стає прерогативою колективного розуму. Податки запроваджуються через ухвалення їх в парламенті, внаслідок чого намагаються досягти компромісу між інтересами різних суспільних (соціальних) груп. Крім того, податкові відносини набувають більш цивілізованого характеру, оскільки реалізуються через правову регламентацію (права і обов'язки всіх суб'єктів таких відносин і всього, що стосується податків). [1]

Суб'єктивні чинники – суспільні, колективні (групові, тобто підприємств) та індивідуальні інтереси членів суспільства. Закономірність: з одного боку, запровадження податків, їх співвідношення, механізми справляння залежать від волі осіб при владі (за абсолютної монархії це виключний привілей однієї особи, за демократичної форми правління – рішення членів парламенту). З другого боку, формування податкової системи залежить від фіскальної поведінки платників, сприйняття ними тих законів, які приймаються державою (досить часто вони встановлюються без належних знань). Платники, вдаючись до міграції чи протесту, змушують правителів утримувати рівень оподаткування в більш-менш прийнятних межах.[2]

Визначальною базою при побудові податкової системи є обсяг державних видатків. Вони залежать від функцій держави. Податки в державі – не самоціль, а вторинні відносно видатків. Збалансування доходів і видатків є аксіомою фінансової науки. Відхід від неї призводить до тяжких наслідків, ніж високий рівень оподаткування. Видатки, у свою чергу, також залежать від функцій держави. Важливо, щоб держава виконувала суспільно необхідні функції, тобто ті, що їй делегує суспільство для реалізації спільних інтересів індивідів, які він не може реалізувати одноосібно або реалізує з більшими витратами, ніж держава. Для ефективного функціонування важливо, щоб держава виконувала функції, які відповідають інтересам індивідів. Якщо функції держави виходять за межі суспільно необхідних, то оподаткування втрачає раціональність і податкові відносини набувають конфліктних форм. Це проявляється у зростаючому опорі платників фіскальній експансії держави.[3]

Література: 1. Нападовська Л.В. Управлінський облік : монографія / Л.В. Нападовська. – Дніпропетровськ : Вид-во "Наука і освіта", 2000. – 450 с. 2. Ткаченко Н. М. Бухгалтерський та фінансовий облік на підприємствах України : [підруч. для студ. екон. спец. вищ. навч. закл.] / Н. М. Ткаченко. — К. : А.С.К., 2002. — 542 с. 3. Облік, аналіз, аудит : навч. посіб. / [Серікова Т. М., Понікаров В. Д., Кожанова Є. П., Оленко І. П.]. — Х. : ВД «ІНЖЕК» 2003. — 380 с.

## **УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМ УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ**

Канд. екон. наук, доц. Пакуліна А.А., здобувач вищої освіти Федоров Я.В.  
*Харківський національний університет будівництва та архітектури*

Попри значну кількість досліджень, присвячених проблемам управління витратами, подальшого вивчення потребують наукові засади процесу формування стратегії управління витратами.

На вітчизняних підприємствах існують такі проблеми щодо управління витратами, як: створення нової системи обліку, контролю та аналізу, спрямованої на задоволення потреб управління; переорієнтацію вітчизняної практики з урахуванням зарубіжного досвіду на вирішення завдань, поставлених перед управлінням у ринкових умовах; створення нових систем отримання інформації про витрати і застосування нових методів контролю і аналізу [1].

Ринкова орієнтація економіки України потребує інтенсивної роботи з удосконалення управління витратами і собівартістю. Облік і розподіл витрат за видами продукції посилює контрольні функції управління витратами в процесі виробництва. Тим самим діяльність підприємства переорієнтовується на кінцевий фінансовий результат. Важливо підкреслити, що дані обліку витрат повинні використовуватись не тільки для їхнього визначення, але й для подальшого аналізу результатів діяльності підприємства. Також ці дані можуть слугувати основою для розробки заходів щодо контролю виконання планових завдань структурними підрозділами підприємства.



З огляду на роль виробничих витрат у розвитку та ефективності діяльності сільськогосподарських підприємств постає проблема формування ефективної стратегії управління витратами, що є процесом розробки та прийняття управлінських рішень за всіма напрямками їхнього формування й розподілу на підприємстві. Формування стратегії управління витратами слід розглядати як комплексну тему управління чинниками, що прямо або опосередковано впливають на розмір прибутку підприємства.

Стратегічне управління господарською діяльністю підприємств має здійснюватися на основі управління основними видами його діяльності, охоплюючи основні функції та об'єкти управління. До основних функцій управління належать: планування і прогнозування, організація і регулювання, мотивування, контролювання, аналіз. Об'єктами управління є: інформаційні ресурси, матеріальні і технічні ресурси, персонал, фінансові ресурси, технологія виробництва, організаційна структура підприємства.

Управління витратами можна визначити як взаємопов'язаний комплекс робіт, які формують і впливають на процес виникнення та поведінку витрат під час здійснення господарської діяльності й спрямовані на досягнення оптимального їх рівня у всіх підсистемах підприємства [1].

До інформаційної системи управління витратами ставлять такі вимоги: відповідність інформації потребам управління; забезпечення мінімальним, але достатнім обсягом інформації для прийняття управлінських рішень; забезпечення оперативного реагування на відхилення; достовірність інформації; регулярність інформації для простеження динаміки; багатоваріантність інформації для розгляду альтернативних рішень; результативність інформації, яка полягає у зіставленні результатів із витратами; комплектність інформації [2].

Удосконалення системи управління витратами повинно бути спрямоване на постійний пошук і виявлення резервів економії ресурсів, нормування їх витрат, планування, облік і аналіз витрат за їх видами, стимулювання ресурсозбереження і зниження витрат з метою підвищення ефективності фінансово-господарської діяльності підприємства.

З огляду на останні тенденції в сільськогосподарському виробництві України, зокрема підвищення ролі великотоварного укладу, основними суб'єктами таких відносин будуть сільськогосподарські підприємства, що робить їх об'єктом глибокого та всебічного вивчення як з боку науки, так і практики. Тому належне регулювання економічних відносин вимагатиме відповідного методичного забезпечення – інструментарію, побудованого на використанні певних методів і прийомів. У його основі лежатимуть базові економічні категорії, первинними серед яких будуть витрати та собівартість. Первинний характер цих категорій робить їх універсальними, що якнайповніше задовольняє вимоги, які ставить процес регулювання економічних відносин. Тому чимало вітчизняних та зарубіжних вчених розглядали таке регулювання саме з позицій місця та ролі в ньому витрат і собівартості [3].

Витрати мають особливу значущість у відтворювальному процесі і відіграють надзвичайну роль у досягненні економічного ефекту. Саме тому для всіх суб'єктів господарювання, незалежно від умов їх функціонування, питання формування витрат завжди були і залишатимуться пріоритетними. Подібний стан речей цілком закономірно постійно підтримує інтерес до процесу формування витрат як практиків, що безпосередньо на своїй дохідності відчувають вплив цієї економічної категорії, так і теоретиків, які досліджують питання витрат з позицій економічної науки.

Узагальнюючи основні визначення категорії витрат, приходимо до висновку, що витрати – це витрачені ресурси, які можуть виступати у формі грошових коштів або ж мати грошову оцінку, а в межах обраного напрямку дослідження можна додати, що це ресурси, витрачені підприємством у результаті господарської діяльності для досягнення визначеної ним цілі.

Оскільки для ефективного управління виробництвом величина витрат, що припадає на одиницю продукції, є більш важливою, ніж загальна їх сума, то в практику господарської діяльності були введені показники середніх витрат та відповідно середніх постійних і середніх змінних. Вони розраховуються діленням загальної суми відповідних витрат на кількість продукції. Попри безперечну корисність вказаних показників, варто звернути увагу на певні суперечності в загальновизначених їх назвах. Справа в тому, що при незмінності постійних витрат, середні постійні витрати незмінними не будуть, оскільки вони зменшуватимуться при зростанні обсягів продукції та зростатимуть при їх скороченні. Тобто визначення для постійних витрат, яке вказує на їх незалежність від обсягів виробництва, вже не витримуватиметься. Це ж стосується і окремих ситуацій для середніх змінних витрат. Якщо змінні витрати змінюватимуться пропорційно до обсягів виробництва, то величина середніх змінних витрат залишатиметься постійною при будь-яких обсягах, тобто не залежатиме від них. Таким чином, користуючись показниками середніх постійних та середніх змінних витрат, варто пам'ятати про умовність їх назв та особливості поведінки.

З витратами тісно пов'язана собівартість продукції. Вона виступає як результативний показник стосовно витрат і продукції. Окрім своїх кількісних характеристик, собівартість є важливим якісним показником, що характеризує результати виробничо-господарської діяльності. Ця теза обов'язково підкреслюється в усіх роботах, присвячених собівартості. За певних умов остання є основою для встановлення цін на вироблену продукцію; її розмір має безпосередній вплив на величину прибутку, що уособлює мету господарської діяльності. Крім того, показник собівартості є основою для раціонального розташування і спеціалізації виробництва. Його використовують для аналізу господарської діяльності, собівартість дозволяє порівнювати ефективність застосування різних технологій та знаходити напрями оптимального використання ресурсів.

Література: 1. Давидович, І. Є. Управління витратами: навчальний посібник / І. Є. Давидович. – К.: Центр учбової літератури. – 2008. – 320 с. 2. Крушельницька, О. В. Управління витратами: навч. посіб. для студентів / О. В. Крушельницька. – Житомир: ЖДТУ. – 2005. – 196 с. 3. Золотарьова, А. М. Напрями підвищення ефективності управління виробничими витратами на вітчизняних підприємствах / А. М. Золотарьова // Управління розвитком. – 2012. – №5. – С. 21- 22.

## **РОЗВИТОК БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ В СЕКТОРІ МАЛОГО БІЗНЕСУ**

Канд. екон. наук, доц. Пакуліна А.А., здобувач вищої освіти Федоров Я.В.  
*Харківський національний університет будівництва та архітектури*

Розвиток бухгалтерського обліку в бік пристосування національної облікової системи до вимог міжнародних стандартів не враховує особливості економічного розвитку малого бізнесу в Україні (нерозвиненість ринкової інфраструктури, недостатність державної підтримки цього сектору економіки, фінансові та матеріальні обмеження національних малих підприємств) та невідповідність розвитку теоретико-методологічних основ бухгалтерського обліку з методикою й організацією облікового процесу на малих підприємствах.

Копіювання міжнародного досвіду розвитку бухгалтерського обліку в Україні не відповідає сучасним вимогам та нівелює вплив довголітніх напрацювань вітчизняної облікової школи. Хоча доробки радянської наукової облікової школи дещо відрізняються від сучасних вимог до бухгалтерського обліку, однак за останні 20 років, коли Україна отримала незалежність, вже вибудовується власний шлях до розвитку

бухгалтерського обліку в Україні з урахуванням національного економічного потенціалу та особливостей національного розвитку країни.

Розроблення основних напрямів стратегії розвитку бухгалтерського обліку безпосередньо повинно бути узгоджене з діючою правовою базою, основним документом якої є Стратегія застосування міжнародних стандартів фінансової звітності в Україні [1]. Одним із завдань Стратегії є удосконалення методології бухгалтерського обліку для суб'єктів малого підприємництва, що повинно стати відправною точкою для процесу реформування бухгалтерського обліку для малих підприємств в Україні. Для вирішення цього завдання у Стратегії пропонуються такі кроки:

- максимальне спрощення процедури ведення бухгалтерського обліку та форм фінансової звітності;

- адаптація до міжнародних стандартів національної нормативно-правової бази з питань бухгалтерського обліку для малого бізнесу через затвердження відповідних національних П(С)БО зі спрощеним порядком обліку активів, зобов'язань, власного капіталу та розрахунком фінансових результатів;

- надання права застосовувати форму обліку, яка не передбачає застосування подвійного запису. Перші два завдання стосуються дослідження та удосконалення теоретичних та методологічних основ бухгалтерського обліку, третє завдання – організаційних положень бухгалтерського обліку. З огляду на необхідність приведення бухгалтерського обліку до міжнародних вимог, враховуючи напрацювання вітчизняної облікової школи та зростання вимог до якості обліковоаналітичного забезпечення управлінської діяльності та зовнішніх користувачів можна виділити такі напрями реформування бухгалтерського обліку й аналізу в секторі малого бізнесу:

1. Удосконалення теоретичних основ бухгалтерського обліку й аналізу через узгодження функцій і завдань бухгалтерського обліку в умовах зростання вимог до обліковоаналітичного забезпечення діяльності підприємств малого бізнесу.

2. Удосконалення методологічних положень бухгалтерського обліку через подальше опрацювання і приведення у відповідність наявного нормативного поля бухгалтерського обліку в умовах обмежених обсягів інформаційного забезпечення діяльності підприємств малого бізнесу:

- принципів формування і розкриття облікової інформації в межах спрощених форм фінансової звітності;

- якісних характеристик облікової інформації за допомогою виявлення закономірностей між якісними властивостями інформації та рівнем її розкриття в показниках спрощених форм фінансової звітності;

- елементів методу бухгалтерського обліку через удосконалення процесів відображення, оцінювання та узагальнення інформації на рівні методологічного інструментарію бухгалтерського обліку (документування, інвентаризація, оцінка, рахунки, звітність);

- розроблення національних стандартів бухгалтерського обліку для сектору малого бізнесу з метою спрощення порядку обліку активів, зобов'язань, власного капіталу та розрахунку фінансових результатів на мікропідприємствах та малих підприємствах.

3. Удосконалення методичних підходів бухгалтерського обліку через узгодження методичних рекомендацій до організації бухгалтерського обліку для різних за розмірами малих підприємств, які виділені в Господарському кодексі України (мікропідприємства та малі підприємства) з нормами інших нормативно-правових актів (ПКУ, Законом України «Про бухгалтерський облік і фінансову звітність в Україні», НП(С)БО 1 та ін.).

4. Удосконалення організаційних положень бухгалтерського обліку на малих підприємствах з урахуванням інформаційних потреб внутрішніх і зовнішніх користувачів та функціонально-цільових параметрів системи бухгалтерського обліку

щодо можливості оброблення й оцінювання масивів економічної інформації в межах спрощеної системи управління через розроблення:

– методичних рекомендацій для формування облікової політики з метою вибору ефективної та раціональної взаємодії окремих складових системи бухгалтерського обліку, сприяючи підвищенню ефективності управління обліковими процесами на мікро- та малих підприємствах;

– проектів наказу про облікову політику малого підприємства, що ґрунтуються на різних концептуальних основах (національній або міжнародній); – пакета управлінської звітності та узгодження механізму складання управлінської звітності за показниками облікових реєстрів підприємств малого бізнесу.

5. Розроблення напрямів нормативного узгодження теоретико-методологічної бази бухгалтерського обліку та методики й організації бухгалтерського обліку з метою покращення розкриття фінансової інформації та підвищення її якості та корисності в умовах ресурсного обмеження малих підприємств та розширення інформаційних потреб користувачів.

6. Формування інфраструктури розвитку системи бухгалтерського обліку в частині підготовки та підвищення кваліфікації облікових кадрів в умовах постійного удосконалення бухгалтерського обліку малих підприємств, а також надання достатніх кваліфікованих знань з бухгалтерського обліку власникам і керівникам малих підприємств, які прийняли рішення самостійного ведення бухгалтерського обліку на підприємстві: – запровадження системи підвищення кваліфікації бухгалтерів та організації бухгалтерських курсів для керівників та власників малих підприємств, які прийняли рішення щодо самостійного ведення бухгалтерського обліку і складання фінансової звітності в умовах спрощеного обліку доходів і витрат; – створення курсів для керівників та власників малих підприємств з метою роз'яснення основних переваг застосування міжнародних стандартів бухгалтерського обліку та для бухгалтерів малих підприємств, які в обов'язковому порядку (або за власним бажанням) прийняли рішення щодо складання фінансової звітності за міжнародними вимогами (МСФЗ для МСП). [2]

Зростання вимог до якості інформаційного забезпечення управлінської діяльності зумовлює зростання значення та ролі аналітичного забезпечення в межах спрощеної системи управління підприємств малого бізнесу.

Генерування релевантної та якісної інформації з метою оцінювання ефективності фінансово-господарської діяльності необхідно виділити такі напрями удосконалення методичних та організаційних положень аналізу в секторі малого бізнесу:

1. Удосконалення методичних положень аналітичного забезпечення діяльності підприємств малого бізнесу для формування достатнього обсягу обліково-аналітичної інформації про внутрішні бізнес-процеси і зовнішнє середовище малого підприємства для оцінювання його конкурентних переваг, превентивного управління ризиками та забезпечення сталого розвитку.

2. Удосконалення організації аналітичного процесу діяльності для можливості формування оптимального аналітичного підрозділу в умовах ресурсних обмежень малого підприємства та інформаційних потреб користувачів.

3. Удосконалення методики оцінювання економічного потенціалу малого підприємства на основі кількісних та якісних показників, що характеризують рівень фінансових можливостей, кредитоспроможності, оцінку ризику діяльності в межах експрес-аналізу і комплексного аналізу діяльності підприємств малого бізнесу.

4. Удосконалення методики оцінювання ймовірності банкрутства, яка ґрунтується на побудові багатофакторної дискримінантної моделі або на основі скорингового аналізу та побудові інтегрального показника з використанням рейтингових критеріїв та прийомів експертного оцінювання.[3]

Отже, враховуючи темпи реформування бухгалтерського обліку в Україні та неузгодженість різних рівнів нормативного поля на цьому етапі розвитку національної облікової системи дуже важливим є розроблення напрямів удосконалення теоретико-методологічних основ, методичних засад і організаційних положень бухгалтерського обліку в межах концепції розвитку бухгалтерського обліку й аналізу в Україні для сектору малого бізнесу, що надасть 15 можливостей проведення більш системних та цілеспрямованих заходів удосконалення системи бухгалтерського обліку окремого сектору економіки, з метою генерування релевантної та якісної інформації про внутрішні бізнес-процеси для оцінювання конкурентних переваг та проведення аналітичних процедур з метою оцінювання ефективності фінансовогосподарської діяльності підприємств малого бізнесу.

Література: 1. Державна казначейська служба України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.treasury.gov.ua>. 2. Шавлай А. П. Проблеми акцизного оподаткування в Україні / А. П. Шавлай // Вісник Вінницького торговельно-економічного інституту КНТЕУ. – 2015. – № 5. – С. 22–26. 3. Лисецька Н. М. Впровадження європейських стандартів акцизного оподаткування: досвід України / Н. М. Лисецька // Вісник Миколаївського національного університету імені В. О. Сухомлинського. – 2015. – № 4. – С. 848–852.

## **ПОДАТКОВІ НАДХОДЖЕННЯ В СИСТЕМІ ДЕРЖАВНОГО БЮДЖЕТУ УКРАЇНИ**

Канд. екон. наук, доц. Пакуліна А.А., здобувач вищої освіти Федоров Я.В.  
*Харківський національний університет будівництва та архітектури*

Податкові надходження державного бюджету включають податки і збори (обов'язкові платежі). Податки представляють собою обов'язкові платежі юридичних і фізичних осіб, які встановлюються для утримання державних структур і для фінансового забезпечення виконання ними функцій держави.

Розуміння податку як обов'язкового платежу фізичних та юридичних осіб до бюджетів органів суспільної влади різних рівнів прийнятне лише для практичних цілей. Будь-який податок, крім фіскальної та регулюючої дії, має ще й побічні, зовнішні для фіскації соціальні наслідки. Тому податки варто розглядати не просто як економічну категорію, а як суспільно-соціальну [1]. Суспільна ціна податків вимірюється втратою частки особистого добробуту конкурентними платниками із переміщенням цієї частки через бюджет до усього населення держави. Еволюція фінансових знань про суспільний характер податків нерозривно пов'язана з теоретичною концепцією державних благ. Державні – це такі види благ, джерелом забезпечення яких є кошти органів державної влади. Ті блага, що є суспільними, не виробляються приватною економікою, а забезпечуються лише державою. Причому, якщо держава – орган з виробництва незмінних суспільних благ, то ці блага реалізуються споживачами за цінами, рівень яких запроваджується за суспільною згодою. Ціною суспільних благ є податки, і оплата державних благ – єдине можливе використання податкових надходжень. Завдяки цьому між державою – виробником суспільних благ і суспільством досягається еквівалентна мінова угода «податки - блага». [2]

Розкриття суспільного призначення податків як соціально-економічної категорії неможливе без визначення функцій цієї категорії. Враховуючи те, що податки є необхідним елементом централізації частки вартості валового внутрішнього продукту в бюджеті для оплати державних суспільних благ і засобом перерозподілу цієї вартості між державою і юридичними та фізичними особами, можна констатувати той факт, що податки виконують фіскальну та розподільчо-регулюючу функції. Ці Функції є

об'єктивними та існують з часу виникнення податків. Однак, конкретні прояви їх рис пов'язані з умовами суспільного розвитку. [3]

Податки - не єдина форма акумуляції грошових коштів до бюджетів та інших державних фондів. Існують ще обов'язкові платежі, яким притаманні ознаки податків:

- податкові платежі (збори) – стягуються з платників за умови конкретного еквівалентного обміну між державою та платником. Відповідають на запитання за що? Розмір плати залежить від розміру ресурсів, що використовуються, а надходження плати державі визначається державною власністю на ці ресурси. Для прикладу, плата за спеціальне використання природних ресурсів, плата за землю;

- відрахування, внески – обов'язкові платежі, яким притаманні ознаки цільового призначення. Відповідають на запитання на що? Приклад: відрахування у пенсійний фонд, фонди соціального страхування.. Характерними особливостями податку, які відрізняють його від обов'язкових платежів, є те, що він:

1) стягується на умовах безповоротності. Повернення податку можливе тільки в разі його переплати або тоді, коли законодавством передбачені пільги щодо цього податку;

2) має односторонній характер встановлення. Сплата податку не породжує зустрічного зобов'язання держави вчиняти будь-які дії на користь конкретного платника;

3) може бути сплачений лише до бюджету, а не до іншого грошового фонду;

4) не має цільового призначення;

5) є виключно атрибутом держави і базується на актах вищої юридичної сили.

Реформування системи оподаткування повинні привести її у стан впорядкованості, функціональної єдності, перетворити її на логічно цілісний і злагоджений механізм, спрямований на розв'язання таких завдань:

- побудова стабільної, зрозумілої та єдиної в межах України податкової системи, яка визначала б збалансовані підходи до фінансового перерозподілу у масштабах країни та обґрунтовані ставки податків;

- перетворення податків на реальний чинник розвитку завдяки системі пріоритетів технологічного, галузевого характеру, а головне – відповідно до вимог формування соціально-економічного устрою інформаційного типу;

- вдосконалення податкового адміністрування, вироблення ефективного механізму контролю та звітності, взаємодії між суб'єктами податкової системи;

- забезпечення збалансованості інтересів центру й регіонів, регіонів між собою з метою гарантування стабільності адміністративно-територіального устрою України;

- подолання конфлікту між справедливістю та ефективністю, забезпечення збалансованості загальнодержавних та приватних інтересів з метою сприяння розвитку підприємництва, активізації інвестиційної діяльності відповідно до завдань нарощування національного багатства України, добробуту її громадян;

- забезпечення захисту прав і законних інтересів платників податків у взаємостосунках з податковими органами, запровадження поняття навмисного і ненавмисного порушення податкового законодавства;

- формування ефективної системи співробітництва держави та платників податків, відповідальності за податкові правопорушення з боку як платників податків, так і представників податкової адміністрації.[3]

Література: 1. Сірецький В.Л. Податок як елемент фінансового господарства держави // Фінанси України. – 2001. - № 10. – С. 96. 2. Мартинюк В.П., Баділь Б.Б. Податкова система – Тернопіль: Воля, 2006. – С. 10-11. 3. Свердан М. Проблеми податкової політики і реформування податкової системи України // Вісник Української Академії державного управління. – 2003. - № 3. – С. 184-193.

## СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ

Канд. екон. наук, доц. Пакуліна А.А., здобувач вищої освіти Федоров Я.В.  
*Харківський національний університет будівництва та архітектури*

Процес прогнозування в системі стратегічного планування витрат дає змогу виявити наявні проблеми і базується на аналізі господарської діяльності підприємства. Прогнозування витрат сприяє уточненню стратегії їх зниження, що може довго залишатися незмінною, а іноді уточнюватись внаслідок щорічної перевірки її спрямованості. Важливою складовою системи стратегічного управління витратами є управління витратами підприємства за етапами його життєвого циклу. На наш погляд, стратегічне управління витратами – це реалізація концепції, в якій поєднуються сукупність економічних, організаційних та управлінських процедур, інструментів та методів, спрямованих на досягнення конкурентних переваг виробництва продукції, надання послуг з мінімальними витратами.[1]

Управління витратами виробництва має як довготерміновий, так і короткотерміновий характер. У довготерміновій перспективі підприємство повинне сформувати мінімально припустиму ціну, тобто ціна реалізації виробничої продукції повинна бути принаймні не нижчою від величини середніх витрат. У короткотерміновій перспективі підприємство повинне сформувати перевищення ціни над середніми витратами – витрати на одиницю продукції. Це пов'язано з тим, що у випадку, якщо підприємство тимчасово припиняє виробництво й збут продукції, воно все одно платить витрати. У разі тимчасового зниження ціни мінімально припустима ціна для продавця, що діє на конкурентному ринку, повинна дорівнювати величині середніх змінних витрат.[1]

Сформована на українських підприємствах система управління спрямована на забезпечення ефективності виробничих процесів, аналіз і використання чинників зниження витрат задля покращення фінансових поточних результатів. Однак, така система недостатньо враховує вплив чинників зовнішнього ринкового середовища на рівень і поведінку витрат підприємства. Тому для ефективного стратегічного управління витратами особливу увагу варто приділяти дослідженню основних стратегічних чинників впливу на витрати як зовнішнього, так і внутрішнього щодо підприємства походження.

Успішне управління підприємством може здійснюватись лише за умови отримання інформації, необхідної для аналізу ситуацій, прийняття рішень і контролю за їхнім виконанням. Відсутність необхідної інформації може призвести до прийняття керівниками і менеджерами підприємства неправильних стратегічних і тактичних рішень. Все це свідчить про те, що сьогодні існує об'єктивна необхідність удосконалення інформаційного забезпечення управління підприємством, зокрема й управління витратами. Вплив чинників зовнішнього середовища на діяльність підприємства зумовлює також формування особливостей оперативного управління на рівні виробництва: за видами продукції, за центрами відповідальності тощо[2]

У діяльності підприємств України стратегічне управління набуло особливого значення за останнє десятиліття, коли розпочались активні ринкові перетворення в економіці держави. Однак досвід практичної діяльності українських підприємств засвідчує, що значна частина підприємств не формує довготермінових стратегічних планів, і це є однією з основних причин виникнення фінансових труднощів і навіть банкрутства цих підприємств. Стратегічне управління господарською діяльністю підприємств має здійснюватись на основі управління основними видами його діяльності, охоплювати основні функції та об'єкти управління. Тому стратегічне управління витратами повинне ґрунтуватись на низці принципів:

- відповідність цілей та ресурсів підприємства стану зовнішнього середовища;

- обґрунтований вибір стратегії підприємства з врахуванням особливостей виробничо-господарської діяльності підприємства;
- постійний пошук конкурентних переваг і їхнє зміцнення

Метою стратегічного управління витратами підприємства є довготермінове забезпечення його економічної ефективності за умов впливу зовнішніх і внутрішніх чинників на рівень та поведінку витрат. Оскільки ці чинники можуть мати як позитивний, так і негативний вплив, то, насамперед, необхідно провести аналіз процесу формування цінності для споживачів продукції підприємства, та пов'язані з ним процесом витрати. На основі такого аналізу можна виявити стратегічні напрями оптимізації витрат.[3]

Література: 1. Бойко Є.І. Удосконалення системи управління на підприємствах / Є.І. Бойко, О.А. Лоза // Науковий вісник НЛТУ України : зб. наук.-техн. праць. – Львів : РВВ НЛТУ України. – 2008. – Вип. 18.6. – С. 215-221. 2. Великий Ю.М. Управління витратами підприємства : монографія / Ю.М. Великий, В.В. Прохорова, Н.В. Сабліна. – Х. : Вид. дім "ІНЖЕК", 2009. – 192 с. 3. Кіндрат Р.Я. Системи управління витратами: досвід і перспективи застосування на деревообробних підприємствах / Р.Я. Кіндрат // Науковий вісник УкрДЛТУ : зб. наук.-техн. праць. – Львів : Вид-во УкрДЛТУ. – 2004. – Вип. 14.7. – С. 147-151.

## **ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІЧНОЇ СИСТЕМИ НА РІВНІ РЕГІОНУ**

Здобувач вищої освіти Петренко В. В.,  
науковий керівник: канд. екон. наук, доц. Янченко Н. В.  
*Харківський національний університет будівництва та архітектури*

Господарська діяльність людини проявляється в зміну речовини і енергії, це призводить до появи нових матеріальних об'єктів і процесів, які раніше були відсутні в природі. Оскільки сировинні та енергетичні ресурси взяті ніде, крім як, витягуючи їх з біосфери, то господарська діяльність з ростом її масштабів неминуче чинить все більший вплив на процеси, що відбуваються в живій природі і на планеті в цілому. Створення моделі управління господарською діяльністю, що забезпечує стан регіону в межах стійкості біосфери, вимагає організації управління потоками речовини та енергії.

Енергетична стійкість підсистеми залежить від наявності необхідних для підтримки її структури власних енергетичних джерел. Це повинно з одного боку забезпечуватися задоволенням потреби в споживанні, перш за все за рахунок власних енергетичних джерел, з іншого боку, оскільки в переважній більшості випадків використовується викопне паливо, при його виробництві і споживанні не повинен бути перевищений асиміляційні потенціал конкретної території. Даний асиміляційні потенціал визначається здатністю ландшафтів відповідної території продукувати кисень і споживати вуглекислий газ. Відповідно в даному випадку крім загального споживання енергії в регіоні будуть мати значення такі екологічні характеристики території : загальна площа різних лісів, наявність нелісових площ, території, відведені під сільськогосподарські угіддя, площа зайнята водними об'єктами.

Стійкість матеріальної підсистеми залежить від наявності замкнених потоків речовини, і буде визначатися процесами обміну з навколишнім природним середовищем. Забезпечуватися вона повинна формуванням ресурсних циклів, де відбувається стабілізація споживання. Регіональна соціо-еколого-економічне середовище, будучи деякою спільністю природних екосистем, різних виробничих підприємств, а також населення, історично формувалася на основі використання природних ресурсів, присутніх на території. Економіка регіону безпосередньо базується на природно-ресурсний потенціал території, відповідно регулювання



матеріальної підсистеми дозволяє забезпечувати вплив на неї в цілому. В даному випадку використання замкнутих ресурсних циклів дає можливість довготривалого розвитку регіональної економіки. При цьому необхідно погоджувати обсяг вилучення природних ресурсів з можливостями біосфери, і забезпечувати стабільність рівня споживання сировини необхідної для виробництва товарів і послуг.

Інформаційна стійкість забезпечується діяльністю управлінської підсистеми і визначається рівнем відповідної реакції на різні обурення, що виникають в результаті зовнішніх впливів, що може призводити до суттєвого порушення її структури і процесів функціонування. Для регулювання в системі споживання енергетичних і матеріальних ресурсів зазвичай формується специфічний механізм, заснований на використанні інформаційних даних, в якості яких виступають фінансові потоки. Таким чином, стійкість управління безпосередньо залежить від процесів їх регулювання. Для цього буде потрібно формування особливої управлінської моделі, яка може спиратися на широко поширені системи екологічного менеджменту [1], також буде потрібно вдосконалювати вимірювальні процедури.

У підсумку, необхідно зробити висновок, що фактори стійкості будуть визначатися функціонуванням різних потоків в наведених вище підсистемах. Структурною основою енергетичних підсистем є підприємства паливно-енергетичного комплексу. Енергетичні ресурси, що формуються паливно-енергетичним комплексом, витрачаються на виробництво товарів і послуг. В останні роки, завдяки відкриттям великих джерел викопного палива, відбувається постійний і безперервний ріст потоків енергії, які в даний час, на деяких територіях, стали істотно перевищувати асиміляційні здатності біосфери, фактично сприяючи її деградації при зростанні економічних суб'єктів. Продукують виробничі підприємства, що перетворюють сировинні ресурси, є елементами матеріальної підсистеми. Потоки матеріальних ресурсів повинні існувати всередині замкнутих технологічних циклів, або забезпечувати певний баланс матеріального обміну між різними регіонами. Загальна кількість матеріальних ресурсів, які обмінюються з біосферою, має зберігатися на постійному рівні, і також не перевищувати певний загальний рівень вилучення і переміщення речовини, в результаті чого можуть початися процеси гноблення і деградації в екосистемах на конкретній території

Література: 1. Двинін Д.Ю. Розвиток екологічного менеджменту в Росії та світі // Вісник Хмельницького державного університету. - 2007. - № 6. - С. 131-135. 2. Липенков А.Д. Економіка, життя, розум. Суспільне виробництво з точки зору глобальної еволюції. - Челябінськ: юЕМзх, 2012. - 218 с. 3. Цомартова Л.В. Фактори сталого розвитку регіональних соціально-економічних систем URL: [http://www.science-bsea.bgita.ru/2011/ekonom\\_2011\\_1/comarova\\_factory.htm](http://www.science-bsea.bgita.ru/2011/ekonom_2011_1/comarova_factory.htm) (дата звернення: 20.04.2020)

## **ВИЗНАЧЕННЯ СТРУКТУРИ ВОДОГОСПОДАРСЬКОГО КОМПЛЕКСУ ПІВДЕННОГО РЕГІОНУ**

Канд. екон. наук, доц. Петрова О.О.  
*Херсонський державний аграрно-економічний університет*

Україна має розвинуту річкову мережу, що утворена із 71 тис. річок загальною довжиною 248 тис. кілометрів, понад 67 тисяч з них (94,4 відсотка) коротші за 10 кілометрів, їх загальна довжина становить 131 тис. кілометрів. 4011 річок мають довжину, яка перевищує 10 кілометрів. Згідно з прогнозами, подальші зміни клімату погіршуватимуть умови природного вологозабезпечення. Внаслідок цього роль зрошення та дренажу у виробництві сільськогосподарської продукції лише зростатиме. Для поліпшення водозабезпечення в країні створено понад 1160 водосховищ загальним об'ємом близько 55 куб. км, мережа магістральних каналів (понад 1000 км) і водоводів

(понад 2000 км). Це дає змогу щорічно перерозподіляти по нашій території відповідно 3 куб. км і 12 куб. км води.

Щорічно для потреби водопостачання населення і галузей економіки забирається близько 10 куб. км води, у тому числі близько 3 куб. км — для сільського господарства. Такий об'єм водозабору становить лише третину від рівня максимального водозабору, який був у радянські часи (35 куб. км у 1990 році) [1].

Необхідність інтеграції України у світову мережу водних відносин, доцільність імплементації у національну водну політику та водогосподарський менеджмент передового зарубіжного досвіду, посилення бюджетнонаповнюючої ролі залучення водних ресурсів до господарського обороту вимагають формування сучасного інституціонального каркасу еколого - збалансованого водокористування. Принциповими моментами при цьому мають бути відмова від галузевого підходу при проектуванні й формуванні регіональних водогосподарських комплексів та окремих складових водного господарства і перехід до функціонально-територіального підходу регулювання водокористування.

З огляду на це інституціональне забезпечення водокористування потребує вдосконалення в напрямку вмонтування в систему водних відносин нових інституціональних ланок водокористування, які дадуть можливість посилити капіталізацію і комерціалізацію водогосподарської діяльності, усунути з економічного обороту синдром безгоспності та безоплатності водної складової продуктивних сил, сприяти розбудові регіональної водоохоронної інфраструктури [2].

Слід відзначити, що однією з найефективніших форм організації водокористування та водозабезпечення сільського господарства регіону в зоні зрошення є його водогосподарський комплекс (ВГК). Під цим поняттям розуміється складова національної економіки, що охоплює водні об'єкти з наявними в них водними ресурсами, гідротехнічні споруди, а також діяльність водокористувачів, органів управління та відповідного контролю. Шабанов В.В. розглядає ВГК сільського господарства регіону як сукупність заходів та споруд по раціональному використанню водних ресурсів і пов'язаних з ними природних ресурсів, які дозволяють оптимально задовольняти всіх водокористувачів існуючими запасами води [3, с.22].

На нашу думку, більш правильним буде визначення, згідно з яким водогосподарський комплекс сільського господарства Південного регіону уявляється як сукупність підприємств і видів діяльності, економічно взаємопов'язаних між собою функціями раціонального використання, охорони та відтворення водних ресурсів в аграрній сфері економіки на певній території. Ідентифікація складників, структури, економічних відносин та процесів у водогосподарському комплексі сільського господарства дозволяє найбільш ефективно проводити моніторинг та експлуатацію водних ресурсів з позицій економічного аналізу і комплексного їх використання. Визначення ВГК як об'єкту управління дозволяє враховувати роль кожного з його елементів у загальній ефективності водозабезпечення та водокористування. наслідках управлінських, екологічних та економічних рішень для загального ефективного розвитку сільського господарства [4].

На практиці надзвичайно складним є вибір учасників та структури ВГК, особливо на рівні сільського господарства регіону. Основним еколого-економічним критерієм визначення складу ВГК є досягнення найменших витрат для всього господарства при водокористуванні в умовах одночасного дотримання вимог екобезпеки. Разом з тим, ВГК будь-якого регіону, на нашу думку, повинен включати наступні частини (сфери): природно-ресурсну, техніко-інфраструктуру та виробничу, господарсько-економічну, соціально-екологічну та організаційно-управлінську.

Важливою метою і умовою забезпечення ефективного управління водними ресурсами у сільському господарстві в умовах інтенсивного зрошення є перехід до кількісних характеристик структурних елементів ВГК. Враховуючи, що параметри

комплексу описують різноманітні процеси, зв'язки та структурні зрізи, їх перелік є досить значним, а природа – різноманітна. Найбільш суттєвими, на нашу думку, є наступні групи кількісних параметрів:

1. Параметри безпосередньої кількісної оцінки водних ресурсів: обсяги, запаси, швидкість течії, мінералізація, забезпеченість на одиницю площі, на одного жителя регіону, показники сезонності стоку та обсягів водокористування.

2. Економічні показники водокористування: обсяги витрат води в розрізі водокористувачів, безповоротно використана вода, обсяги оборотного водокористування, водоемність виробництва, вартісні показники оцінки водних ресурсів, показники зношення фондів, фондозабезпечення, вартості основних фондів.

3. Виробничо-технічні показники: наявність, кількість, розміщення водосховищ, магістральних і водороздільних каналів, дренажної мережі; потужність насосних станцій; види дощувальної техніки та особливості її застосування.

4. Соціальні характеристики водокористування: обсяги споживання води населенням, якість питної води та її вплив на здоров'я населення, заробітна плата, плінність кадрів, соціальні пільги зайнятих у ВГК сільського господарства.

5. Екологічні показники: забруднення води загальне і відносно ВГК регіону в зоні зрошення, структура забруднення та його основні інгредієнти, вплив на здоров'я людей, бактеріологічні та біологічні характеристики води та ін

Література: 1. Загальні показники використання водних ресурсів України. Державне агентство водних ресурсів України. URL: <https://data.gov.ua/dataset/2054e342-fd89-4419-b130-685a9d042990> 2. Хвесик М.А., Мандзик В.М. Основні тенденції та закономірності використання водних ресурсів у системі суспільного відтворення / М.А. Хвесик, В.М. Мандзик URL: <https://cleanwater.org.ua/osnovni-tendentsiji-ta-zakonomirnosti-vykorystannya-vodnyh-resursiv-u-systemi-suspilnoho-vidtvorennya/> 3. Шабанов В.В. Биоклиматическое обоснование мелиораций / В.В. Шабанов. Л.: Гидрометеоиздат. - 1973. - 165 с. 4. Петрова О.О. Механізм формування водогосподарського комплексу регіону в умовах інтенсивного зрошення / О.О. Петрова // Ефективна економіка. - 2019. - № 6. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7104>

## **ЕКО-ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ЯК ШЛЯХ ДО ЗЕЛЕНОГО ЗРОСТАННЯ ЕКОНОМІКИ ШВЕЦІЇ**

Здобувач вищої освіти Приходько О.С.,  
науковий керівник: канд. екон. наук, доц. Благой В.В.  
*Харківський національний університет будівництва та архітектури*

Швеція розглядає еко-інновації у своїй економіці як фактор переходу на сталий розвиток та зелене зростання. «Зелене» зростання означає стимулювання економічного зростання і розвитку, забезпечуючи при цьому збереження природних активів і безперебійне надання ними ресурсів і еко-системних послуг, від яких залежить благополуччя країн. Для цього він повинен каталізувати інвестиції та інновації, які складають основу сталого зростання і призводять до виникнення нових економічних можливостей. Актуальність теми полягає в тому, що Швеція вважається однією з найекологічніших країн, економіка, якої спрямована на сталий зелений розвиток, тому доцільно розглядати використання еко-інновацій саме в цій країні.

Стратегія екологічно орієнтованого («зеленого») зростання країн ОЕСР офіційно вважається основною спрямованістю виходу з фінансово економічного кризису.

Стратегія базується на наступних основних положеннях:

- сучасні екологічні виклики вимагають прийняття безстрокових рішень;

- економічне розвиток та навколишнє середовище вже не можуть розглядатися ізольовано, в відриві друг від друга;
- існуючі технології виробництва та поведінкова модель споживання мають кордони, за межами яких вичерпання природного (природного) капіталу надає негативний вплив на загальний ріст;
- фокусування на ВВП в якості засобу вимірювання економічного розвитку звичайно не враховує вклад природних ресурсів у добробут (здоров'я людини і сприятливу середовище середовища).

Стратегія припускає:

- більш ефективне використання ресурсів для мінімізації екологічних навантажень;
- застосування спеціальних фіскальних та регулятивних заходів;
- отримання економічного ефекту від деяких суто екологічних заходів у порівняно короткостроковій перспективі (подорожчання емісій) [3].

Дані про національні викиди парникових газів можна розглядати як вказівку на те, що економіка Швеції є відносно зеленою, за різними визначеннями концепції: країна змогла зменшити свої викиди всередині країни, а в той же час вдалося зберегти зростаючу економіку. Країна була успішною в областях, оцінених GGEI і OECD Better Life Index, і це області, які можуть бути пов'язані з економічною, соціальною та екологічною стійкістю. Швеція була відносно успішною в усіх чотирьох областях аналізу («Ефективність навколишнього середовища», «Економіка і фінанси», «Технології та інновації» і «Соціальні наслідки»), яка підтверджує твердження про те, що Швеція досягла успіху в озелененні економіки.

ОЭСР виділяє ряд областей, які вважаються важливими для забезпечення «зеленого» росту:

- витрати на дослідження та розвиток державного та приватного секторів, важливих для «зеленого» приросту в галузі енергетичних та екологічних технологій;
- системні інновації у всіх секторах, важливих для «зеленого» приросту, в плані процедур екологічних інновацій компаній та супутні визначаючі фактори, виражені в % до всіх інноваційних і виробничих підприємств;
- зайнятість в секторі екологічних продуктів, для окремих країн і окремих секторів виражена в %. До охоплених секторів відносяться: повторне використання води та ресурсів; очищення та розподілення води; водовідведення та подібні види діяльності;
- частка «зелених» підприємств в економіці, виражена в %. До секторів, що охоплюються цим показником, відносяться: утилізація відходів; повторне використання ресурсів; паркан, очищення та розподілення води;
- доходи від екологічних податків, виражені в % [4].

Одним із показників на шляху до зеленого зростання є шкідливі викиди в атмосферу у ході економічної діяльності Швеції.

Знижуючи Викиди парникових газів шведської економікою як і раніше в основному не змінилися в період між 2016 і 2017 роками. Викиди від домашніх господарств та обробної промисловості скоротилися, а викиди в транспортній галузі зросли у той же час зростання ВВП склав 2,4 відсотка. У 2017 році викиди парникових газів шведської економіки склали 62 млн. тонн еквіваленту двоокису вуглецю. Рівень викидів залишається в основному незмінним порівняно з попереднім роком. У 2014-2017 роках викиди шведської економіки залишалися в основному незмінними. У той же час економіка Швеції зростає. У 2017 році ВВП зріс на 2,4% у порівнянні з попереднім роком та на 10,5% у порівнянні з 2014 роком [9]. Викиди парникових газів та розвиток ВВП 2008-2017 роки

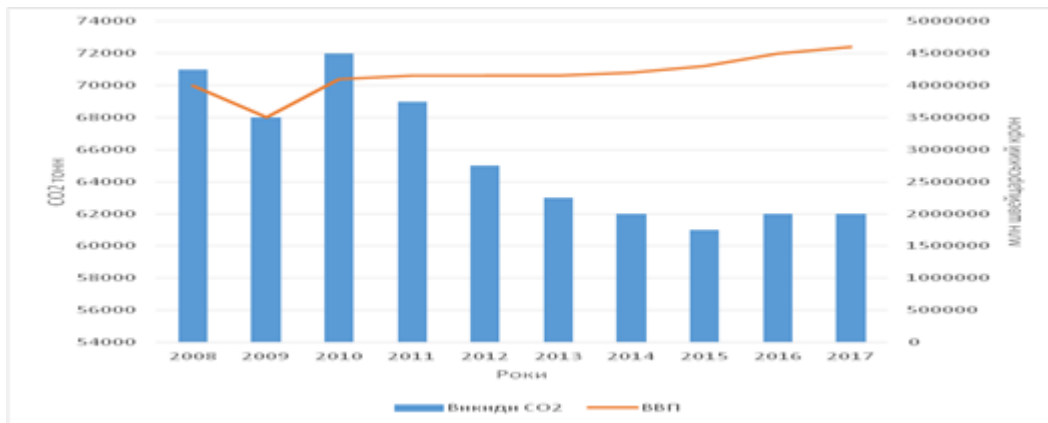


Рисунок 1 - Викиди парникових газів та розвиток ВВП 2008-2017 роки [7]

Витрати домогосподарств, в основному з легкових автомобілів, зменшилися в останні роки, а також в 2017 році. У 2017 році викиди скоротилися на 2,5% у порівнянні з попереднім роком. Викиди парникових газів при видобутку та виробництві в період між 2016 та 2017 роками зменшилися на 2,2 відсотка. Виробництво сталі та металів, нафтопереробні заводи та виробництво хімікатів та фармацевтичних препаратів - це галузі, які найбільше сприяли цьому зменшенню. У той же період економічне зростання в гірничо-металургійній промисловості становило 3,5 відсотка. Викиди електроенергії, газу та тепла скоротилися на 2,4%. Зниження викидів парникових газів деякими агрегованими галузями збалансоване збільшенням викидів в інших галузях промисловості. Зокрема, транспортна галузь збільшила емісію парникових газів на 8% у 2017 році. Це, в основному, пов'язано з збільшенням викидів судноплавної промисловості.

Відсоткове зменшення викидів парникових газів та економічний розвиток 2017 р

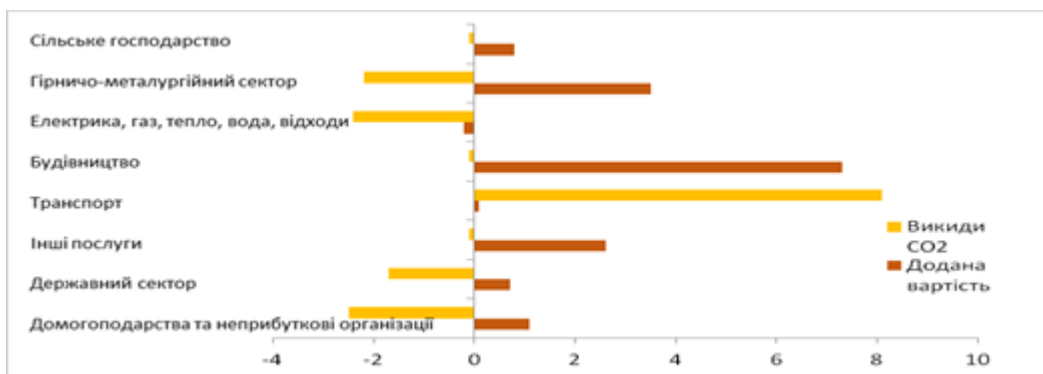


Рисунок 2 - Відсоткове зменшення викидів парникових газів та економічний розвиток 2017 року [7]

У 2017 року викиди парникових газів шведської економіки та домогосподарств склали 16,1 млн. тонн еквіваленту двоокису вуглецю. Це зменшення на 0,5% у порівнянні з 2016 р. Порівняно з 2016 р. ВВП збільшився на 2,9%.

Зв'язок між викидами парникових газів та внеском промисловості в економіку Швеції різниться між галузями через різні види діяльності в кожній галузі. Деякі галузі промисловості є інтенсивними викидами, а збільшення виробництва означає вищі викиди, тоді як інші галузі можуть збільшити додану вартість без значного збільшення рівня викидів. Додана вартість дає змогу побачити який прибуток був отриманий від звичайної діяльності за вирахуванням податків. Економічний зміст полягає у визначенні того, на скільки сума чистого прибутку перевищує вартість капіталу, задіяного для його отримання. Зменшення викидів парникових газів, вказує на те, що в тому чи іншому

секторі економіки було впроваджено еко-інноваційну діяльність, яка в свою чергу зменшила затрати на виробництво [1].

Таблиця 1 - Викиди парникових газів та додана вартість 2017 року у порівнянні з 2016 роком

Сектор економіки	Викиди парникових газів (тони)			Додана вартість (постійна ціна у швейцарських кронах SEK)		
	2017	У порівнянні з 2016 р.		2017	У порівнянні з 2016 р.	
Сільське господарство, лісове господарство та рибальство	9 064	-10	-0,1%	50 992	402	0,8%
Гірничо-металургійний сектор	15 583	-344	-2,2%	633 648	21 564	3,5%
Електрика, газ, тепло, вода, відходи	8 398	-207	-2,4%	110 767	-197	-0,2%
Будівництво	1 884	-1	-0,1%	249 604	16 930	7,3%
Транспорт	14 407	1 079	8,1%	165 319	209	0,1%
Інші послуги	3 251	-4	-0,1%	1 934 334	49 728	2,6%
Державний сектор	683	-12	-1,7%	791 566	5 552	0,7%
Домогосподарства та неприбуткові організації	9 328	-238	-2,5%	52 823	594	1,1%
Загалом	62 598	265	0,4%	3 989 043	94 782	2,4%

Таблиця складена за матеріалами: [8]

Сільське господарство, лісове господарство та рибальство склали 14 відсотків від загального обсягу викидів парникових газів. Більшість викидів парникових газів у цьому секторі (близько 90 відсотків) походять із сільського господарства. Попередні викиди парникових газів в 2017 році залишаються в основному незмінними порівняно з 2016 роком. Додана вартість у цілому по секторі зросла на 1% в 2017 році порівняно з 2016 роком.

Викиди в гірничо-металургійному секторі припадає на 25 відсотків усіх викидів шведської економіки та домогосподарств. Викиди зменшились на 2% відповідно до попередньої статистики за 2017 рік. Сталеві, металеві, хімічні виробництва, нафтопереробні заводи та виробництво цементу є галузями, які найбільше сприяють викидам парникових газів. За цей період додана вартість зросла на 3,5% [6].

Викиди парникових газів у секторі електрики, газу, тепла, води та відходів щорічно складають 13 відсотків загальної емісії парникових газів шведською економікою та домашніми господарствами. Більшість викидів парникових газів походять від виробництва електроенергії та тепла. За попередніми статистичними даними, рівень викидів у 2017 році на 2,4% нижче, ніж у 2016 році, а додана вартість залишається майже незмінною.

Викиди парникових газів у секторі будівництва становлять 3% від загального обсягу викидів парникових газів в економіці Швеції та домогосподарствах. Викиди

виникають, головним чином, у секторі транспорту, машин та промисловості. У 2017 р. Попередні модельні викиди парникових газів залишалися практично незмінними порівняно з 2016 р., а додана вартість збільшилася на 7% [6].

Викиди парникових газів у транспортному секторі становлять 23% загальних викидів в економіці Швеції та домогосподарствах. Викиди зросли на 8,1 відсотка, відповідно до попередньої статистики 2017 року, порівняно з попереднім роком. Викиди в основному генеруються судноплавством, але також і авіацією. Додана вартість залишалася незмінною в 2017 році порівняно з 2016 роком.

Викиди парникових газів у транспортному секторі становлять 5 відсотків загальних викидів в економіці Швеції та домогосподарствах. Викиди в цих галузях відносно невеликі у порівнянні з доданою вартістю, і це пов'язано, головним чином, із автомобільними перевезеннями. У 2017 році викиди залишилися в основному незмінними, а додана вартість зросла майже на 3% у порівнянні з 2016 роком.

Викиди парникових газів у державному секторі (центральний уряд, муніципалітет) становлять близько 1 відсотка від загальної кількості викидів шведської економіки та домогосподарств. Викиди виникають, головним чином, у робочому машинобудуванні, автомобільному транспорті та військовій діяльності. Витрати зросли на 2% у порівнянні з 2016 роком, за попередніми статистичними даними. Додана вартість збільшилася на 1 відсоток за той же період.

Викиди парникових газів домашніми господарствами та некомерційними установами складають 15 відсотків загальних викидів в економіці Швеції та домогосподарствах. Викиди виникають переважно у автомобільному транспорті домашніх господарств. Згідно з попередньою статистикою 2017 року, викиди парникових газів скоротилися на 2,5% порівняно з 2016 роком. Це пов'язано з збільшенням використання біодизеля та зменшенням використання бензину та вичерпного дизельного палива. Тільки неприбуткові організації надають невелику додану вартість. Вартість доданої вартості зросла на 1% порівняно з 2016 роком [6].

Витрати на дослідження та розробки показують наскільки країна може бути технологічно розвинутою, витрати на дослідження та розробку в сфері екологічних технологій показують наскільки економіка Швеції є зеленою та ступінь впровадження еко-інновацій, а також можливість інвестування у дану сферу.

Отже, частка витрат у сфері зелених технологій дуже велика, майже всі витрати на наукові дослідження це витрати у сфері екологічної інноваційної діяльності. Проте, у Швеції існує так названий шведський парадокс інновацій розвитку [5]. Він виражається в невідповідності між високими витратами на НДДКР і низькими показниками економічного розвитку. У той же час, як показує кількісний аналіз [2], взаємозв'язок між витратами на НДДКР та інновації і економічним ефектом у Швеції істотно вище, ніж в середньому по ЄС. Разом з тим свідчення на користь збереження цього парадоксу в даний час існують тільки в окремих галузях.

Розробка еко-інновацій також потребує витрат у формі інвестицій, що в свою чергу може призводити до зниження економічного розвитку, але як показує досвід Швеції у використанні еко-інноваційних технологій це сприяло розвитку економіки. Завдяки ефекту від впровадження витрати в еко-інноваційні сфери компенсуються меншими витратами в інших секторах економіки.

Швеція розглядає еко-інноваційну діяльність як шлях до зеленого зростання та сталого розвитку економіки. Згідно з положеннями ОЕСР щодо зеленого зростання Швеція дотримується ряду статей:

- витрати на дослідження та розвиток державного та приватного секторів, важливих для «зеленого» приросту в галузі енергетичних та екологічних технологій;

- системні інновації у всіх секторах, важливих для «зеленого» приросту, в плані процедур екологічних інновацій компаній та супутні визначаючі фактори, виражені в % до всіх інноваційних і виробничих підприємств;
- зайнятість в секторі екологічних продуктів, для окремих країн і окремих секторів виражена в %. До охоплених секторів відносяться: повторне використання води та ресурсів; очищення та розподілення води; водовідведення та подібні види діяльності.

Залучення еко-інновацій, які сприяють зменшенню парникових викидів в атмосферу є важливим показником, який не тільки зменшує шкідливий вплив на навколишнє середовище, але й сприяє економічному зростанню. Так зі зменшенням викидів CO<sub>2</sub> ВВП Швеції навпаки зростає, це пов'язано з тим, що використання еко-інновацій у виробництві зменшує витрати, тим самим підвищуючи додану вартість. Також показник зменшення парникових викидів показує те, що середовище стає менш забрудненим, тобто зменшуються витрати на охорону здоров'я. Збільшення ВВП також залежить від того, що уряд Швеції має жорсткі міри оподаткування, доходи від яких становлять значні надходження до бюджету.

Разом з тим розробка еко-інновацій також потребує витрат у формі інвестицій, що в свою чергу може призводити до зниження економічного розвитку, але як показує досвід Швеції у використанні еко-інноваційних технологій це сприяло розвитку економіки. Завдяки ефекту від впровадження витрати в еко-інноваційні сфери компенсуються меншими витратами в інших секторах економіки.

Література: 1. Андреева Н.Н. Экологические инновации и инвестиции: сущность, систематология / Н.Н. Андреева, Е.Н. Мартынюк // Вестник Хмельницького національного університету. - 2011. - № 2. - Т. 2. 2. Балашова С.А. Инновационное развитие в скандинавских странах: инструменты стимулирования // Вестник РУДН. Сер. Экономика. 2015. 3. Шумптер Й. Теория экономического развития / Й. Шумптер. - М.: Прогресс, 1992. 4. Проблематика «зеленого» роста в исследованиях ОЭСР. [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://oecdcentre.hse.ru/nletter7.1> 5. Ejermo O., Kander A. The Swedish Paradox // Circle. Lund University. 2006. 6. Statistics on GHG emissions and air pollution. [Electronic resource] / Available at: <https://www.scb.se/contentassets/151087a12b03491c8acfbdb8e13534ddb/utslapp-till-luft-nv-scb-20170505-1.pdf> 7. Statistics Sweden. Air emissions by industry SNI. [Electronic resource]. Available at: [http://www.statistikdatabasen.scb.se/pxweb/en/ssd/START\\_MI\\_MI1301\\_MI1301B/MiljoUtslappAmneSNIb/?rxid=2fd8b742-8df6-4389-b9e3-94343fbbd75b](http://www.statistikdatabasen.scb.se/pxweb/en/ssd/START_MI_MI1301_MI1301B/MiljoUtslappAmneSNIb/?rxid=2fd8b742-8df6-4389-b9e3-94343fbbd75b) 8. Statistics Sweden. Total emissions and removals of greenhouse gases by greenhouse gas and sector. [Electronic resource]. Available at: [http://www.statistikdatabasen.scb.se/pxweb/en/ssd/START\\_MI\\_MI0107/TotaltUtslappN/?rxid=960a3d99-0244-4f94-bcad-be2c0a7d005f](http://www.statistikdatabasen.scb.se/pxweb/en/ssd/START_MI_MI0107/TotaltUtslappN/?rxid=960a3d99-0244-4f94-bcad-be2c0a7d005f) 9. System of Environmental and Economic Accounts. [Electronic resource] / Available at: <https://www.scb.se/en/finding-statistics/statistics-by-subject-area/environment/environmental-accounts-and-sustainable>

## **АВТОМАТИЗАЦІЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА СФЕРИ ПОСЛУГ**

А. Пузякова, доц., канд. екон. наук Т.П. Несторенко  
Бердянський державний педагогічний університет  
PhD, проф. Остенда А.  
Вища технічна школа в Катовіце, Польща

Сьогодні, незважаючи на зростаючу інформатизацію та комп'ютеризацію в різних сферах нашого життя, в секторі послуг все ще недостатньо інструментів для повної автоматизації бізнес-процесів підприємств.



Про своєчасність і актуальність даної проблеми говорить той факт, що більшість свого часу адміністратори приділяють підготовці різних документів та звітів. Велика кількість закладів та відсутність пропозицій у цій галузі гарантують високу потребу в цьому продукті.

Сфера послуг – один з найбільш динамічних та зростаючих сегментів українського ринку. Для організацій, що працюють у сфері послуг, лояльність клієнтів є першорядною необхідністю. Утримання старих клієнтів, залучення нових – є основним завданням будь-якого салону краси, фітнес-центру чи автосервісу [1, с. 176]. Маючи стійку аудиторію, можна приділяти менше уваги "привабливості" цін послуг, але орієнтуватися на рівень обслуговування. До того ж кількість клієнтів підприємства сфери послуг дуже часто обмежується виробничими потужностями фірми та характером взаємодії з клієнтами. Якість відносин із клієнтами та ефективність внутрішніх процесів визначають саму природу професійних послуг.

Автоматизація – впровадження сучасного обладнання та програмного забезпечення для електронної комерції у бізнес-процеси – це найкращий спосіб швидкого підвищення якості та швидкості обслуговування та ефективності використання бізнес-ресурсів, зменшення часу, витраченого на різні операції, на ефективний облік, на контроль всіх аспектів бізнесу та усунення всіляких помилок [3, с. 294].

Сучасні компанії пропонують автоматизацію «під ключ». Важко уявити компанію, яка веде управлінський та регламентований, податковий облік вручну. Більшість компаній використовують будь-яке типове рішення різних фірм для автоматизації різних типів обліку.

Процеси обробки інформації мають загальний характер і ґрунтуються на описі фрагментів реальності, виражених як набір взаємопов'язаних даних. Бази даних є ефективним способом представлення та управління структурами даних. Концепція баз даних передбачає використання інтегрованого сховища, що дозволяє централізоване управління та обслуговування даних для багатьох користувачів.

В даний час є інтенсивні пропозиції щодо впровадження корпоративних систем підприємства. Використовуються різні ідеології управління бізнесом MRP, MRP2, ERP і так далі. Дуже важко побудувати єдину систему, яка б відповідала потребам працівників у всіх підрозділах. Кожен пристрій може мати власне програмне забезпечення, оптимізоване під його конкретні характеристики. Інформаційна система може об'єднати їх у єдину інтегровану програму, яка працює з єдиною базою даних, щоб відділи могли легше обмінюватися інформацією та спілкуватися один з одним. Цей комплексний підхід обіцяє бути дуже корисним, якщо компанії вдасться правильно встановити систему.

Автоматизацію обслуговування можна розділити на такі категорії:

- автоматизація салону краси;
- автоматизація готелю;
- автоматизація інших підприємств сфери послуг (прокат, автосервіс, фітнес-клуб);
- автоматизація розважального центру ;
- та інші.

Автоматизація сфери послуг сприятиме лояльності клієнтів завдяки підтримці автоматизованої бази, значному та очевидному підвищенню якості та швидкості обслуговування, можливості впровадження різних, навіть найскладніших систем знижок та бонусів; пришвидшити, спростити, підвищити ефективність та точність бухгалтерського та складського обліку, що відкриває багато можливостей для контролю та планування послуг, запобігаючи будь-якому навмисному та мимовільному викривленню інформації.

АІС дозволяють обробляти і зберігати великий об'єм інформації, формувати звітності в автоматичному режимі. Їх можна вважати основою для прийняття управлінських рішень [2, с. 82].

Автоматизована система управління (АСУ) підвищує ефективність діяльності підприємства в декілька разів [1, с. 159], тому в умовах жорсткої конкуренції, постійно зростаючих вимог споживачів до якості та оперативності надання послуг без використання сучасних АСУ успішне функціонування підприємства існувати не можуть.

Автоматизація передбачає:

- консолідацію інформації про клієнтів: створення єдиної автоматизованої бази даних з усіма необхідними характеристиками, сегментація, реєстрація подій, архівування документів тощо;
- управління документами, автоматичне створення документів, навчання табелів працівників;
- управління та облік;
- планувати та оцінювати ефективність маркетингової діяльності, планувати події та контролювати поточну ситуацію;
- контроль платежів, фінансових регламентів із замовниками, постачальниками, працівниками;
- побудова системи управління персоналом [2, с. 163].

Таким чином, інвестиції в удосконалення управління технологічними процесами обслуговування на основі автоматизації бізнес-процесів створять більш комфортні умови для споживачів, приведуть до зростання рівня кваліфікації персоналу, підвищать рівень безпеки наданих послуг. Це сприятиме покращенню фінансових результатів діяльності підприємств та підвищенню задоволеності клієнтів, і, як наслідок, сприятиме зростанню потоку споживачів. Утримати старих клієнтів і перетворити нових клієнтів в лояльних – найважливіше завдання для підприємств, особливо тих, що працюють в сфері послуг.

Література: 1. Білик В.М., Костирко В.С. Інформаційні технології та системи: Навч. посіб. – К.: Центр навчальної літератури, 2010. 232 с. 2. Галузинський Г. П., Гордієнко І. В. Сучасні технологічні засоби обробки інформації : Навчальний посібник. – К. : КНЕУ, 2014. 224 с. 3. Ситник В.Ф. та ін. Основи інформаційних систем: Навч. посібник. – 2-ге вид., перероб. і доп. / В.Ф. Ситник, Т.А. Писаревська, Н.В. Єрмоїна, О.С. Красва; За ред. В.Ф. Ситника. – К.: КНЕУ, 2015. 420 с.

## **ВИКЛИКИ ТА ВИМОГИ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ**

Д-р екон. наук, проф. Полянська А.С., ас. Савчук С.В.  
*Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу*

Входження світової економіки в епоху четвертої промислової революції (Industry 4.0) внесла зміни у сучасні імперативи розвитку підприємств із зміщенням пріоритетності економічних інтересів на користь та зміцнення цінностей креативності, довіри, підприємництва. А це визначає актуальність застосування управлінських технологій, які дозволяють змінити спосіб мислення та розуміння світу з метою розроблення інструментів, необхідних для сучасних перетворень.

Зазначимо, що для реалізації будь-яких задумів підприємству потрібен стратегія – план, як формальний документ, який містить узагальнений та обґрунтований алгоритм поточного функціонування та майбутнього розвитку, що інтегрує усі рівні та структури підприємства у взаємопов'язаному та узгодженому процесі ціле покладання, розподілу

необхідних для досягнення цих цілей ресурсів та контролює і мотивує імплементацію стратегію

Погоджуємось із думкою авторів , які зазначають , що в умовах змін складно формувати стратегію, але зазначимо, що стратегія необхідна як орієнтир, що дозволяє вирішувати такі завдання: врахувати сучасні імперативи розвитку; визначити актуальні для підприємства проблеми відповідно до імперативів: збалансувати інтереси підприємства з інтересами стейкхолдерів; оцінити існуючий потенціал з метою виявлення наявних та необхідних для реалізації стратегії ресурсів; розроблення конкретних заходів щодо реалізації стратегії; сформувати критерії оцінки результатів діяльності тощо.

На нашу думку, викликами формування стратегії підприємства в умовах дигіталізації – врахувати головні рушійні сили четвертої промислової революції та охопити технології, які дозволять зв'язати «фізичну та цифрову практику» та охопити зрушення, які прогнозовано наступлять як наслідки масштабів сучасної технологічної революції за рахунок розширення партнерських відносин між урядами, підприємствами, громадянами [1].

Викладене вище ставить вимоги до формування стратегій, які здатні врахувати та охопити динаміку та розмір впливу нової технічної революції. А це вимагає усвідомлення необхідності розроблення на підприємствах стратегій дигіталізації, що доповнить функції діючих стратегій підприємства, враховуючи нові виклики та створюючи передумови для удосконалення чи зміну існуючої ситуації за рахунок надання процесам імплементації стратегії більшої гнучкості та адаптивності за рахунок процесів дигіталізації. Врахувати нові виклики розвитку у формуванні стратегії підприємства в умовах дигіталізації дозволять вимоги до її розроблення, які представлені у таких етапах :

- інформаційний етап: на даному етапі накопичується, опрацьовується, структурується уся необхідна для роботи підприємства інформація; до уваги береться уся об'єктивна, релевантна, достовірна інформація та можливості її опрацювання, зберігання та використання при потребі. На даному етапі відбувається збір необхідної для формування стратегії інформації;

- когнітивний етап: на даному етапі відбувається усвідомлення актуальності та пріоритетності цифрових технологій , необхідних для підприємства, щоб відповідати викликам та вимогам сучасного розвитку. На даному етапі опрацювання релевантної інформації підприємство дозволяє з'ясувати, що планується досягнути за рахунок, зокрема стратегії дигіталізації, для чого підприємству потрібно такі зміни, яким чином підприємство може ці зміни реалізувати, включаючи способи і технології управління змінами, а також враховує, хто буде залучений до даного процесу і як реалізуватиметься відповідальність за прийняті рішення;

- управлінський етап: на даному етапі відбувається розроблення стратегії на основі врахування результатів реалізації двох попередніх етапів.

Таким чином, сьогодні підприємствам важливо вивчати світовий досвід та надбання і враховувати сучасні виклики світового розвитку, зокрема за рахунок формування та імплементації стратегій дигіталізації, що дозволяє гнучко реагувати на зміни та їх впроваджувати за рахунок цифрових технологій. Формування стратегії повинно супроводжуватись усвідомленням необхідності змін, розуміння, для чого вони потрібні, як ці зміни можуть бути реалізовані і хто буде приймати у цьому участь.

Література: 1. Шваб К. Четвертая промышленная революция / Клаус Шваб. – Москва: «Эксмо», 2016. – 208 с. – (Top Business Awards).

## ДЕФІНІЦІЯ КОМУНІКАТИВНОЇ ПОЛІТИКИ ЗІ СТЕЙКХОЛДЕРАМИ

Д-р екон. наук, проф. Калініченко Л.Л., канд. екон. наук, доц. Смачило В.В.,  
здобувач ступеню «магістр» Попович Д.В.,  
здобувач ступеню «магістр» Авдієвська О.В.

*Харківський національний університет будівництва та архітектури*

Імплементація принципів соціальної відповідальності в діяльність вітчизняних підприємств забезпечує інтеграцію українських підприємств у світове глобальне бізнес-середовище, яке використовує стратегії корпоративної соціальної відповідальності як дієвий інструмент сталого розвитку. Важливим аспектом глобального бізнесу є використання принципів прозорості та відкритості, що передбачають посилення ролі інформації, комунікації в діяльності організацій. Саме тому, для вітчизняних підприємств нагальним є завдання розробки процедур формування комунікативної політики, яка б враховувала сучасні світові тенденції в цій сфері.

Таким чином, щоб бізнес-структура була успішною, їй необхідно знати своїх стейкхолдерів та комунікувати з ними, щоб знати їх інтереси й потреби, що передбачає використання сукупності певних комунікацій та формування комунікативної політики організації.

Вивчення існуючих досліджень щодо формування комунікативної політики у вітчизняному науковому полі дозволило встановити практику використання двох термінів «комунікативна політика» та «комунікаційна політика». Варіації їх використання зводяться до ототожнення – дослідники не вбачають жодної різниці, окрім стилістичного викладення [1]. В даному дослідженні автор використовує терміни комунікативна та комунікаційна політики, не розділяючи їх, як похідні від терміну «комунікація». Як синоніми представлено використання вказаних категорій й в джерелі [2]: «комунікативна політика (комунікаційна політика) – звід правил, позиція, а також опис можливої реакції на події в комунікативному просторі, в якому існує об'єкт комунікації». З даного визначення бачимо, що в основі даної політики покладено комунікацію. Також на ресурсі [3] в темі «Комунікативна політика організації» окрім терміну комунікативна, як зазначено в темі, зустрічається термін комунікаційна, що зводить до синонімічного їх сприйняття.

Комунікативна політика, відповідно до [3] розуміється як «цілеспрямована діяльність підприємства із встановлення та підтримання сприятливих ділових відносин з іншими підприємствами, громадськими та професійними об'єднаннями, групами громадян (зовнішня політика) та власним персоналом (внутрішня політика)». З даного визначення чітко не відстежується використання категорії «комунікація» як базис формування комунікативної політики, але передбачається певна діяльність щодо встановлення відносин. Вважаємо, що останнє неможливо без використання комунікації та є само по собі певним видом комунікації. Саме тому, за необхідне є вивчення сутності категорії «комунікація», для співставлення словосполучення «встановлення відносин» і «комунікація».

В концепції проекту Закону України “Про основні засади державної комунікативної політики”, яка схвалена розпорядженням Кабінету Міністрів України від 13 січня 2010 р. № 85-р [4] передбачено визначення термінів “державна комунікативна політика”, “комунікація”. Але на даний момент такий закон не прийнято і встановленого визначення не існує. В дослідженні [5] надано визначення комунікативної діяльності «Комунікативна діяльність - це динамічна система, в якій зв'язки можуть утворюватися однозначно і мати прогностичну спрямованість. Така діяльність є багатоканальною системою взаємодії, має комплекс професійних завдань, які стосуються комунікації, міжособистісного спілкування, міжгрупового спілкування, процесів спілкування між особистістю і групою, а також факторів впливу на

навколишніх, з метою спонукання їх до діяльності». Вказана діяльність розподілена на внутрішню та зовнішню. Окрім того, зазначено [5], що стосовно зарубіжних сучасних підходів до комунікацій і комунікативної діяльності, комунікація розглядається з позицій діяльності або діяльнісного підходу, що дало можливість багатьом державам сформулювати складові частини комунікаційних політик, стратегій, планів тощо. Також зазначено, що правомірним є використання двох понять: комунікативна політика і комунікаційна політика. При цьому остання категорія більш широка, оскільки визначає особливості взаємодії з населенням шляхом використання ІТ-технологій.

Зважаючи на тотальну діджиталізацію всіх процесів як на рівні держави, так і на рівні підприємства, єдина різниця, яка полягає у використанні ІТ-технологій, між комунікативною та комунікаційною політиками є не суттєвою, тому вважаємо, що доцільно використовувати вказані поняття як синоніми із стилістичною перевагою в сторону «комунікативної» як такої, визначення якої передбачено в майбутньому законодавчому акті. На користь ототожнення та синонімічного використання вказаних категорій говорить і те, що в їх основі покладено комунікацію.

В дослідженні [5] вказується, що на державному рівні багато країн виокремлюють комунікативну політику, яка має: принципи; цілі; рішення; правила; заходи; кодекси поведінки. В той же час, кожна держава сама обирає формат документу, який є основою для реалізації на практиці комунікативної політики [5].

Перейдемо до аналізу категорії «комунікаційна політика підприємства», базуючись на тлумаченнях, що присутні у вітчизняному науковому просторі. Зауважимо, що у вітчизняному науковому просторі майже відсутні визначення комунікативної політики підприємства. Базуючись на морфологічному аналізі, можемо зробити такі висновки:

- комунікаційна політика підприємства розуміється як: комплекс заходів, система заходів, процес формування, курс дій. Ключові слова визначень мають дієвий характер, що орієнтує розуміння стуності даної категорії на певну дію;

- щодо орієнтації даного процесу, то його спрямованість найчастіше стосується саме маркетингових аспектів діяльності. В той же час, за деякими визначеннями, цей процес стосується зв'язків з громадськістю, формування громадської думки, іміджу підприємства, взаємодії із бізнес-партнерами, суб'єктів маркетингової системи.

Спираючись на вищевикладеному, розуміння комунікативної політики підприємства буде ширше, аніж просто процес обміну інформацією, її передачі в маркетинговому аспекті. У подальшому, будемо спиратися на визначенні комунікативної політики підприємства, яке наведено в [3] та розуміти її як цілеспрямовану діяльність підприємства із встановлення та підтримання сприятливих взаємовідносин зі стейкхолдерами на основі комунікацій для забезпечення взаємного сталого розвитку.

Література. 1. *Войнаренко С. М.* Комунікативна політика підприємств в сучасних умовах / *С.М. Войнаренко* // Вісник Хмельницького національного університету. – 2011. - № 6. - Т. 2. - С. 51-54. 2. Комунікативна політика [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://moyaosvita.com.ua/marketing/komunikativna-politika/>. 3. Тема 12 Комунікативна політика організації [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://studfile.net/preview/5043857/page:15/>. 4. Концепція проекту Закону України “Про основні засади державної комунікативної політики” [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.kmu.gov.ua/npas/243246389>. 5. Комунікативна діяльність в державному управлінні : навч. пос. / *Н.М. Драгомирецька, К.С. Кандагура, А.В. Букач* // Одеса : ОРІДУ НАДУ, 2017 – 180 с.

## АНАЛІЗ МОБІЛЬНОСТІ НАЙМАНИХ ПРАЦІВНИКІВ В ЕКОНОМІЦІ УКРАЇНИ ТА БУДІВНИЦТВІ

Канд. екон. наук, доц. Смачило В.В.,  
здобувач ступеню «бакалавр» Маслій В., здобувач ступеню «бакалавр» Матвієнко О.  
*Харківський національний університет будівництва та архітектури*

Глобалізація всіх економічних процесів, в т.ч. й ринків праці, впливає на підвищення мобільності працівників. Суттєвий вплив цих процесів відчула економіка України, яка, за словами фахівців та роботодавців, відчуває кадровий голод. Основними показниками мобільності працівників є коефіцієнти з прийому та звільнення. Порівняння коефіцієнтів з прийому та звільнення, яке наведено на рис. 1, наочно демонструє проблемність щодо персоналу на підприємствах сфери будівництва.

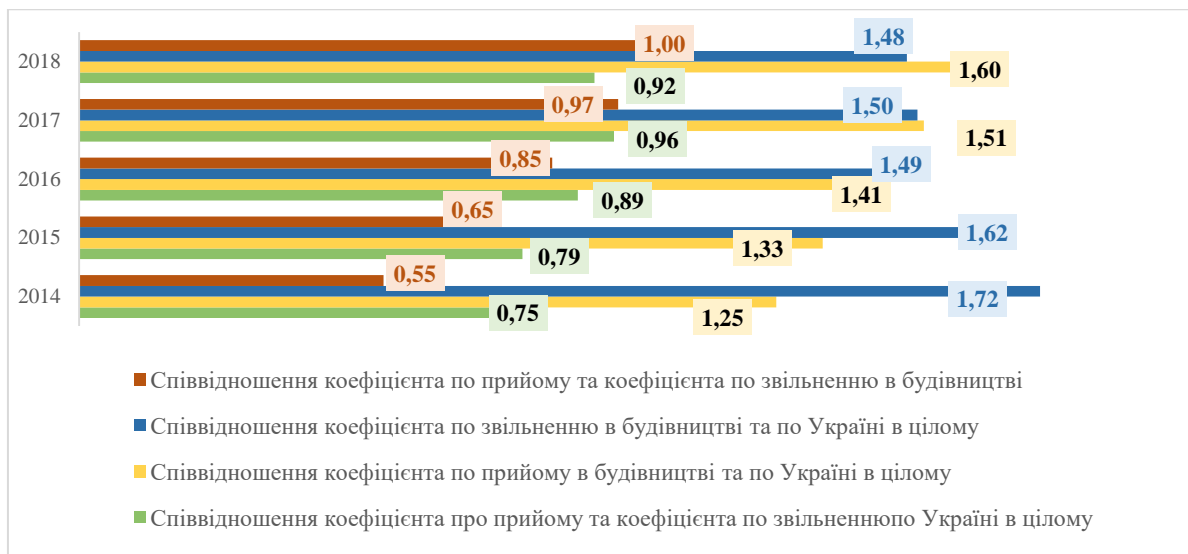


Рисунок 1 – Динаміка співвідношення коефіцієнтів з прийому та звільнення (розраховано та побудовано на основі [1])

Перш за все відмітимо, що співвідношення коефіцієнтів з прийому та звільнення в цілому по Україні характеризується значенням менше 1, що свідчить про переважання звільнених над прийнятими, хоча й з позитивною тенденцією (з 0,75 в 2014р. до 0,92 в 2018р.). Аналогічний показник в сфері будівництва демонструє схожу тенденцію, але із більшою різницею. Так, в 2014р. прийом склав лише 55% від звільнення, коли коефіцієнт обороту з прийому становив 28,5%, а зі звільнення – 52,2%, але вже в 2018р. вони становили 46,8% та 46,9% відповідно, що демонструє коефіцієнт співвідношення -1.

При порівнянні показників з обороту зі звільнення, відмічаємо, що в будівництві він завжди вище, ніж в цілому по Україні, хоча й з тенденцією до скорочення такої різниці (з 1,72 в 2014р. до 1,48 в 2018р.). Показник обороту за прийомом також вище в будівництві і, відповідно, з тенденцією до зростання. Така різниця характеризується не лише негативними явищами в економіці нашої країни та їх поглибленням в будівництві, але й галузевими особливостями – сезонністю робіт, що обумовлює підвищений рівень мобільності персоналу.

Література: 1. Офіційний сайт Державної служб статистики України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу <http://www.ukrstat.gov.ua>

## АНАЛІЗ ВИТРАТ НА ПЕРСОНАЛ В ЕКОНОМІЦІ УКРАЇНИ ТА БУДІВНИЦТВІ

Канд. екон. наук, доц. Смачило В.В.,  
Харківський національний університет будівництва та архітектури  
Покуса Ф.  
Вища школа управління і адміністрації в Ополє, Польща

Витрати на персонал - це сукупність витрат в грошовій оцінці, що забезпечують функціонування підсистем системи управління персоналом з метою отримання вигод (економічних, соціальних) в майбутньому [1].

При негативній тенденції чисельності зайнятих на підприємствах України, слід відмітити позитивну динаміку витрат на персонал (+85,97%) та обсягу реалізованої продукції (+128,72%), що пояснюється, передусім, інфляційним фактором (табл. 1).

Таблиця 1 – Аналіз обсягів реалізації та витрат на персонал, тис. грн (побудовано та розраховано на основі [1])

Найменування	2014р.	2015р.	2016р.	2017р.	2018р.	Базисний темп приросту, %
Витрати на персонал,	401460 630	432096 644	477294 066	620357 322	790694 405	85,97
Ланцюговий темп приросту, %	-5,58	7,63	10,46	29,97	27,46	-
Обсяг реалізованої продукції (товарів, послуг)	460897 8076	571643 1039	687707 7355	846703 1958	1014884 7229	128,7 2
Ланцюговий темп приросту, %	3,87	24,03	20,30	23,12	19,86	-
Витрати на персонал в будівництві	154333 99	118703 98	129330 93	185438 69	248266 14	78,11
Ланцюговий темп приросту, %	10,72	-23,09	8,95	43,38	33,88	-
Частка від загальної кількості по Україні, %	3,84	2,75	2,71	2,99	3,14	-
Обсяг реалізованої продукції (товарів, послуг) в будівництві,	154619 009	150540 519	180966 500	236497 259	322096 219	122,4 9
Ланцюговий темп приросту, %	6,81	-2,64	20,21	30,69	36,19	-
Частка від загальної кількості по Україні, %	3,35	2,63	2,63	2,79	3,17	-

Витрати на персонал та обсяги реалізації в будівництві, маючи позитивну тенденцію до зростання, характеризуються нижчими темпами, аніж в цілому по Україні (+78,11% та +122,79% відповідно).

Негативне значення ланцюгового темпу приросту витрат на персонал відмічаємо в 2014р. в цілому по Україні (-5,58%) та, більш сильне, в будівництві в 2015р. (-23,09%) через часовий лаг.

Питома вага будівництва в обсягах реалізації становить трохи більше 3% за аналітичний період зі скороченням в 2015-2017рр. У витратах на персонал, питома вага будівництва має майже аналогічні значення (близько 3%) та тенденцію, що свідчить про значний зв'язок між обсягами реалізації та витратами на персонал.

Література: 1. Кулакова С. Ю., Гольд А. О. Теоретичні аспекти дослідження витрат на персонал підприємства та їх ефективності <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=5639> 2. Офіційний сайт Державної служби статистики України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу <http://www.ukrstat.gov.ua>

## ОЦІНЮВАННЯ СТИЛІВ УПРАВЛІННЯ

Канд. екон. наук, доц. Смачило В.В.,  
аспірант Наливайко Т.Л., здобувач ступеню «магістр» Авдієвська О.В.  
*Харківський національний університет будівництва та архітектури*

Результативність та сталість сучасних організацій в багатьох випадках залежить від ефективного управління всіма системами суб'єкта господарювання, в тому числі й людськими ресурсами. Відповідно, можна сказати, що стиль управління буде визначати ефективність роботи колективу підприємства. Сучасна теорія управління стосовно людьми в процесі праці має безліч теорій, які об'єднують в три еволюційні групи: одновимірні, двовимірні та трьовимірні. Щодо останніх точиться суперечка щодо їх доцільності [1].

Зупинимося на класичному представленні стилів управління, яких, в одновимірному просторі, виділяють три: авторитарний, демократичний та ліберальний [2]. Кожен з цих стилів орієнтується на щось одне, так, авторитарний, на виконання виробничих завдань і, відповідно, людський аспект випускається з уваги. Двовимірні стилі враховують декілька основних фокусів, що дозволяє побудувати матрицю. Однією з найбільш відомих матриць або решіток є решітка Блейка і Мутона (managerial grid). Вона представляє собою матрицю, яка утворена двома осями в проміжку від 1 до 9: горизонтальна (вісь абсцис) демонструє орієнтацію на виробничі завдання, а вертикальна (вісь ординат) – орієнтацію на людину. Матриця представлена 5 базовими стилями управління :

- 1.1 – примітивне керівництво;
- 1.9 - соціальне керівництво;
- 5.5 – виробничо-соціальне управління;
- 9.1 – авторитарне керівництво;
- 9.9 – командне керівництво [2].

Процедура оцінювання наведена на рис. 1.



Рисунок 1 – Процедура застосування управлінської решітки Блейка-Мутона (побудовано на основі [2-3])

Координати точки та, відповідно, стиль управління, визначається на основі опитувальника, який містить 18 тверджень, на які необхідно дати відповідь за шкалою від 0 до 5, яка передбачає, що 0 – ніколи, а 5 – завжди. Також допустимі проміжні варіанти: інколи, рідко, часто. Дана анкета пропонується керівництву підприємства, де проставляється оцінка в балах за кожним з 18 пунктів. Після заповнення опитувальника, всі відповіді розбиваються на дві групи. Перша група спрямована на



людей, це питання № 1,4,6,9,10,12,14,16,17, а друга група спрямована на виробничі завдання, це питання №2,3,5,7,8,11,13,15,18. За кожною групою підбивається сума, яка коригується на коефіцієнт 0,2. Таким чином отримується координата та визначається стиль управління. Відповідно до класифікації, яка була наведена раніше, виділяється 5 альтернатив (рис. 2)

**1.1. - Страх перед бідністю (примітивне керівництво).** З боку керівника вимагається лише мінімальне зусилля, щоб добитися такої якості роботи, що дозволить уникнути звільнення. Ця позиція характеризує такий тип керівника, який досить холодно ставиться як до своїх підлеглих, так і до самого процесу виробництва. Він вважає, що управлінець може завжди вдатися до допомоги стороннього експерта або спеціаліста. Таке ведення справ допоможе уникнути конфліктів, негараздів, створить сприятливі умови для роботи самого керівника, а, крім того, розширить діапазон нових ідей, що втілюються у виробництво. Як правило, такого керуючого не можна назвати лідером, маяком. Він скоріше просто «охранитель свого портфеля і крісла». Але такий стан речей не може зберігатися довго. Рано чи пізно найсерйозніші труднощі змусять або переглянути стиль керівництва, або змінити самого керівника.

**1.9. - Будинок відпочинку (соціальне керівництво).** Керівник зосереджується на гарних, теплих людських взаєминах, але мало піклується про ефективність виконання завдань. Ця позиція характеризує керівників, які приділяють особливу увагу потребам і потребам своїх підлеглих, чого не можна сказати про процес виробництва. Менеджери такого типу вважають, що основа успіху закладена в підтримці атмосфери довіри, взаєморозуміння в колективі. Такий керівник, як правило, любимо підлеглими, вони готові у важку хвилину підтримати свого лідера. Плинність кадрів на підприємствах з таким стилем управління дуже низька, як, втім, і кількість прогулів, а рівень задоволення працею дуже високий. На жаль, надмірна довірливість до підлеглих часто веде до прийняття половинчастих непродуманих рішень, за рахунок цього страждає виробництво. Розторопні підлегли дуже часто зловживають довірою

**9.1. - Авторитет - підпорядкування.** Керівник дуже піклується про ефективність виконуваної роботи, але звертає мало уваги на моральний настрій підлеглих. Ця позиція характерна для менеджерів, які на перше місце ставлять турботу про виробництво і практично не здійснюють ніякої соціальної діяльності. Вони вважають, що така діяльність є проявом м'якотілості і веде до посередніх результатів. Крім того, вони вважають, що якість управлінських рішень не залежить від ступеня участі підлеглих в його прийнятті. Позитивними рисами менеджерів такого типу є високий рівень відповідальності, працездатності, організаторський талант, інтелект. Однак між таким керівником та його підлеглими постійно зберігається дистанція, часто відсутня пряма зв'язок і взаєморозуміння, зберігається лише

**5.5. - Організація (виробничо-соціальне управління).** Керівник досягає прийнятної якості виконання завдань, знаходячи баланс ефективності і гарного морального настрою. Ця позиція характеризує той тип керівника, який вміло поєднує турботу про людей з турботою про виробництво. Такий менеджер вважає, що компроміс у всіх випадках - найкраще рішення, він є основа для ефективного управління. Рішення повинні прийматися керівником, але обов'язково обговорюватися і коректуватися з підлеглими. Контроль над процесом прийняття рішень є як би компенсацією для робітників за здійсненням контролю над їх діяльністю в процесі виробництва. Позитивними рисами керівників такого типу є, сталість, зацікавленість в успіху починань, нестандартність мислення, прогресивні погляди. Однак, на жаль, прогресивність поглядів мало поширюється безпосередньо на сам стиль управління, що не сприяє розвитку і руху вперед всього виробництва. Конкурентоспроможність фірм з таким стилем управління іноді залишає бажати кращого. Як, втім, і легкі сторони внутрішнього життя колективів.

**9.9. - Команда.** Завдяки посиленій увазі до підлеглих і ефективності, керівник домагається того, що підлегли свідомо залучаються до цілей організації. Це забезпечує і високий моральний настрій, і високу продуктивність. Ця позиція характеризує такий тип керівника, який однаково дбайливо ставиться як до людей, так і до очолюваного ним виробництва. На відміну від менеджера позиції (5; 5), який вважає, що запорука успіху в компромісі, даний тип керівника не зупиняється на півдорозі. Він прагне докласти максимум зусиль як у сфері соціальної політики, так і в самому виробництві. Причому найкращим способом збільшення продуктивності, підвищення якості продукції, що випускається і послуг вони вважають активне залучення підлеглих до процесу прийняття рішень. Це дозволяє підвищити задоволеність працею всіх працюючих і врахувати найменші нюанси, що впливають на ефективність процесу

Рисунок 2 – Стилі управління за Блейком-Мутоном (побудовано на основі [2-3])

Найбільш прогресивним є стиль управління 9.9, який націлений на формування так званого командного управління. Він враховує інтереси всіх членів колективу та, відповідно, забезпечує ефективне виконання завдань. В цілому це гарантує загальну ефективність діяльності.

Література: Ксенофонтова Е. Г. Современные концепции эффективного лидерства в организациях: общее и особенное. *Вестн. Моск. Ун-та. Сер. 18. Социология и политология.* 2017. № 2. С. 49- 72. 2. Кудінова М.М., Меденець В.В., Паніна А.В. Сучасні аспекти лідерства в організаціях України. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління.* Випуск 2 (07). 2017. С. 88-93 [http://easterneurope-ebm.in.ua/journal/7\\_2017/18.pdf](http://easterneurope-ebm.in.ua/journal/7_2017/18.pdf). 3. Управлінська решітка Блейка-Мутона URL:<http://um.co.ua/14/14-1/14-14560.html>

## АНАЛІЗ ЗАРОБІТНОЇ ПЛАТИ В БУДІВНИЦТВІ ЯК ОСНОВИ МАТЕРІАЛЬНОЇ МОТИВАЦІЇ

Канд. екон. наук, доц. Сmachило В.В.,  
аспірант Наливайко Т.Л.,

здобувач ступеню «бакалавр» Ткачук А.

*Харківський національний університет будівництва та архітектури*

Питання мотивації людини до досягнення певних цілей та результатів завжди було важливим в науковій спільноті, адже має визначальне значення в соціально-економічних процесах для різних суб'єктів на різних рівнях. Сама категорія мотивації є дискусійною протягом тривалого часу, що обумовлено її складністю. Існуючі підходи до розуміння розкривають її сутність залежно від ієрархічного рівня соціально-економічної системи, з позиції людини, працівника чи суб'єкта господарювання. З точки зору роботодавця – мотивація розуміється як процес спонукання працівника до досягнення цілей роботодавця. При цьому враховуються внутрішні та зовнішні фактори відносно роботодавця та найманого працівника, їх потреби, цінності, бажання та прагнення. Загальноприйнятою є практика виділення матеріальної та нематеріальної мотивації. Матеріальна мотивація на підприємствах України представлена, переважно, у вигляді заробітної плати. Дослідження статистичних даних по Україні, Харківській області в цілому та в розрізі сфери будівництва, щодо рівня середньомісячної заробітної плати, її динаміки та співвідношення представлено в табл. 1.

З аналізу табл. 1 можемо зробити висновки, про зростання середньомісячної заробітної плати за аналітичний період в цілому по Україні на 245,18%, по будівництву в межах України – на 367,91% по Харківській області – на 178,13%, по сфері будівництва Харківської області – на 233,81%. Відмічаємо, що базисний темп приросту в сфері будівництва вище, ніж в цілому по Україні, що свідчить про позитивні зрушення.

В той же час, протягом всього аналітичного періоду, по Україні в цілому, рівень заробітної плати в будівництві був нижче, ніж в середньому по країні, але відмічаємо тенденцію до зростання з 83,62% в 2012р. до 89,13% в 2019р.

Рівень заробітної плати по Харківському регіону в порівнянні з рівнем заробітної плати по Україні в цілому характеризується більш низьким значенням та більш низькими темпами приросту, відповідно, протягом всього аналітичного періоду відношення середньомісячної заробітної плати Харківського регіону до середньої по Україні менше 100 % та має тенденцію до зменшення. Така ситуація свідчить, що рівень матеріальної мотивації по регіону скорочується, що спонукає населення Харківського регіону шукати роботу в більш оплачуваних регіонах або за кордоном. Вказане негативно впливає на забезпеченість кваліфікованими працівниками підприємств та організацій Харківської області, сприяє вимиванню кадрового потенціалу та може бути викликаним скороченням потреби в працівниках.

Якщо говорити про сферу будівництва, то рівень матеріальної мотивації в будівництві Харківського регіону вище, ніж по будівництву в цілому і ця різниця зростає з 120,61% до 137,42%, також цей рівень вище, ніж по Харківському регіону та також має тенденцію до зростання, що збільшує відприв та робить сферу будівництва привабливою для працевлаштування (співвідношення зростає з 111,41 % до 141,58% за аналітичний період).

Як показують розрахунки, рівень оплати праці в будівництві Харківської області вище або майже рівний рівню оплати праці в Україні в цілому.

Таблиця 1 – Аналіз динаміки середньомісячної заробітної плати (побудовано та розраховано на основі [1])

Найменування	Роки								Базисний темп приросту, %
	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	
Середньомісячна заробітна плата, грн.									
- всього Україна	3041,0	3282,00	3480,00	4195,00	5183,00	7104,0	8865	10497	245,18
Ланцюгові темпи приросту, %	-	7,93	6,03	20,55	23,55	37,06	24,78	18,41	-
- будівництво	2543,0	2727,00	2860,00	3551,00	4731,00	6251,0	7845,0	9356	367,91
Ланцюгові темпи приросту, %	-	7,24	4,88	24,16	33,23	32,13	25,50	19,26	-
Відношення середньомісячної заробітної плати в будівництві до середньої по Україні, %	83,62	83,09	82,18	84,65	91,28	87,99	88,50	89,13	-
- Харківська область	2753	2975	3143	3697	4448	6244	7657	9081	178,13
Ланцюгові темпи приросту, %		8,06	5,65	17,63	20,31	40,38	22,63	18,60	-
- середньомісячна заробітна плата в будівництві Харківської області	3067	3263	3610	4391	5859	7790	10238	12857	233,81
Ланцюгові темпи приросту, %		6,39	10,63	21,63	33,43	32,96	31,42	25,58	-
Відношення середньомісячної заробітної плати в будівництві Харківського регіону до середньої по будівництву, %	120,61	119,66	126,22	123,66	123,84	124,62	130,50	137,42	-
Відношення середньомісячної заробітної плати в будівництві Харківського регіону до середньої Харківському регіону, %	111,41	109,68	114,86	118,77	131,72	124,76	133,71	141,58	-
Відношення середньомісячної заробітної плати в будівництві Харківського регіону до середньої по Україні, %	100,85	99,42	103,74	104,67	113,04	109,66	115,49	100,85	-
Відношення середньомісячної заробітної плати Харківського регіону до середньої по Україні, %	90,53	90,65	90,32	88,13	85,82	87,89	86,38	86,51	-

Ланцюгові темпи приросту заробітної плати як основного фактору матеріальної мотивації мають тенденцію до зростання, але цей рівень неоднорідний протягом аналітичного періоду. Найбільші рівні зростання за всіма рівнями заробітної плати

припадають на 2016-2017р. Рівень приросту сягає від 20 до 40 % залежно від сфери дослідження заробітної плати.

Отже, можемо зробити висновок, що рівень матеріальної мотивації суб'єктів господарювання сфери будівництва Харківського рівні має позитивну динаміку та вище, аніж по будівництву в цілому по Україні, що свідчить про пріоритетність будівництва в регіональному розрізі.

Література: 1. Офіційний сайт Державної служб статистики України. URL: [http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu\\_u/tr.htm](http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu_u/tr.htm)

## **НОРМАТИВНО-ПРАВОВА ІДЕНТИФІКАЦІЯ УЧАСТІ ЛЮДИНИ В ПРОЦЕСІ ПРАЦІ**

Канд. екон. наук, доц. Смачило В.В.,  
здобувач ступеню «бакалавр», гр. ПТ-31 Плічко І.  
*Харківський національний університет будівництва та архітектури*

Вивчення актуальної ситуації стосовно персоналу на всіх рівнях – від глобального до національного, регіонального/галузевого та рівня підприємства – є важливою науковою задачею, яка потребує системних досліджень. Важливим завданням є дефініція категорії «персонал», яка відсутня в нормативно-правовому полі України, але широко використовується дослідниками в наукових роботах та має неузгоджений характер.

Базуючись на аналізі досліджень в цій сфері, будемо спиратися на визначення персоналу як «сукупності фізичних осіб, які мають трудові взаємовідносини із роботодавцем на основі трудового договору/контракту та кількісно представляють собою суму облікової кількості штатних працівників підприємства та зовнішніх сумісників» [1]. Таке розуміння персоналу дозволяє узгоджувати його кількісне вираження із категоріями, що застосовуються у статистичному обліку та звітності і, відповідно, аналізувати дані на рівні країни, регіону, підприємства. Для статистичного обліку також використовуються категорії «зайнятих працівників», «найманих працівників» та «середньооблікової кількості штатних працівників». Визначення вказаних категорій наведено на рис. 1.

<b>Кількість зайнятих працівників</b> визначається з урахуванням штатних, позаштатних і неоплачуваних (власників, засновників підприємства та членів їх сімей) працівників підприємства
---

Кількість найманих працівників визначається з урахуванням штатних та позаштатних (працюючих за договорами та за сумісництвом) працівників підприємства.
---

<b>Середньооблікова кількість штатних працівників</b> охоплює осіб, які перебувають у трудових відносинах з підприємством та отримують заробітну плату. У цій кількості не враховуються тимчасово відсутні працівники, за якими зберігається місце роботи (знаходяться у відпустках у зв'язку з вагітністю та пологами або у додатковій відпустці по догляду за дитиною до досягнення нею віку, визначеного законодавством а також призваних на військову службу за призовом під час мобілізації, на особливий період), сумісники та працюючі за цивільно-правовими договорами.
---

В облікову кількість штатних працівників включаються усі наймані працівники, які уклали письмово трудовий договір (контракт) і виконували постійну, тимчасову або сезонну роботу один день і більше, а також власники підприємства, якщо, крім доходу, вони отримували заробітну плату на цьому підприємстві.
---

Рисунок 1 – Нормативно-правова ідентифікація участі людини в процесі праці  
(складено на основі [2,3])

Виходячи з розуміння персоналу та визначення, що наведені на рис. 1, найближчою категорією для його аналізу на національному та галузевому рівнях є категорія «наймані працівники».

Література: 1 Смачило, В. В., Наливайко, Т. Л. (2019) Ідентифікація соціально-економічної категорії «персонал підприємства». Вісник ЖДТУ. № 3 (89). С. 47-56. 2 Методичні роз'яснення URL: [http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2006/gr/met\\_u.htm](http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2006/gr/met_u.htm) 3. Інструкція зі статистики кількості працівників URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1442-05>

## ДОСЛІДЖЕННЯ НАСЕЛЕННЯ УКРАЇНИ В РОЗРІЗІ ТЕОРІЇ ПОКОЛІНЬ

Канд. екон. наук, доц. Смачило В.В.,  
здобувач ступеню «магістр» Попова Є.

*Харківський національний університет будівництва та архітектури*

Сучасні умови господарювання, які характеризують мінливістю та непрогнозованістю, а також соціалізацією економічних процесів, вимагають постійного перегляду та удосконалення управління людьми в процесі праці. Це є актуальним для організацій будь-якого типу та форми власності, але, в той же час, необхідно враховувати ієрархію специфічних детермінантів – від глобальних до національних, регіональних/галузевих та внутрішніх особливостей суб'єкта господарювання. Вважаємо, що неврахування всієї сукупності чинників негативно впливає на стабільність кадрового складу підприємств, провокує появу «кадрового голоду» та неефективної зайнятості, а також загрожує сталому розвитку соціально-економічних систем. Саме тому, вивчення трансформації характеристик населення, яке є носієм трудового та кадрового потенціалів є актуальним завданням.

Вивчення питання теорії поколінь у вітчизняних реаліях присвячені роботи [1-4]. В них визначено характеристики представників того чи іншого покоління, а також особливості їх поведінки на ринку праці (рис. 1).



Рисунок 1 – Трудові особливості поколінь (сформовано авторами на основі [1-5])

Широке представлення теорії поколінь включає 8 категорій людей, але на ринку праці до 2020р. буде представлено переважно покоління X та Y, та менше – Z (через молодий вік) та бебі-бумери (особи передпенсійного та пенсійного віку). В подальшому, в прогнозі до 2040р. з ринку праці вже зникнуть представники покоління X та Y. Діти, що народжені після 2010-2012рр. вже будуть представляти собою інше покоління –  $\alpha$ , але як вони виглядати на ринку праці в 2030-2040рр. ще складно сказати.

Отже, тому актуальним є вивчення саме поколінь X,Y,Z [5]. На жаль, відсутні дані офіційної статистики в розрізі вікових груп та видів діяльності. Така статистична інформація була б дуже доречна для керівників підприємств галузі, бо дозволила б формувати віковий профіль потенційних працівників і враховувати особливості того чи іншого покоління, а також професійної орієнтації. Це дозволило б визначити схильність до певної професії або роду діяльності [5]. Дослідження [6] демонструють, що різницю у ставленні до роботи працівників різних поколінь відмічають 88% опитаних респондентів в Україні, але тільки 58% компаній адаптують підходи до управління персоналом [6].

Спираючись на офіційну статистику [6,8] було розглянуто структурні зміни стосовно категорій поколінь на ринку праці України (табл.1).

Таблиця 1 - Структура зайнятого та безробітного населення України в розрізі поколінь (побудовано авторами на основі [5,7,8])

Роки	Покоління/роки						
	Z	X		Y		Бєбі-бумєри	
	15-24	25-29	30-34	35-39	40-49	50-59	60-70
Формальна зайнятість, тис. осіб							
2018р.	1068,5	6793,7		7856,4		642,3	
січень-вересень 2019р.	1157,5	6835,6		7930,9		703,6	
Формальна зайнятість, %							
2018р.	6,5	41,5		48,0		3,9	
січень-вересень 2019р.	6,9	40,87		47,4		4,2	
Неформальна зайнятість, тис. осіб							
2018р.	344,6	1411,8		1586,6		198,3	
січень-червень 2019р.	334,0	1368,1		1541,3		215,1	
Неформальна зайнятість, %							
2018р.	9,73	39,87		44,80		5,60	
січень-червень 2019р.	9,66	39,56		44,57		6,22	
Бєзробітне населєння за методологією МОП, тис. осіб							
2018р.	233,7	700,6		643,3		1,0	
січень-вересень 2019р.	211,2	566,4		683,5		0,7	
Бєзробітне населєння за методологією МОП, %							
2018р.	14,8	44,38		40,75		0,06	
січень-вересень 2019р.	14,45	38,75		46,76		0,05	

З табл. 1 можна зробити висновок, що на ринку праці в сфері формальної зайнятості переважає покоління X та Y із тенденцією до скорочення в загальній величині зайнятості (41,5% і 48,0% в 2018р. та 40,87% і 47,4% в січні-вересні 2019р.) за рахунок зростання працівників, які відносяться до покоління Z у віці 15-24 роки (з 6,5% до 6,9%) та бебі-бумерів (з 3,9% до 4,2%). Останнє, можна розцінювати як негативне явище через те, що на ринок праці виходять особи в пенсійному віці, що свідчить про погіршення їх матеріального стану та пошук додаткових джерел доходів, а також про посилення кадрового голоду, коли роботодавці згодні закривати вакансії особами пенсійного віку. Аналогічна ситуація спостерігається в сфері неформальної зайнятості, хоча питома вага покоління Z та бебі-бумерів вище, аніж у формальній, що свідчить про небажання представників цих поколінь офіційно оформлювати трудові відносини та те, що вони віддають перевагу більш гнучким формам співпраці з роботодавцями. Серед безробітного населення відсоток покоління Z ще вище (14,8% в 2018р. та 14,45% в січні-червні 2019р.), хоча лідерами залишаються представники покоління X та Y, так як саме працівники цієї вікової категорії переважно формують пропозицію на ринку праці.

Вже загальний аналіз ринку праці в розрізі теорії поколінь демонструє певні проблеми та особливості щодо працевлаштування представників різних вікових груп: перехід від формального до неформального професійного спілкування; нівелювання авторитетів та прив'язки до єдиного робочого місця; орієнтація на гнучкі графіки роботи, демократичні стилі управління та навчання впродовж життя (life long learning - LLL).

Література: 1 Садова С. Особливості та психологія покоління X, Y, Z. *Psychological Dimensions of Culture, Economics, Management: Science Journal*, X, 2017 р. Lviv Polytechnic National University Institutional Repository. С. 56-59. URL: <http://ena.lp.edu.ua> (дата звернення 14.01.2019); 2 Колмакова Л.О., Совершенна І.О. Чого варто очікувати і як управляти представниками покоління Z? Глобальні проблеми економіки та фінансів: збірник тез наукових робіт ІХ Міжнародної науково-практичної конференції, Київ–Прага–Відень, 31 травня 2017 року. Фінансово-економічна наукова рада, 2017. С. 20-23; 3 Жарківська І. Теорія поколінь і управління персоналом організації. Інноваційні процеси економічного та соціально-культурного розвитку : вітчизняний та зарубіжний досвід : зб. тез доп. ІХ Міжнар. наук.-практ. конф. молодих учених і студентів / редкол. : Л. І. Вергун, Ю. В. Мельник, О. Легкий. Тернопіль: ТНЕУ, 2016. С. 118-120; 4 Єрмоленко А.Б. Розвиток національного освітнього простору в контексті надбань теорії поколінь. Вісник національного університету оборони. 2014. №3(40). С. 82-87; 5 Смачило В.В. Архітектура трансформацій кадрового потенціала підприємств транспорту. *Економіка і держава*. 2019. №7. С.39-45; 6 Нові тренди у сфері управління персоналом: як побудувати організацію майбутнього. URL: <https://www.eu.com> (дата звернення 14.01.2019). 7 Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: [http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu\\_u/tr.htm](http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu_u/tr.htm) (дата звернення 1.03.2020). 8 Офіційний сайт Державної служби зайнятості. URL: <https://www.dcz.gov.ua/storinka/analitika-ta-statystyka> (дата звернення 1.03.2020).

## **ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА НА ЗАСАДАХ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ**

Канд. екон. наук, проф. Смачило В.В., здобувач вищої освіти Ярець М.В.  
*Харківський національний університет будівництва та архітектури*

У Світі, де постійні тільки зміни зростає необхідність в інструментах і методах, які можуть допомогти організаціям стати більш успішними. Щоб досягти успіхів в умовах жорсткої конкуренції і завжди бути лідером, необхідно орієнтуватися на



стейкхолдерів, їх очікування. Рівень цих очікувань з кожним днем росте з геометричною прогресією, що потребує від компаній гнучкості, творчості, креативності, орієнтації на європейський досвід. У такій ринковій ситуації вміння правильно реагувати на зміни і ефективно управляти ними стає однією з головних конкурентних переваг. У період інтенсивного розвитку країни проводиться оцінка впливу людського фактору на всіх стадіях економічного циклу з метою нівелювання його негативності на оточуюче середовище, формуються нові цінності на основі толерантності та відповідальності. Тому саме відповідальність є потужною платформою, на якій здійснюється побудова економіки в багатьох високорозвинених країнах світу.

Ф. Котлер сформулював визначення корпоративної соціальної відповідальності: «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].

Основними напрямками корпоративної соціальної відповідальності бізнесу є: дотримання прав людини; дотримання вимог законодавства; ділова та корпоративна етика; захист навколишнього середовища; співпраця із зацікавленими сторонами; дотримання міжнародних норм поведінки; прозорість та підзвітність.

Корпоративна соціальна відповідальність не може існувати без стейкхолдерів, оскільки діяльність стейкхолдерів є важливою складовою для ефективного розвитку компаній, проте цю діяльність не розкрито в контексті сучасного бізнесу за українських реалій. Дослідження Центру «Розвиток КСВ» показують, що частіше компанії враховують інтереси споживачів (84%) та органів державної влади (57%), рідше недержавних організацій (14%) та дослідницьких організацій, навчальних закладів(20%), бізнес-організацій (21%)[2].

Кожна компанія визначає своїх власних стейкхолдерів, їх очікування і побажання. Експертами визначено основні групи заінтересованих сторін ТОВ «Баядера Груп», до яких віднесено: клієнти та споживачі; постачальники сировини; співробітники підприємства; громада; контролюючі органи; державні органи; страховальники; майбутні працівники (кадровий резерв); ЗМІ, бізнес-партнери; організації фінансової сфери; місцеві органи влади, інвестори, власники.

На прикладі ТОВ «Баядера Груп» представимо карту стейкхолдерів (рис.1).

<i>Місцева громада</i>	<i>Державні та фіскальні органи</i>	<i>Власники, інвестори</i>
<i>Клієнти та споживачі</i>	<i>Співробітники підприємства</i>	<i>Постачальники</i>
<i>ЗМІ</i>	<b>ТОВ «Баядера - Груп»</b>	<i>Рейтингові агенції</i>
<i>Бізнес-партнери</i>	<i>Організації фінансової сфери (банки, кредитні спілки)</i>	<i>Місцеві органи влади</i>
<i>Майбутні працівники (кадровий резерв)</i>	<i>Страховальники</i>	<i>Контролюючі органи</i>

Рисунок 1 – Карта стейкхолдерів ТОВ «Баядера Груп»

Оскільки соціальна відповідальність є невід'ємною складовою успішної діяльності для великих компаній розвинутих країн світу, а для країн, які вступають до Євросоюзу, участь у впровадженні соціальної відповідальності є неодмінною умовою. Визначивши основні групи стейкхолдерів для ТОВ «Баядери Груп» до визначених груп стейкхолдерів буде розроблено заходи, спрямовані на: клієнтів та споживачів постачальників сировини співробітників та їх об'єднань. Адекватно до визначених



груп стейкхолдерів буде здійснюватися побудова стратегій, які забезпечать його стійкий розвиток.

Література: 1 Котлер Ф. Корпоративна соціальна відповідальність. Як зробити якомога більше добра для вашої компанії та суспільства / Ф. Котлер, Н. Лі ; Пер. з англ. С. Яринич. – К. : Стандарт, 2005. – 302 с. 2. Центр «Розвиток Корпоративної Соціальної Відповідальності» [Електронний ресурс] Режим доступу: <https://www.facebook.com/CSRUkraine/posts/2267393229997114/>

## **САМОРЕГУЛІВНІ ОРГАНІЗАЦІЇ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ РОЗВИТКУ ПОЗАБІРЖОВОГО РИНКУ ДЕРИВАТИВІВ УКРАЇНИ**

Д-р. екон. наук, доц. Солодка О.О.

*Київський національний університет імені Тараса Шевченка*

На сучасному етапі розвитку економіки України ефективність реалізації стратегій хеджування економічних і фінансових ризиків суб'єктів господарювання є вищою для хеджерів на позабіржовому ринку деривативів, що визначає пріоритетність його розвитку в Україні, зокрема сегментів фондових і товарних деривативів. Слід зазначити, що протягом 1994-2019 років ринок деривативів України формується біржовим механізмом торгів. Розвиток організованого позабіржового ринку деривативів України розпочато лише у 2015 році запровадженням позабіржової електронної торговельної системи «Perspektiva OTC».

Організаторами позабіржової торгівлі деривативами мають бути визначені: перелік похідних фінансових інструментів, умови емісії та обігу; учасники ринку та їх функції; інфраструктура та механізм регулювання торгів. Організаторами позабіржового ринку похідних фінансових інструментів України, на наш погляд, мають бути саморегулівні організації (СРО) фондового ринку України, зареєстровані Національною комісією з цінних паперів та фондового ринку, зокрема:

1) Професійна асоціація учасників ринків капіталу та деривативів (ПАРД): неприбуткове об'єднання учасників фондового ринку, що провадять професійну діяльність з торгівлі цінними паперами, управління активами інституційних інвесторів, депозитарну діяльність (заснована у 1996 році);

2) Українська Асоціація інвестиційного бізнесу (УАІБ): добровільна, недержавна, некомерційна організація, метою якої є забезпечення високого професійного рівня діяльності учасників фондового ринку, представництва членів СРО та захисту їх професійних інтересів (заснована у 1995 році);

3) Асоціація «Українські фондові торговці» (АУФТ): відкрите добровільне договірне об'єднання професійних учасників фондового ринку, які здійснюють торгівлю цінними паперами (заснована у 2009 році шляхом консолідації трьох СРО, а саме: «Регіональний фондовий союз», ВАТ «Київська міжнародна фондова біржа», ЗАТ «Українська фондова біржа»).

Зазначимо, що УАІБ на сьогодні є єдиною в Україні саморегулівною недержавною організацією, якій держава делегувала частку своїх повноважень, визначивши їх у законі України «Про інститути спільного інвестування» [2].

СРО об'єднують професійних учасників фондового ринку за видами діяльності, а саме: фондові біржі, емітентів, торговців цінними паперами (дилерські та брокерські компанії, компанії індосанти), депозитарії та депозитарні установи, фінансові установи, компанії з управління активами, аудиторські фірми, рейтингові агентства. Національною комісією з цінних паперів та фондового ринку [3] визначено єдиний підхід до створення та функціонування СРО, а також до передачі їм частини регуляторних повноважень на ринку цінних паперів.

На наш погляд, основними завданнями СРО на організованому позабіржовому ринку похідних фінансових інструментів України мають бути такі: встановлення уніфікованих правил та вимог до професійної діяльності учасників позабіржового ринку похідних фінансових інструментів та здійснення контролю за їх дотриманням; розробка та реалізація заходів щодо захисту прав учасників позабіржового ринку похідних фінансових інструментів; створення уніфікованої нормативно-правової бази для сегментів позабіржового ринку похідних фінансових інструментів; забезпечення стабільності позабіржового ринку похідних фінансових інструментів та безпеки роботи на ньому для професійних учасників та інвесторів; контроль за дотриманням учасниками позабіржового ринку похідних фінансових інструментів регуляторних вимог, уніфікованих правил діяльності; забезпечення відкритості саморегулювання та взаємодії з державними органами.

Моніторинг діяльності учасників позабіржового ринку похідних фінансових інструментів СРО мають здійснювати відповідно до закону України «Про державне регулювання ринку цінних паперів в Україні» [1] та нормативно-правових актів сайт Національної комісії з цінних паперів та фондового ринку [3]. При цьому, необхідним є забезпечення взаємного обміну інформацією у сфері моніторингу з такими органами державної влади: Національною комісією з цінних паперів та фондового ринку; Державною комісією з регулювання ринків фінансових послуг України; Фондом державного майна України; Рахунковою палатою України; Державною податковою адміністрацією України; Національним банком України; Державним комітетом статистики України; Державною службою фінансового моніторингу.

На наш погляд, проблеми активного розвитку ринку деривативів України, наразі, пов'язані з недостатньою інформованістю більшості суб'єктів господарювання щодо можливостей функціоналу «Perspektiva OTC», неякісними телекомунікаційними каналами зв'язку та апаратно-технічним забезпеченням, домінуванням паперових форм купівлі-продажу над електронними формами торів у корпоративному секторі, певними ментальними бар'єрами (нерозуміння доцільності нововведень, страх автоматизації процесів, наслідком якої може стати скорочення персоналу), наявністю корупційної складової в корпоративному секторі (корумповані менеджери не зацікавлені в здоровій конкуренції та інформаційній відкритості, що передбачається ТІС).

Література: 1. Закон України Про державне регулювання ринку цінних паперів в Україні. URL: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/448/96-%D0%B2%D1%80>. 2. Закон України Про інститути спільного інвестування. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/5080-17>. 3. Офіційний сайт Національної комісії з цінних паперів та фондового ринку. URL: <http://www.nssmc.gov.ua>.

## **ЕКОЛОГІЗАЦІЯ ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ ЯК ЗАПОРУКА ПЕРЕХОДУ ДО СТАЛОГО РОЗВИТКУ**

Канд. екон. наук, ас. Табачук А.Я.

*Львівський національний університет імені Івана Франка*

Сучасний етап економічного розвитку людської цивілізації характеризується вагомим впливом глобалізаційних процесів. Такого роду вплив сприяє більш тісному переплетінню економічних, політичних, культурних та інших інтересів його суб'єктів, та виокремленню спільних для них проблемних аспектів розвитку, котрі потребують об'єднання зусиль на міжнародному рівні [3, С. 31].

Одним з таких проблемних аспектів розвитку світового господарства виступає зростання антропогенного навантаження на навколишнє природне середовище, наслідком чого стає загострення екологічних проблем у глобальному масштабі.

Виникає об'єктивна необхідність перегляду пріоритетів подальшого розвитку нашої цивілізації, під якою розуміємо потребу відходу від антропоцентристського підходу у взаємодії людини і природи та становлення нового типу взаємодії, заснованого на ноосферних принципах господарювання.

Поділяємо думку, що реалії сьогодення змушують задуматись над переглядом методології економічної теорії у контексті взаємодії людини і природи. Теорія значною мірою дотримується матеріалістичних догм, зв'язок людини і природи базується на «шлункових інтересах», як про це висловлювався І.Я. Франко [1, с. 31].

Визнання природи основним джерелом національного багатства та ключовим елементом виробництва слугуватиме вагомим кроком на шляху переходу до сталого розвитку людської цивілізації.

Беручи до уваги деяку розпорошеність у наукових дослідженнях екологічних проблем та їх відособленість від досліджень та аналізу економічних систем, вважаємо за необхідне внести до категоріального апарату економічної теорії поняття «екологізація економічних систем». Екологізацію економічних систем трактуємо як підвищення рівня екологічної ефективності економічних систем у процесі їх трансформації шляхом становлення сучасної економічної та екологічної свідомості і культури, усвідомлення екологічної відповідальності кожного члена суспільства, формування та утвердження сучасних екологічних цінностей, створення відповідної нормативно-правової та інституційної бази з метою досягнення паритету відносин у тріаді людина-господарство-природа в умовах обмеженості природних ресурсів та загострення глобальних екологічних проблем. Дане поняття, на наше переконання, заповнює відповідну прогалину в економічній теорії та дозволяє врахувати екологічний чинник у процесі аналізу сучасних економічних систем [2, с. 8].

Розкриття суті процесу екологізації економічних систем дає можливість повному підійти до процесу порівняння сучасних економічних систем, оскільки екологізація віддзеркалює ступінь розвитку кожної економічної системи, характеризує динаміку якості життя суспільства, яке напряму залежить від якості навколишнього природного середовища.

Література: 1. Табачук А.Я. Екологізація економічних систем як об'єктивний процес їхніх докорінних змін на початку третього тисячоліття / А.Я. Табачук // Науковий вісник НЛТУ України. Серія економічна. – 2017. – Вип. 27 (2). – С. 29-33. 2. Табачук А.Я. Інституційні засади екологізації економічних систем в умовах посилення глобалізації: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. ек. наук: спец. 08.00.01 «Економічна теорія та історія економічної думки» / А.Я. Табачук. – Львів, 2019. – 18 с. 3. Цибуляк А.Г. Екологізація економіки України в умовах розширення співпраці з ЄС / А.Г. Цибуляк // Причорноморські економічні студії. – 2016. – Вип. 8. – С. 31-35.

## **ФАКТОРИ ВПЛИВУ ТА НАПРЯМИ ПОКРАЩЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

Д-р. екон. наук, проф. Танклевська Н.С., аспірант Олійник В.С.  
*Державний вищий навчальний заклад  
«Херсонський державний аграрний університет»*

В аграрному секторі економіки України залучення інвестицій є засобом забезпечення продовольчої безпеки та гарантом розвитку аграрної сфери виробництва. За останні роки, спостерігається зменшення темпів інвестиційної діяльності сільськогосподарських підприємств, що призвело до руйнівних процесів у продуктивних силах галузі, погіршення стану земельних ресурсів, зниження ефективності сільськогосподарського виробництва, зниження рівня та погіршення якості життя сільського населення.

Ступінь інвестиційної привабливості сільськогосподарських підприємств є показником, який дозволяє зробити висновки потенційним інвесторам про необхідність і доцільність вкладення фінансових ресурсів саме в даний об'єкт.

На думку Козаченко Г.В. інвестиційна привабливість – це сукупність об'єктивних і суб'єктивних умов, сприяючих або перешкоджаючих процесу інвестування [1]. Довбня С.Б. інвестиційну привабливість підприємства визначає як набір характеристик фінансової стійкості і економічної ефективності підприємства [2].

Інвестиційна привабливість – це набір фінансово-економічних показників які визначають оцінку зовнішнього середовища, рівень позиціонування на ринку та потенціал отриманого в кінці результату.

Інвестиційну привабливість можна розглядати по вертикалі: країна, регіон, галузь, підприємство, інвестиційний проект. При цьому інвестиційна привабливість характеризується через поєднання ознак, засобів, можливостей, що зумовлюють у сукупності потенційний платоспроможний попит на інвестиції в країні, регіоні, галузі, і т.д. Залежно від часового горизонту аналізу, управління і прогнозування вона може бути поточною і перспективною. Проте такий підхід ускладнює процедуру ідентифікації чинників привабливості та їх кількісну та якісну оцінку, оскільки той чи інший об'єкт інвестування внаслідок дії регіональних та галузевих особливостей, географічного положення та інших чинників матиме різну інвестиційну привабливість.

Для того щоб ефективно управляти інвестиційною привабливістю підприємств, необхідно вміти максимально точно оцінювати вплив окремих чинників інвестиційної привабливості. Чинники, які визначають інвестиційну привабливість сільськогосподарських підприємств можна поділити на 2 групи: зовнішні та внутрішні.

До зовнішніх чинників, які позитивно впливають на інвестиційну привабливість підприємств, відносяться: сприятливий клімат, наявність ресурсно-сировинної бази, наявність науково-промислового потенціалу, вигідне географічне розташування, відсутність монополізації виробництва, створення сучасних програмних продуктів та інформаційних технологій, стабілізація зовнішньоекономічної діяльності, стан конкуренції галузевого ринку, наявність рівних конкурентів. Внутрішніми чинниками, що сприяють підвищенню рівня інвестиційної привабливості сільськогосподарських підприємств, є: достатня матеріально-технічна база, висока частка власного капіталу в загальному обсязі капіталу, стійкий фінансово-економічний стан підприємств, безпека вкладень, впровадження ресурсозберігаючих ефективних технологій, ділова репутація, наявність сучасного програмного забезпечення (програми для аналізу фінансово-господарської діяльності підприємства, оцінки рівня інвестиційної привабливості; веб-сайт в мережі Інтернет).

Зовнішніми чинниками, які негативно впливають на інвестиційну привабливість підприємств, є: значне податкове навантаження підприємств, звуження ринку збуту продукції, низька частка залучених коштів вітчизняних інвесторів, низький рівень організаційного регулювання інвестиційної діяльності, загальний спад виробництва, високі ставки за кредити, незавершеність процесів земельної реформи та інституційних перетворень в сільському господарстві, зменшення припливу фінансових ресурсів у галузі, низький рівень наукоємкості продукції. До внутрішніх чинників, які здійснюють негативний вплив на інвестиційну привабливість сільськогосподарських підприємств, відносяться: збитковість сільськогосподарських підприємств, низький рівень ліквідності, низький рівень інформаційного забезпечення, коливання темпів виробництва.

Основними напрямками вдосконалення інвестиційної привабливості аграрних підприємств України для іноземних інвесторів повинні стати:

- послідовне зниження тиску на інвесторів і відсутність диверсифікованих джерел інвестицій, нерівномірність їх розподілу між регіонами;
- створення дієвих механізмів управління інвестиційною діяльністю;

- реструктуризація економіки, пріоритетне залучення інвестицій у галузі, що особливо потребують капіталовкладень;
- мотивація суб'єктів господарювання стосовно довгострокових вкладень, а також населення щодо вкладення коштів в розвиток економіки, а не на споживання;
- стимулювання реінвестування;
- удосконалення інвестиційного законодавства та забезпечення його стабільності;
- забезпечення гарантій інвесторам;
- відповідність між надходженням і витрачанням інвестиційних ресурсів [3, с. 122-125; 4].

Необхідною умовою покращення інвестиційної та економічної ситуації в Україні є подальша децентралізація державного управління, яка здатна підвищити демократичний потенціал суспільства, сприяти підвищенню управлінської компетенції регіональних та місцевих органів влади.

Отже, нами були визначені основні чинники, що впливають на інвестиційну привабливість як зсередини підприємства, так і зовні. Підтримка з боку держави рівня інвестиційних процесів є домінуючим та головним кроком до стабілізації темпів економічного зростання в Україні. Але стає зрозумілим, що за умов корумпованої держави з недобросовісною конкуренцією та антипатерналістськими настроями, які перевищують вже будь-які раніше відомі міжнародні показники, є лише один вихід: повна дерегуляція впливу держави на інвестиційну сферу.

Література: 1. Козаченко Г.В. Інвестиційний менеджмент: монографія. Луганськ: вид-во СНУ. 1999. 156 с. 2. Довбня С.Б. Методичні засади формування інвестиційної привабливості підприємства. Ек. вісник нац. гірн. Ун-ту. К.. 2007. №4. С. 43-50. 3. Шталь Т.В., Доброскок Ю.Б., Тіщенко О.О., Сапаров Е. Аналіз інвестиційного клімату України та шляхи його вдосконалення. *БІЗНЕСІНФОРМ*. 2013. № 3. С. 122-125. 4. Танклевська Н.С. Зарубіжний досвід фінансово-кредитного забезпечення розвитку аграрних підприємств. *Вісник Аграрної науки Причорномор'я*. Вип. 1 (44). 2008 р. С. 81-87

## **ПРОБЛЕМИ ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ У СИСТЕМІ ФІНАНСОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ БАНКУ**

Канд. екон. наук, доц. Тарасевич Н.В., здобувач вищої освіти Койчева Д.С.  
*Одеський національний економічний університет*

В сучасних умовах розвитку економіки банківська справа є однією з динамічніших сфер. Технологічний розвиток, впровадження інновацій, стрімка інфляція, посилення конкурентної боротьби і процеси державного регулювання банківської діяльності зумовили формування значно більш агресивних стратегій в банківському менеджменті, які супроводжуються підвищеною ризикованістю. Тому, враховувати фактори ризику, управління банківської діяльністю стає значно складнішим процесом, при якому погіршується структура активів, знижується ефективність операцій.

Пошук і дослідження адекватних методів виявлення та управління банківськими ризиками в даний час є складною проблемою, яку необхідно вирішувати менеджменту кожного банку. Перед менеджментом виникає задача мінімізувати ризики, забезпечуючи достатні доходи для збереження коштів вкладників і кредиторів банку.

Банківський менеджмент, як особлива сфера управління, виникає лише в умовах розвиненої ринкової економіки. Банківський менеджмент можна розглядати як систему управлінських впливів, які здійснюються відповідними організаційними структурами, що забезпечують безперервність і своєчасність руху кредитних ресурсів з метою досягнення мікро- та макроекономічних переваг.

При розширенні кола банківських операцій до рівня, прийнятого в розвинених країнах, в ці послуги входять операції з цінними паперами, кредитними картками, валютою, допомога в поширенні акцій інших банків і комерційних структур, допомога клієнтам в раціональному вкладанні їх коштів, оцінці інвестиційних проектів, лізинг, факторинг та інші послуги. Крім того, статутний капітал банку може стати резервним фондом для інших банківських установ. В даний час ринкова економіка неможлива без банківського менеджменту, який повинен бути заснований на реальній конкуренції на фінансовому ринку між кредитними установами, заміні державного фінансування підприємств, яке призводить до інфляції, ринковим механізмом кредитування конкретних інвестиційних проектів і бізнес-планів, орієнтованих на створення нової товарної маси.

Банківський менеджмент забезпечує не тільки управління процесом кредитування, але дозволяє стежити за цільовим витрачанням кредитних коштів, їх своєчасним поверненням. Об'єкт діяльності фінансового менеджменту в банку - процеси дослідження фінансових операцій банку та управління потоками грошових коштів банківської клієнтури. Предмет діяльності фінансового менеджменту в банку - розробка і використання систем і методик раціонального планування і реалізації фінансових операцій (процеси залучення та розміщення грошових коштів) [1,с.37].

Мета фінансового менеджменту в банку полягає у визначенні раціональних вимог і методичних основ побудови оптимальних організаційних структур і режимів роботи функціонально-технологічних систем, що забезпечують планування і реалізацію фінансових операцій банку, підтримують його стійкість при заданих параметрах, спрямованих на збільшення власного капіталу (акціонерного капіталу) або прибутку за умови збереження стабільності і стійкості банку [2,с.21]. При цьому у якості основних функцій фінансового менеджменту в банку є: управління пасивами і активами; управління ліквідністю; управління власним капіталом; управління позиковим капіталом; управління банківськими ризиками; управління кредитним портфелем; організація внутрішньобанківського контролю [3,с.45].

В сучасній вітчизняній банківській практиці спостерігається «невисокий» рівень фінансового управління банківськими установами. Більшою мірою це пов'язано з наступними проблемами: ігнорування необхідності для кожного банку мати власну обґрунтовану концепцію розвитку та управління, або невміння реалізувати таку потребу; недостатній розвиток горизонтальних, структурних зв'язків між підрозділами банку, а також між банками, що приводить до неузгодженості в роботі, взаємної професійної необізнаності і на цього прийняття невиправданих управлінських рішень; неефективна система організації внутрішнього контролю, регульована нормативними документами, що носять в основному фрагментарний характер і недостатньо осмислена як в науковому відношенні, так і в плані практичної реалізації; недостатня кваліфікація менеджменту та співробітників банку в умовах переходу всієї банківської діяльності на міжнародні стандарти; відсутність в більшості банківських установ ефективного системи інформаційного забезпечення процесу управління; недотримання логічного взаємозв'язку між послідовними етапами процесу прийняття управлінських рішень - аналізом, плануванням, регулюванням, контролем; недостатня увага до підрозділів або служб, які здійснюють системний аналіз, діагностику і прогнозування всієї діяльності банку, що призводить до незастосування механізмів ефективного управління прибутковістю банку, технологій серйозного аналізу процесу її формування; слабка система управління і контролю за ризиками, яка не завжди адекватна рівню прийнятих ризиків і ринкової ситуації; розвиток стратегії методів і технологій управління капіталізацією знаходиться на дуже низькому рівні у вітчизняній банківській практиці; невідпрацьована система фінансового моніторингу за діяльністю банку.

Формування ефективного та адекватного системи фінансового менеджменту в банку має спиратися на специфічні риси становлення і розвитку вітчизняної банківської

системи, ігнорування яких загрожує серйозними кризовими явищами в банківському секторі країни [4,с.198].

Отже, одна з особливостей фінансового менеджменту в банку в сучасних економічних умовах - це відсутність однакової технології управління економічними процесами в кредитній організації в рамках існуючої кредитно - банківської системи. Головна ж особливість фінансового менеджменту у комерційному банку в сучасних українських умовах обумовлена тим, що комерційний банк - це єдиний економічний суб'єкт, який системно управляє всіма функціями грошей і в зв'язку з цим є первинною ланкою ринкової економіки. Зовнішня середа фінансового менеджменту в комерційному банку-це сукупність фінансових відносин.

Література: 1.Губарева І. О. Фінансовий менеджмент у банку : навчальний посібник / І. О. Губарева, О. М. Штаер. – Х. : Вид. ХНЕУ, 2012. – 240 с. 2. Тарасевич Н.В. Фінансовий менеджмент у банку. Навчальний посібник. – Одеса: Ротапринт, 2009.- 182 с. 3. Примостка Л. О. Фінансовий менеджмент у банку: Підруч. – 2-ге вид., доп. і перероб. – К.: КНЕУ, 2004. – 468 с. 4. Тиркало Р.І., Шибивольок З.І. Фінансовий аналіз комерційного банку. – К.: Слободжанщина, 2010.- 236 с.

## **ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА УКРАЇНИ: ІНВЕСТИЦІЙНИЙ АСПЕКТ**

Канд. екон. наук, доц. Тодріна І.В.

*Харківський національний університет будівництва та архітектури*

Забезпечення умов для сталого економічного зростання та посилення конкурентоспроможності національної економіки, підвищення ефективності інвестиційних процесів та стимулювання розвитку наукоємних високотехнологічних виробництв визначені серед основних напрямів державної політики в сфері економічної безпеки України [1]. Реалізація зазначених напрямів відбувається в умовах активізації таких загроз економічній безпеці, як залежність внутрішнього ринку від зовнішньоекономічної кон'юнктури, низька ефективність використання матеріальних ресурсів, надмірний вплив іноземного капіталу на розвиток окремих стратегічно важливих галузей національної економіки [2]. Забезпеченість виробництва інвестиційними ресурсами є важливим фактором зміцнення конкурентоспроможності економіки, а структура інвестицій значною мірою визначає стан економічної безпеки держави.

Інвестиційна діяльність відіграє ключову роль у забезпеченні стійкого економічного зростання, ефективної реалізації політики економічних реформ в умовах транзитивної економіки. Сьогодні уряд України змушений спрямовувати першочергові зусилля на досягнення фінансової стабілізації та вирішення низки гострих суспільно-політичних проблем. При цьому завдання переходу до інвестиційної моделі розвитку як базової передумови подальших економічних реформ має залишатись серед стратегічних пріоритетів діяльності влади.

Водночас ситуація в інвестиційній сфері залишається складною. За останні роки рівень інвестицій в економіку не перевищував 13% від ВВП, однак, для зростання ВВП на рівні 4-6% Україні потрібно забезпечити рівень інвестицій на рівні 20 -25 % ВВП. У 2019 році державні інвестиції становили 1,3% ВВП, прямі іноземні інвестиції зменшилися до 2,531 млрд. долл. США [4]. Вагомою причиною такого низького рівня є різні обмеження, що заважають бізнесу розвиватися, і певні точкові проблеми (макроекономічна нестабільність, обмеження на рух капіталу, корупція, слабкий захист прав власності, невідшкодування ПДВ експортерам, надмірне регулювання з боку держави, недосконалі податкова й митна система, неефективна підтримка вітчизняного виробника та експортера), що відлякує інвесторів. Одним із головних інвесторів має стати вітчизняний бізнес, а не іноземний. Це, по суті, уже відбувається — власні кошти

підприємств у 2019 році становили 65,4% усіх інвестицій в економіку. За обсягами прямих іноземних інвестицій незмінним лідером залишається Кіпр, в офшорній зоні якого зосереджені вітчизняні інвестиційні ресурси (38,1% від загального обсягу іноземних інвестицій за 2019-й рік) [4].

За даними Державного комітету статистики, за 2019 рік підприємствами за рахунок усіх джерел фінансування освоєно 584 млрд. 448 млн. грн. капітальних інвестицій, що в порівнянних цінах на 14,0% більше обсягу капітальних інвестицій 2018-го. Причому головним джерелом інвестицій залишаються власні кошти підприємств. Частка залучених кредитів — 10,8%, а коштів іноземних інвесторів — 0,2% [4]. Основну частку капітальних інвестицій становили інвестиції у матеріальні активи (98,3%). Зокрема, у житлові будівлі спрямовано 18,3% усіх інвестицій, нежитлові будівлі — 16%, інженерні споруди — 17,2%. На придбання машин, обладнання, інвентарю та транспортних засобів витрачено 42,0% усіх вкладень. У нематеріальні активи направлено 1,7% капітальних інвестицій [4].

У багатьох країнах прями іноземні інвестиції стали основним джерелом зростання, проте в Україні останні чотири роки спостерігається падіння надходження прямих іноземних інвестицій. За даними Державного комітету статистики, у 2019 році прями іноземні інвестиції в Україну зменшилися до 2,531 млрд. дол. (з 2,869 млрд. дол. в 2018 р.) [4].

Загальний обсяг прямих іноземних інвестицій (акціонерного капіталу і боргових інструментів) на 31 грудня 2019 року склав 35809,6 млн. дол. США [4]. Для порівняння, Україна на сьогодні отримує у 5-6 разів менше прямих іноземних інвестицій, ніж сусідня Польща.

Необхідно зазначити, що корумповані країни залучають менше приватних інвестицій через високі ризики й високу вартість капіталу. От чому в структурі іноземного фінансування корумпованих країн замість прямих іноземних інвестицій переважають міжнародні кредити, від яких так залежить Україна. У рейтингу Transparency International за індексом сприйняття корупції Україна у 2019 році посіла 126-те місце із 180 країн світу, поруч із Азербайджаном, Киргистаном і Джибуті. Сусідня Польща — 41-ше [5].

Останніми роками Україна активно працює над поліпшенням своєї позиції у міжнародному рейтингу Doing Business, що має позитивно вплинути на інвестиційний клімат і привабити іноземні інвестиції. У 2020 році Україна піднялася на сім позицій в рейтингу і тепер займає 64-ту позицію із 190 країн. Згідно з даними звіту Всесвітнього банку у цьому році Україна значно покращила свої показники по 6 із 10 індикаторів, зокрема "Захист міноритарних акціонерів" та "Отримання дозволу на будівництво" [3].

Грунтуючись на досвіді країн, які перейшли до моделі сталого інноваційного розвитку, державна інвестиційна політика на сучасному етапі повинна передбачати: вдосконалення законодавства України, спрямованого на активізацію інвестиційної діяльності; створення та забезпечення ефективного функціонування інститутів розвитку (державна інвестиційна компанія, фонд стратегічних інвестицій, фонд кредитних гарантій тощо); становлення та розвиток індустрії прямого інвестування та венчурного капіталу; створення умов для залучення інвестицій на ринках капіталу через первинне публічне розміщення акцій в Україні; державну підтримку реалізації інвестиційних програм і проектів за пріоритетними напрямками економічного розвитку України; державна підтримка реалізації середньо- та довгострокових інвестиційних проектів, спрямованих на створення високотехнологічної конкурентоспроможної продукції.

Література: 1. Про основи національної безпеки України. Верховна Рада України; Закон від 19.06.2003 № 964-IV [Електронний ресурс] – режим доступу <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/964-15>. 2. Стратегія національної безпеки України "Україна у світі, що змінюється". Указ Президента України від 12 лютого 2007 року №



105 (в редакції Указу Президента України від 8 червня 2012 року № 389/2012) [Електронний ресурс] – режим доступу <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/389/2012>. 3. Україна піднялася у рейтингу Doing Business [Електронний ресурс] – режим доступу <https://biz.liga.net/ekonomika/all/novosti/ukraina-podnyalas-v-reytinge-doing-business-2020> 4. Державна служба статистики [Електронний ресурс] – режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/> 5. Transparency international Ukraine. [Електронний ресурс] – режим доступу <https://ti-ukraine.org/research/indeks-spryjnyattya-koruptsiyi-2019/>

## ФОРМУВАННЯ ІНТЕГРАЛЬНОЇ ОЦІНКИ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ

Здобувач вищої освіти Яловенко А.А.,  
канд. екон. наук., доц. Тройнікова О.М.  
*Український державний університет залізничного транспорту*

В сучасних умовах актуальним напрямком у механізмі забезпечення сталого розвитку економіки країни є дослідження та розвиток відкритих соціально-економічних систем.

Соціально-економічна система являє собою цілісність взаємопов'язаних об'єктів, що мають економічне і соціальне призначення на конкретній території з урахуванням природно-ресурсної складової, для виробництва матеріальних та нематеріальних благ.

Для дослідження окремих територій доцільним є використання процедури оцінювання рівня фінансової безпеки соціально-економічної системи на основі інтегрального підходу в ході якого формується інтегральний показник фінансової безпеки соціально-економічної системи, що дозволить врахувати основні риси середовища в якому функціонують об'єкти.

Основою реформування та нових принципів самоврядування в Україні є створення об'єднання територіальних громад - об'єднання сіл, селищ або міст, яке має свої органи самоврядування, що матимуть доволі широку фінансову та управлінську автономію. Також територіальна громада – це сукупність громадян, об'єднаних певною територією, на якій вони проживають, які мають спільні інтереси у вирішенні питань, пов'язаних із проживанням на даній території, та які беруть активну участь у їх вирішенні. [1], [2], [3]

У зв'язку з цим можна досліджувати функціонування певного комплексу соціально-економічних систем.

Громада є соціально-економічною системою, підприємства що знаходяться територіально в межах громади вирішуючи економічні та соціальні питання є також соціально-економічними системами.

У сучасних умовах існуючі соціально-економічні системи розбалансовані завдяки структурним диспропорціям, що виникають через існування протиріч соціальних, екологічних, економічних, наслідком чого є занепад, тобто припинення розвитку.

В вирішенні цього доцільно розглядати системоутворюючі чинники формування, функціонування та розвитку соціально-економічних систем на різних ієрархічних рівнях. [4]

Сьогоднішні умови формують не звичайні виклики для суб'єктів господарювання, у зв'язку з чим в наукових джерелах досліджуючи напрямки та перспективи розвитку економік, тенденції стратегії розвитку держав все частіше звертаються до цієї категорії.

Література: . Муркович Л. Територіальна громада, як суб'єкт місцевого самоврядування в Україні: теоретичні аспекти [Електронний ресурс]- Режим доступу:[http://www.dbuapa.dp.ua/vidavnictvo/2010/2010\\_02%285%29/10mliuta.pdf](http://www.dbuapa.dp.ua/vidavnictvo/2010/2010_02%285%29/10mliuta.pdf)

2. Практичний посібник з питань організації роботи органів місцевого самоврядування об'єднаннях територіальних громад [Електронний ресурс]/ – Режим доступу: <https://auc.org.ua/sites/default/files/library/> 3. Методичний посібник для розробників проектів інфраструктурного розвитку об'єднаних територіальних громад [Електронний ресурс]/– Режим доступу:[http://old.decentralization.gov.ua/pics/attachments/Methodical Handbook 2016 web.pdf](http://old.decentralization.gov.ua/pics/attachments/Methodical_Handbook_2016_web.pdf) 4. Бондар Т.В. Формування механізму сталого розвитку соціально- економічних систем відповідно до концепції зеленої економіки [Електронний ресурс]/ – Режим доступу:<http://me.fem.sumdu.edu.ua/docs/d110.pdf>

## **ОБҐРУНТУВАННЯ ВПРОВАДЖЕННЯ ЕЛЕКТРОННОЇ ФОРМИ ПРОДАЖУ ТОВАРІВ ЯК СКЛАДОВОЇ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА**

Здобувач вищої освіти Трофімова Д.,  
науковий керівник: канд. екон. наук, доц. Благой В.В.  
*Харківський національний університет будівництва та архітектури*

Сьогодні, у час, коли електронна комерція стає дедалі популярніша та якісніша, в свою чергу, просування стає все більш необхідним. Згідно з даними Інтернет Асоціації України, обсяг медійної реклами перевищив 1 млрд гривень. Кожного року ці показники ростуть як у світі, так і на території України [1]. Усе менше залишається компаній, які не мають представництва в Інтернеті. Усі світові промислові гіганти витрачають мільярди доларів на розвиток сайтів та рекламу у мережі. Якщо брати ефективність нашого ринку медійної реклами - частка прямих продажів за даними ІНАУ у 2018 склала 56,13 %. Е-commerce товарообіг - на рівні 65 млрд гривень.

Перехід споживачів в онлайн став трендом глобального масштабу. В Україні у цьому плані можна відзначити колосальні перспективи, адже за 2018 рік близько 2-х трильйонів доларів США українці потратили на інтернет-покупки. Якщо порівняти цю цифру з 2017 роком, то приріст покупок онлайн становить +6% [2].

Економічне обґрунтування проекту розвитку «впровадження електронної форми продажу товарів» (створення Інтернет-магазину) має ряд відмінних характеристик, що зумовлено специфічними особливостями даного проекту розвитку, структурою та змістом його економічного обґрунтування, інструментарієм (показниками), що розраховуються. Тому необхідними і значимими є узагальнення теоретичних засад та критична оцінка сучасного стану і можливостей практичного впровадження підприємствами проекту розвитку що, в свою чергу, буде корисним для його практичної реалізації та дослідження наслідків цього [3].

Структурно-логічна послідовність розробки та зміст економічного обґрунтування проекту розвитку «створення та відкриття Інтернет-магазину» буде мати відмітні особливості залежно від варіативних характеристик проекту [4].

Затрати на відкриття інтернет-магазину: хостинг і домен. Сайти інтернет-магазинів на піддоменах, на загальнодоступних платформах, викликають мало довіри у відвідувачів; система управління сайтом (CMS) яка дозволяє додавати нові товари, редагувати інформаційну частину, додавати та змінювати банери; SEO та аналітика. Це забезпечить постійний приплив відвідувачів на сайт з пошукових систем; просування в соціальних мережах, витрати на дизайн і контент для сторінок спільнот, рекламна активність всередині соціальної мережі; контент.

В результаті впровадження запропонованих заходів відбувається зростання продуктивності праці, при незмінній чисельності працівників. Тобто констатуємо достатню ефективність запропонованих заходів в рамках обраної стратегії розвитку підприємства.

Література: 1. Як створити і запустити хороший інтернет-магазин Elektronnij resurs.- Rezhim dostupu: <https://www.bizmaster.xyz/2018/08/yak-stvority-i-zapustyty-horoshiy-internet-magazyn.html> 2. Просування сайту інтернет-магазину в 2020 Elektronnij resurs.- Rezhim dostupu: <https://lemarbet.com/ua/razvitie-internet-magazina/prodvizhenie-internet-magazina-formula-uspeha/> 3. Красневич Г.Л. Методичні підходи економічного обґрунтування проекту розвитку „впровадження електронної форми продажу товарів” (відкриття інтернет-магазину) / Електронний журнал «Ефективна економіка» № 8, 2010 Elektronnij resurs.- Rezhim dostupu: <http://maximalibrary.org/knigi/genre/b/12429?format=read> 4. Сайт компанії «WebEyes» / Причини создания интернет магазина Elektronnij resurs.- Rezhim dostupu: <http://web-eyes.com.ua/prichiny-sozdaniya-internet-magazina>

## **РОЛЬ ЕКОНОМІКО-МАТЕМАТИЧНИХ МЕТОДІВ ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ**

Здобувач ступеня «магістр» Удич Д. Ю.  
*Одеський національний економічний університет*

Підприємство як відкрита, динамічна, багаторівнева система потребує врахування всіх особливостей, що належать до такого роду систем, які розвиваються в процесі управління підприємством. Відповідно, виникає необхідність у застосуванні в процесі управління підприємством таких методів та моделей, які б дозволили планувати, організовувати, мотивувати та контролювати підприємницьку діяльність з точки зору розгляду підприємства як системи та з врахуванням його особливостей. Застосування в таких ситуаціях економіко-математичних методів і моделей є загальновідомим і виявило себе як найбільш прогресивне і ефективне. Сучасні методи управління економічними системами та процесами базуються на широкому використанні математичних та економіко-математичних методів.

На сучасному етапі економічного реформування, запровадження ринкових методів господарювання зростає потреба в оперативності прийняття управлінських рішень, у розрахунку й прогнозуванні варіантів можливих напрямків виробничої діяльності окремих підприємств. А це практично неможливо здійснити без застосування в аналітичному дослідженні економіко-математичних методів.

Одними з найбільш ефективними та динамічними в часі є економетричний та логістичний підходи.

Кожна з цих надсистем, в нашому випадку – економічна, у свою чергу, має чимало компонентів, з якими зв'язане підприємство, — постачальники, споживачі, конкуренти, партнери, банки тощо. Ці ж компоненти входять одночасно й в інші надсистеми — соціокультурну, екологічну тощо. Окрім цього, працівники є складовими інших систем: родини, профспілки, міста, нації тощо. А якщо ще врахувати, що кожна з цих систем, а також кожний з їх компонентів мають свої специфічні й, можливо, суперечливі цілі, то стає зрозумілою необхідність свідомого вивчення середовища, що оточує підприємство. Інакше вся сукупність численних впливів, здійснюваних надсистемами на підприємство, буде здаватися хаотичною та непередбачуваною, що позбавить можливості раціонального та цілеспрямованого управління.

Сутність логістичного підходу пов'язана з якісними показниками, не тільки економічними, але й управлінськими. Суб'єктами логістичного менеджменту є юридичні і фізичні особи, структурні підрозділи державних установ і організацій, тобто основні організаційні одиниці підприємства. *Об'єктом є ресурсні потоки* – матеріальні, фінансові, інформаційні, сервісні, які забезпечують функціонування як

суб'єктів підприємництва (юридичних і фізичних), так і державних установ і організацій на мікро- та макроекономічних рівнях.

Таким чином, взаємозв'язок цих двох підходів дає можливість оперувати, а значить і управляти не тільки кількісними, але й якісними параметрами функціонування та розвитку підприємства.

Процес прийняття науково обґрунтованих рішень в економіці тісно пов'язаний з визначенням кількісних співвідношень між економічними показниками. Так, наприклад, щоб з'ясувати, чи доцільно інвестувати придбання нового обладнання (розробку нової технології), потрібно знати, який додатковий дохід можна отримати на кожну одиницю капітальних вкладень у разі реалізації різних варіантів проектів інвестування. Ефективність прийнятих рішень у підприємницькій діяльності залежить від того, наскільки особа, котра приймає ці рішення, використовує інформацію, що характеризує кількісний зв'язок між економічними процесами та явищами.

Комплексний системний підхід до управління підприємством (системою) зводиться до управління його основними матеріально-технічними ресурсами (логістичний підхід), який полягає у забезпеченні пропорційно збалансованого розвитку виробництва МТР і їх оптимально-раціонального використання. Основна задача якого полягає у розробці методів дослідження і конструювання складно організованих об'єктів – систем різних типів і видів матеріальних ресурсів. Цей підхід направлений на досягнення внутрішнього взаємозв'язку і єдності різних аспектів запланованої діяльності в управлінні потоками МТР – народногосподарської, галузевої, регіональної і зовнішньоекономічної.

Економетрика ж допомагає створити таку модель функціонування ресурсів, при якій кожен з основних МТР є певною складовою одного з економічних параметрів.

Використання математичних методів в сфері управління - важливий напрямок вдосконалення систем управління. Математичні методи прискорюють проведення економічного аналізу, сприяють більш повного врахування впливу факторів на результати діяльності, підвищенню точності обчислень. Застосування таких методів вимагає: системного підходу до вивчення об'єкту дослідження; розробку математичної моделі якісних характеристик роботи підприємства; вдосконалення системи інформаційного забезпечення управління підприємством.

Управління ж підприємством за допомогою моделювання тісно пов'язане з розглядом підприємства, як відкритої системи та управління її функціонування за допомогою основних ресурсів.

Кількість використаних виробничих факторів і кількість виготовлених виробів залежить від часу роботи підприємства за певним технологічним способом.

Таким чином головною є задача оптимізації часу при мінімізації витрат та максимізації ресурсів.

Дана задача вимагає економічних категорій та прогнозованості що є можливим за допомогою використання економіко-математичних методів та моделей.

Широке використання математичних методів є важливим напрямком вдосконалювання економічного аналізу, підвищує ефективність аналізу діяльності підприємств та їх підрозділів. Це досягається за рахунок скорочення термінів проведення аналізу, більш повного охоплення впливу факторів на результати комерційної діяльності, заміни наближених чи спрощених розрахунків точними обчисленнями, постановки і розв'язку нових багатовимірних задач аналізу.

Економетричні методи є своєрідним поєднанням трьох областей знань: економіки, математики і статистики. Основою економетрії є економічна модель, під якою розуміють схематичне представлення економічного явища чи процесу за допомогою наукової абстракції.

На основі математичного моделювання в операційних дослідженнях вирішуються також певні специфічні задачі: надійності виробу; заміни обладнання;

теорії розкладу (календарне планування); розподілу ресурсів; ціноутворення; теорії сітьового планування.

Можна визначити певні закономірності взаємозв'язку (або певні складові) між економетричними методами, методами математичного програмування та методами дослідження операцій, адже всі вони базуються на управлінні ресурсами за допомогою визначених параметрів.

Оскільки кожне явище чи процес, що моделюється, має свої характеристики, закони і параметри, то й створювані моделі також різняться між собою, що призводить до виникнення сукупності способів моделювання різних складних систем. Одним з таких способів є системне моделювання, яке дозволяє системно відтворити будь-яке явище чи процес.

Системне моделювання являє собою сукупність конкретних різновидів моделювання, найбільш важливі серед яких є наступні: атрибутивне, спрямоване на систематизацію інформації про властивості об'єкту; структурне, що забезпечує уявлення структури об'єкту або процесу моделювання; організаційне, що передбачає вивчення організації системи; функціональне, орієнтоване на побудову і дослідження функцій явища чи процесу, що досліджується; структурно-функціональне, головна мета – дослідження взаємозв'язків структури і функцій об'єкту чи процесу, що вивчається; вітальне, спрямоване на представлення та вивчення тих чи інших етапів життєвого циклу системи.

Також для будь-якого об'єкту моделювання властиві кількісні та якісні характеристики. *Математичне моделювання* віддає перевагу виявленню кількісних особливостей та закономірностей розвитку систем. Даний вид моделювання абстрагується від конкретного змісту системи, але обов'язково враховує його, намагаючись відтворити систему за допомогою математичного апарату. Математичне моделювання являє собою широку сферу інтелектуальної діяльності. Математичні моделі забезпечують перехід до оригіналу, фіксують і досліджують його властивості і відношення за допомогою математичних методів. Серед них виділяють відповідні і розрахункові. Розрахункові моделі виражають властивості і відношення оригіналу за допомогою уявлень – формул, рівнянь, графіків, таблиць, операторів, алгоритмів і т.д. у відповідних моделях – змінні величини пов'язані з відповідними змінними величинами оригіналу певними математичними залежностями.

Подібні моделі також можуть бути логічними і матеріальними. Подібні матеріальні моделі розділяються на аналогові (неперервні), цифрові (дискретні) і аналогово-цифрові (комбіновані і гібридні) в залежності від того, які величини пов'язують їх математичний опис – неперервні, дискретні чи одночасно неперервні і дискретні. Подібність оригіналу і його матеріальної моделі дозволяє використати останню в якості обчислювального приладу для вирішення рівнянь, що описують оригінал. Згідно з загальною теорією моделювання, всі обчислювальні прилади є матеріально-подібними моделями відповідних матеріальних чи логічних оригіналів. В залежності від характеру математичного опису ці прилади можуть бути аналоговими, цифровими чи аналогово-цифровими.

Щоб забезпечити порівнянність ознак спостережень у просторі та часі, необхідно мати: однаковий ступінь агрегування; однакову структуру одиниць сукупності; одні й ті самі методи розрахунку показників у часі; однакову періодичність обліку окремих змінних; порівнянні ціни та інші однакові економічні умови.

Логістичний підхід дає можливість більш точного, а значить і більш точного, узгодження діяльності підприємства в часі та просторі в залежності від основних ресурсів та управління ними. Для визначання галузевих управлінських моделей розглянемо системну типологію управлінського аспекту. Відповідно до теорії системного економічного аналізу типологія управління включає: аналіз і синтез; діалектику; єдність історичного та логічного підходів; економічний експеримент;

індукцію і дедукцію; економічне моделювання; наукову абстракцію; статистичний, математичний, порівняльний, графічний, системний, функціональний та інші прийоми аналізу.

Література: 1. Дьомкін А. Л. Інтерпретаційний схематизм управління економічними системами : монографія. К. : Науковий світ, 2017. 121 с. 2. Трухоновець М. М. Системні інтерпретаційні рівні управління складними системами. *Містобудування та територіальне планування*. Вип. 44. К. : ВИПОЛ, 2016. С. 60–66. 3. Трухоновець М. М. Інтерпретаційні моделі управління економічними процесами. *Містобудування та територіальне планування*. Вип. 45. К. : ВИПОЛ, 2016, С. 80-91

## **ІНФОРМАЦІЙНІ ПЕРСОНАЛ-ТЕХНОЛОГІЇ В ЗАГАЛЬНІЙ СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ**

Аспірант, викладач Устіловська А.С., здобувач вищої освіти Бородай О.В.  
*Харківський національний університет будівництва та архітектури*

Сучасна HR (Human Resources) система – це комплекс технологій, що автоматизують і полегшують роботу з персоналом на всіх рівнях, від оперативного (повсякденний облік даних) до стратегічного (прийняття рішень з розвитку компанії). У якісно вибудованій системі робота цих технологій підпорядкована загальній логіці управління персоналом відповідно до прийнятої стратегії, вираженої в бізнес-процесах, автоматизованих за допомогою електронного документообігу. HR-система здатна ефективно взаємодіяти з фінансовими, виробничими і т.п. системами, що використовують в своїх процесах дані персоналу.

Для реалізації поставлених типових задач HR-системи забезпечені наступними функціональними можливостями:

- автоматизований облік кадрового складу організації на основі структурованих особистих карток співробітників;
- формування кадрових наказів, в тому числі і нових видів, з автоматичним внесенням інформації в особисті картки співробітників;
- ведення архіву звільнених працівників;
- робота зі штатним розкладом (перегляд і друк; отримання списку вакантних посад по підрозділах; отримання відомостей про заповнювання штатів по кожному підрозділу і по підприємству в цілому);
- формування звітів по співробітниках за довільний період з використанням відбору інформації та висновків у вигляді списків або статистичних таблиць;
- підрахунок кількості лікарняних листів по підрозділах за будь-який період;
- складання статистичної звітності з обліку кадрів (списків в електронному вигляді; отримання даних про розподіл співробітників але посадам штатного розкладу);
- отримання зведеної таблиці про укомплектованість штатів, плинності і складі співробітників підприємства;
- отримання тарифікаційних списків співробітників підприємства з проставленням кадрових параметрів.

До переваг вітчизняних пакетів можна віднести їх адаптованість до російської системи обліку та діловодства, а також більш низьку ціну в порівнянні з найбільш відомими пакетами західних фірм. До переваг західних пакетів відноситься в деяких випадках значно повніша функціональність.

Великі системи (SAP R / 3, Ваан, Oracle Applications і ін.) Мають модуль «Управління персоналом і зарплата» (Human Resources-модулі) в складі ERP-системи, окремим рішенням цей модуль не продається. Є й автономні програмні пакети управління персоналом, наприклад, Renaissance CS Human Resources.

До локальних HR-систем відносять:

- ІС. Зарплата / кадри (займає домінуюче становище за рахунок монопольного становища компанії на своєму ринку, типовий варіант за функціональністю);
- АІТ – «Управління персоналом» (функціональність розширена, включає модулі: заробітна плата; кадровий облік; табельний облік; персоніфікований пенсійний облік; конфігурація системи; облік колективних і бригадних робіт).

Існують дві системи, які утримують лідируючі позиції на ринку середніх інформаційних систем управління персоналом.

1. RB HR & Payroll – «Управління кадрами і Зарплата» (Робертсон і Блуме Корпорейшн) – функціонально повний, стабільний, гнучкий і легко керований продукт. Це міжнародне рішення для підприємств різного рівня і сфер діяльності, що дозволяє автоматизувати і упорядкувати типові операції управління персоналом: управління штатним розкладом; прийом, просування по службі, переведення між підрозділами, звільнення працівників; навчання та атестацію персоналу; підтримку різноманітних компенсаційних схем; розрахунок зарплати, управління бюджетами підрозділів по зарплаті, найму, навчання персоналу і ін.

Особливостями RB Human Resources & Payroll є робота на різних платформах, операційних системах і СУБД; відкритий доступ до даних при досконалій системі захисту інформації; налаштування на законодавства різних країн; призначені для користувача процедури; ведення архіву довідкової інформації; зручний інтерфейс з вбудованими засобами аналізу; багатоекранний довідник працівників; настроюються інтелектуальні екранні форми; дворівнева настройка розрахунків зарплати і платежів підприємства (таблиці видів оплат і алгоритми розрахунків); розрахунок зарплати з можливістю багаторазового перерахунку і виправлення помилок; потужний вбудований генератор звітів; підтримка документообігу; масштабованість; параметризовані кошти перенесення результатів розрахунку зарплати в систему бухгалтерського обліку.

2. Бос-кадровик (Корпорація Айти) – одна з найбільш поширених на російському ринку система управління персоналом. Бос-кадровик експлуатується на підприємствах енергетики, нафтогазової галузі, металургії, торгівлі, харчової промисловості, в банківській сфері, в транспортних компаніях, державних бюджетних організаціях, на підприємствах фармацевтичної промисловості та видавничо-рекламного профілю, в представництвах іноземних фірм.

Література: 1. Інформаційні системи управління персоналом [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://stud.com.ua/62411/menedzhment/informatsiyni\\_sistemi\\_upravlinnya\\_personalom](https://stud.com.ua/62411/menedzhment/informatsiyni_sistemi_upravlinnya_personalom)

## **ХЕДХАНТИНГ В УКРАЇНІ ЯК ОДИН З МЕТОДІВ ПІДБОРУ ТА НАЙМУ ПЕРСОНАЛУ**

Аспірант, викладач Устіловська А.С., здобувач вищої освіти Губіна Ю.С.  
*Харківський національний університет будівництва та архітектури*

Значення слова хедхантинг походить від англійського Head – голова і Hunter – мисливець – це один з напрямків пошуку та підбору персоналу ключових і рідкісних, як за фахом, так і за рівнем професіоналізму фахівців. Головні бухгалтери, юристи, працівники торгівлі, керівники підприємств та фахівці вузьких профілів найбільш часто стають об'єктом уваги хедхантерів.

Хедхантинг – це професія Заходу, яка поступово перебралася і до України. Багато кадрових агенцій без будь-яких підстав включають в свій список послуги і хедхантинг, але на ділі дуже рідко український спосіб переманювання співробітників дійсно є хедхантингом.

HeadHunt часто використовується для найму співробітників вищої ланки. Адже існує думка, що вони не шукають роботу самі і часто навіть не планують покидати свою поточну позицію. Основна складність використовуючи метод полювання за головами в тому, що потрібно ненав'язливо зацікавити потенційного кандидата майбутніми можливостями, які йому надаються. І з кожним роком цей метод використовується все більше для найму талантів.

У чому ж відмінність між звичайним і агресивним хедхантингом? По суті це боротьба між великими гравцями-корпораціями. Але використовується також і невеликими компаніями для найму співробітників, які в перспективі можуть значно поліпшити організацію.

Головні елементи:

1. Новий співробітник розглядається як актив, який приносить дохід компанії. Тому він безпосередньо впливає на фінансовий стан організації.

2. У процесі найму прямо або побічно беруть участь всі співробітники. Це показує рівень корпоративної культури.

3. Так зване кадрове браконьєрство. Вся увага рекрутерів зосереджена не на співробітниках, які знаходяться в активному пошуку, а на влаштованих працівників вищої ланки.

4. Матеріальна і нематеріальна стимуляція рекомендувачів.

5. Побудова хороших відносин з потенційними претендентами для закритих посад.

Звичайно, як побачать багато, такий спосіб демонструє безпринципність при підборі персоналу, але це реалії сучасності. Прийомів роботи у хедхантерів досить багато. Наприклад, практикується звернення до потенційного кандидата в значимі для нього дні - день народження, відпустка, сімейне свято. Вважається, що в цей час людина більш сприйнятливий до нових пропозицій і позитивно реагує на дзвінки рекрутерів. Для того щоб використовувати цей прийом, необхідно постійно збирати інформацію про потенційного кандидата: знати його інтереси і сім'ю, захоплення, пристрасті та інше.

Інший ефективний прийом – «покупка нової роботи» - полягає в тому, що всі фінальні кандидати на посаду зобов'язані надати потенційному роботодавцю по три імені кращих фахівців з числа колишніх колег, включаючи контактні дані. Ця інформація повинна бути представлена ще до того, як кандидату буде запропоновано зайняти вакансію.

Нерідко агресивний хедхантинг займається вербуванням команд або відділів цілком – за принципом «дати їм все», оскільки вважається, що при такому підході можна досягти двох цілей відразу: набрати штат кваліфікований персонал і позбавити конкурента кадрів.

Особливо актуальний агресивний хедхантинг в періоди кризи або змін у конкурентів. Саме в цей час бази даних агресивних рекрутерів поповнюються здобувачами роботи найбільш продуктивно.

Стартом кар'єри хедхантера може слугувати вища освіта за спеціальністю «управління персоналом», яку можна здобути у ВУЗах України. Також в якості навчання підійдуть спеціалізовані тренінги для хедхантера. Ще можна вчитися на досвіді інших.

В Україні більше поширений не класичний хедхантинг, тобто переманювання фахівців вищої ланки, а адаптований, коли зацікавленість для кадрових працівників представляють фахівці середньої ланки. Саме їх в Україні досить часто шукають в інших компаніях. Однак, щоб захистити себе, найчастіше, між компаніями-партнерами, а іноді навіть і конкурентами, існують домовленості: не переманювати фахівців один у одного. Тому що це тільки шкодить роботі компаній. А ще частина компаній отримує статус «недоторканності», коли починає сама співпрацювати з хедхантерами. Це



означає, що працівники компанії не розглядаються як кандидати на чужі вакансії цього ж хедхантера – такий собі внутрішній кодекс. Отже, хедхантинг вже з'явився в Україні, але ще не набув достатньої популярності серед рекрутерів.

Безумовно, хедхантинг в Україні є. Однак, не можна сказати, що він поширений - не вистачає фахівців. Причому, фахівців, як серед об'єктів пошуку, так і серед самих рекрутерів. Останнім просто не вистачає досвіду, і діють вони грубо та з натиском. Отже, ще кілька років керівникам можна спати спокійно і не турбуватися – хедхантинг тільки починає розвиватися, пристойного рівня він досягне не скоро. Так що прямої загрози з боку для цінних співробітників немає. Але привід задуматися про мотивацію є вже зараз.

Література: 1. Агресивний хедхантинг [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.talentscan.pro/ru/blog/agressiv-headhunt/> 2. Науменко Л.М. Хедхантинг в управлінні персоналом на етапі сучасного розвитку економічної науки [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://intkonf.org/naumenko-lm-hedhanting-v-upravlinni-personalom-na-etapi-suchasnogo-rozvitku-ekonomichnoyi-nauki/>

## ДЕМОТИВАЦІЯ ТА СТИМУЛЮВАННЯ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМТВА

Викладач, аспірант Устіловська А.С., здобувач вищої освіти Загоруйко О.О.  
Харківський національний університет будівництва та архітектури

Демотивацією є зниження рівня спонукання до досягнення цілей організації, обумовлене відсутністю або ослабленням впливу сил, які спонукають людину до діяльності з витратою певних зусиль, на належному рівні старання, сумлінності, наполегливості [1].

Для працівників причинами демотивації персоналу можуть бути наступні:

1. Зменшення інтересу до виконуваної роботи;
2. Виникнення конфліктних ситуацій;
3. Порушення трудової дисципліни;
4. Почастішання невиходів на роботу;
5. Зниження продуктивності праці;
6. Порушення виконавської і технологічної дисципліни;
7. Схильність до дій, що завдають шкоди організації;
8. Зниження готовності до співпраці;
9. Схильність до зміни місця роботи [2].

Автори зазначають, що демотивацію необхідно застосовувати обережніше, ніж мотивацію. Демотиваційний стиль управління повинен не порушувати трудового законодавства та норми трудового договору.

На думку авторів в демотиваційному аспекті діють стимули, на відміну від мотиваційного, який здійснює свій вплив на працівника через мотиви. Стимул, як зазначає автор, – це інструмент впливу роботодавця на працівника за допомогою покаральних заходів, які об'єднанні в дві групи: матеріальні стимули та нематеріальні стимули. Також автори ототожнюють поняття «демотивація» та «стимулювання». Проблематику стимулювання та стимулів висвітлює у своїх наукових працях велика кількість науковців (табл. 1).

Таблиця 1 - Визначення понять «стимул» та «стимулювання» авторами

Автор	Визначення
	Стимулювання
1	2
Колот А.М. [3] Кибанов А.Я.[4]	Процес зовнішнього впливу на людину для спонукання її до конкретних дій та усвідомленого пробудження в неї певних

	мотивів
Костін Д.Ю. [5]	По-перше, це поділ благ між об'єктами управління в залежності від тих результатів, що вони досягли; по-друге, регулювання поведінки працівників задля одержання заздалегідь намічених результатів; по-третє, забезпечення сприятливих умов, за яких якісна трудова діяльність стає необхідною та достатньою для задоволення потреб працівника
Шекшня С.В. [6]	Процес впливу на людину за допомогою потреби значимого для неї зовнішнього предмета (об'єкта, умов, ситуації тощо), що спонукує людину до певних дій (перебування в комфортних умовах і ін.)
Дегтяр А.С. [7]	Один з основних засобів забезпечення вигідного використання ресурсів, одержання максимального зворотного зв'язку від використання наявних трудових ресурсів, що дозволить збільшити сукупну результативність і прибутковість діяльності організації
Нечаюк Л.І., Телеш Н.О. [8]	Застосування щодо працівника стимулів, з метою активізації його зусиль, підвищення старанності у вирішенні завдань, що стоять перед підприємством
Стимул	
Автор	Визначення
В.П. Зінченко, Б.Г. Мещерякова [9]	Фізичний агент (подразник), що впливає на орган почуттів
Лехін І.В., Петров Ф.Н. [10]	(лат. stimulus – стрекало, погонялка) трактується як зовнішнє спонукання до дії, поштовх, спонукальна причина
Виханський О.С. [11]	Гострий ціпок, яким поганяли тварин
Слиньков В. Н. [12]	Ціле направлений вплив на людину, який не зважаючи на джерело і характер впливає на активність персоналу. Цей вплив ґрунтується в наданні гарантій досягнення в результаті власної діяльності предмета потягу, що задовольняє потребу персоналу
Собінова Т. М. [13]	Специфічні зовнішні подразники, які є «важелями впливу», що актуалізують ті або інші мотиви людини

Тачим чином, можна сказати що поняття демотивація та стимулювання тотожні, хоча стимулювання та демотивація й спонукають працівників до активізації трудової діяльності, але й інколи суперечить їх внутрішнім посилам до роботи, що може спричинити не якісне виконання поставлених задач.

Література: 1. Ткаченко Н. Э. Демотивация персонала организации: сущность и причины.// Н. Э. Ткаченко; [Электронный ресурс] – Режим доступа :<http://dspace.snu.edu.ua> 2. Особенности демотивации труда работников / Адельсеитова Э.Б., Асанова З.С. // Проблемы материальной культуры – ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ с. 41-43 3. Колот А. М. Мотивація персоналу : підручник / А. М. Колот. – К. : КНЕУ, 2002. – 337с. 4. Мотивация и стимулирование трудовой деятельности : учебник / А. Я. Кибанов, И. А. Баткаева, Е. А. Митрофанова, М. В. Ловчева ; под ред. А. Я. Кибанова. – М. : ИНФРА-М, 2010. – 524 с. 5. Костін Д.Ю. Матеріальне стимулювання трудової діяльності: аналіз теоретико– методологічних підходів [Електронний ресурс] / Д.Ю. Костін // Економіка: реалії часу. Науковий журнал. – 2013. – № 2 (7). – С. 81–86 6. Шекшня С.В. Управление персоналом современной организации. – М.: Бинум, 2006. – 290 с 7. Дегтяр А.С. / Практичний досвід нематеріального стимулювання працівників

на підприємствах України // [Електронний ресурс] / А.С. Дегтяр – Режим доступу: <https://www.inter-nauka.com/uploads/public/14962919953071.pdf> 8. Нечаюк Л.І., Телеш Н.О. / Готельно-ресторанний бізнес: менеджмент // [Електронний ресурс] / Л.І. Нечаюк, Н.О. Телеш – Режим доступу: [http://tourlib.net/books\\_ukr/nechauk62.htm](http://tourlib.net/books_ukr/nechauk62.htm) 9. Психологический словарь под ред. В.П. Зинченко, Б.Г. Мещерякова. – 2-е изд. – М.: Педагогика Пресс – 1996. – 498 с. 10. Словарь иностранных слов / под ред. И.В. Лехина и Ф.Н. Петрова. – М.: ЮНВЕС, 1995. – 659 с. 11. Виханский, О.С. Менеджмент: учебник для экономических спец. вузов/О. С. Виханский, А. И. Наумов. – М.: Высшая школа, 1994. – 224 с. 12. Слиньков, В. Н. Мотивация, стимулирование и оплата труда: практические рекомендации В. Н. Слиньков. – К.: КНТ, 2008. – 336с. 13. Собінова Т. М. Стимули та мотиви в управлінні персоналом / Т. М. Собінова // Економіст. - 2007. - № 3. - С. 45-46.

## ЕФЕКТИВНІСТЬ ПРИНЦИПІВ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ

Аспірант, викладач Устіловська А.С., здобувач вищої освіти Кулієвич М.Я.  
Харківський національний університет будівництва та архітектури

Ефективність управління персоналом залежить від ефективності принципів, що положенні в основу діяльності підприємства, саме від них залежить, як саме буде здійснюватися процес управління персоналом.

Принципи управління персоналом – це правила, основні положення і норми, якими повинні слідувати керівники і фахівці в процесі управління персоналом. У науковій і навчальній літературі існують різні підходи визначення принципів управління персоналом. Відомо, що принципами раціонального управління були сформовані та обґрунтовані її основоположниками наукового менеджменту – Ф. Тейлором, Г. Емерсоном, А. Файолем (табл. 1).

Таблиця 1 – Принципи раціонального управління

4 Принципи Фредерика Тейлора	
1	2
Назва	Характеристика
Перший принцип	науковий підхід до виконання кожного елемента роботи
Другий принцип	науковий підхід до підбору, навчання та тренування робітника
Третій принцип	кооперація з робітниками
Четвертий принцип	розподіл відповідальності за результати праці між менеджерами і працівниками
12 Принципів Гаррінгтона Емерсона	
Назва	Характеристика
1. Точно поставленні ідеали або цілі	до досягнення яких прагне кожен керівник і його підлеглі на всіх рівнях управління
2. Здоровий глузд	підхід з позицій здорового глузду до аналізу кожного нового процесу з урахування перспективних цілей
3. Компетентна консультація	Необхідність спеціальних знань і компетентних порад з усіх питань, пов'язаних з виробництвом і управлінням
4. Дисципліна	підпорядкування всіх членів колективу встановленим правилам і розпорядком

5. Справедливе ставлення до персоналу.	принцип соціальної справедливості. «Краще працюєш – краще живеш
6. Швидкий, надійний, повний, точний і постійний облік	забезпечення керівника необхідними відомостями. Іншими словами принцип зворотного зв'язку. Неправильний облік, порушення зворотного зв'язку веде до збоїв роботи системи управління
7. Диспетчеризація	забезпечує чітке оперативне управління діяльністю колективу
8. Норми і розклад	дозволяють точно вимірювати всі недоліки в організації та зменшувати викликані ними втрати
9. Нормалізація умов	забезпечує таке поєднання часу, умов і собівартості, при якому досягаються найкращі результати
10. Нормування операцій	пропонує встановлення часу і послідовності виконання кожної операції
11. Письмові стандартні інструкції	забезпечують чітке закріплення всіх правил виконання робіт
12. Винагорода за продуктивність	спрямоване заохочування праці кожного працівника
<b>14 Принципів Анрі Фойоля</b>	
1. Поділ праці	спеціалізація робіт за рахунок скорочення кількості цілей, на які має спрямовувати свою увагу і зусилля працівник
2. Повноваження і відповідальність	кожному працюючому мають бути делеговані повноваження, достатні для того, щоб нести відповідальність за виконання роботи
3. Дисципліна	працівники повинні підкорятися умовам договору між ними і керівництвом, менеджери повинні застосовувати справедливі санкції до порушників порядку
4. Єдиноначальність	працівник отримує вказівки і звітує лише перед одним безпосереднім начальником, що забезпечує ієрархію управління
5. Підпорядкованість інтересів	інтереси організації превалюють над інтересами індивіда
6. Винагорода персоналу	справедлива винагорода за добру працю
7. Централізація	єдиний порядок в організації, що має центр керування, шляхом делегування прав
8. Скалярний ланцюг	нерозривний ланцюг команд, по якому передаються та здійснюються комунікації між всіма рівнями ієрархії
9. Порядок	робоче місце – для кожного працівника і кожний працівник на своєму місці
10. Справедливість	реалізація встановлених правил і узгодження на всіх рівнях скалярного ланцюгу
11. Стабільність персоналу	установка працівникам на лояльність до організації і на довготривалу роботу. Плинність кадрів знижує роботу
12. Ініціатива	заохочення незалежних суджень у працівників в межах делегованих їм повноважень і виконуваних робіт
13. Кооперативний дух	гармонія інтересів персоналу і організації, єдність зусиль
14. Єдність дій	усі дії, що мають єдину мету, повинні бути об'єднані в групи, і здійснюватися за єдиним планом

*Джерело: складено на основі [1-2]*

Усі вищеперераховані принципи і на сьогодні не втратили своєї актуальності і задача менеджера полягає в тому, щоб знайти їм розумне застосування, а головне – правильно співвіднести їх між собою, розглядаючи, як одну цілісну систему.

Література: 1. 12 принципів Гаррінгтона Емерсона. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.industrialnet.com.ua/garr-ngton-emerson/> 2. 14 принципів адміністративного управління Анрі Фойоля. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://teenbiz.ru/?p=145>

## **СВІТОВИЙ ДОСВІД ВИКОРИСТАННЯ ТЕХНОЛОГІЇ ЛІЗИНГУ ПЕРСОНАЛУ**

Аспірант, викладач Устіловська А.С.,  
здобувач вищої освіти Устіловська-Михаліна О.С.  
*Харківський національний університет будівництва та архітектури*

Що таке лізинг? Перш за все, це оренда. Варто відзначити, що лізинг персоналу, не дивлячись на дослівний переклад з англійської, різновидом лізингу як оренди не є, оскільки людина може бути лише суб'єктом, а не об'єктом правових відносин.

Лізинг персоналу – це специфічна форма оренди робочої сили, яка передбачає надання лізингодавцем лізингоотримувачу робочої сили у тимчасове користування. Класична схема лізингу охоплює договірними відносинами три сторони: працівник (його представник), – лізингодавець – лізингоотримувач. У лізингу робочої сили єдиним її власником є працівник.

Основною передумовою виникнення і використання лізингу персоналу є невідповідність наявних в організації компетенцій потребам у них. Вирішити дану проблему можна шляхом розроблення програм зміни якісних і кількісних характеристик персоналу в організації. Якщо ж потреба у виконанні певного обсягу робіт має разовий або сезонний характер, а також компетенції працівників не відповідають необхідному, а додаткове навчання вимагатиме чимало фінансових ресурсів, то організація може залучити необхідних співробітників на умовах лізингу.

В цілому залучення персоналу на лізингових умовах вимагає обґрунтування економічної доцільності, що здійснюється шляхом порівняння витрат на залучення співробітника на умовах лізингу та інших альтернативних витрат на виконання певного комплексу робіт: прийняття працівника до штату, звернення до послуг спеціалізованих фірм і компаній тощо.

Лізинг персоналу успішно застосовується у практиці багатьох країн світу. Лідерами серед європейських країн за питомою вагою працівників, зайнятих на умовах лізингу, у загальній кількості зайнятих працівників є Ірландія, Італія, Греція і Франція.

Лізинг персоналу поділяють на короткостроковий та довгостроковий.

Короткостроковий лізинг передбачає задоволення потреби лізингоотримувача в тимчасовому використанні персоналу. Така потреба виникає у роботодавця (лізингоотримувача) у зв'язку зі змінами у виробництві, сезонними роботами, відпускнуою кампанією, проектними роботами, виставками тощо. Короткостроковий лізинг базується на залученні працівників на умовах тимчасової зайнятості. Такий вид використання робочої сили, зокрема, фахівців, які незайняті, або зайняті неповністю чи бажають працювати за сумісництвом або понаднормово, учнів, студентів, вигідний як роботодавцю, так і найманому працівнику.

Використовуючи тимчасових працівників, роботодавці зменшують витрати на робочу силу за рахунок нижчої заробітної плати і обмеженого набору соціальних виплат цієї категорії зайнятих. Для персоналу тимчасова зайнятість дає можливість гнучкої системи зайнятості, отримання додаткового прибутку, можливість роботи в різних компаніях, що сприяє підвищенню кваліфікації, отримання соціальної забезпеченості. У разі короткострокового лізингу працівник одержує можливість

працювати на різних робочих місцях (посадах), що допомагає йому зробити професійний вибір.

Наприклад, у Бельгії молодих фахівців зобов'язують упродовж 10 років змінювати професійну спеціалізацію, тим самим здійснюється підготовка фахівця широкого профілю. В країнах ЄС питома вага тимчасових працівників становить у середньому 6-8 % робочої сили. Великі корпорації Японії широко практикують «здачу в оренду» на певний термін своїх працівників компаніям, які мають дефіцит робочої сили.

Довгостроковий лізинг передбачає професійний добір, відбір, а іноді профадаптацію працівника для його використання лізингоотримувачем упродовж тривалого часу. У США довгостроковим лізингом охоплюється щорічно близько 700 тис. осіб і не тільки робітників, а й фахівців з бухгалтерського обліку, менеджерів, програмістів. У результаті лізингоотримувачем лізинг професіоналів та адміністративного персоналу дозволяє заощаджувати не тільки робочий час, а й фінансові ресурси, позбавляє від проблем підготовки та перепідготовки кадрів.

Серед переваг залучення персоналу на умовах лізингу для організації-лізингоотримувача слід виокремити наступні:

- отримання кваліфікованого персоналу в необхідній кількості й за короткий проміжок часу;
- зменшення витрат на компенсаційні пакети (як правило, для тимчасових співробітників вони є значно меншими);
- зменшення обсягів ведення кадрової документації;
- відсутність простоїв, якщо тимчасовий співробітник захворів чи перебуває у відпустці, оскільки за договором агенція зобов'язана знайти йому заміну на даний термін без додаткової оплати;
- можливість на місце одних працівників брати інших, якщо перші через ті чи ті причини не підходять організації-замовнику лізингових послуг;
- зменшення витрат на підбір персоналу: за підбір працівника на постійну основу рекрутинговій агенції виплачують 2-3 місячних оклади, за підбір на умовах лізингу – менше одного;
- можливість продовжити випробувальний термін для співробітника без оформлення з ним трудових відносин;
- можливість зарахувати лізингового працівника до штату підприємства без додаткових витрат на підбір персоналу.

Для лізингового працівника є вигідною така форма працевлаштування з огляду на таке:

- можливість набути необхідний досвід вирішення різних завдань та роботи у різних умовах праці;
- надає можливість суміщати роботу з навчанням та набувати необхідного досвіду для студентів;
- працівникові не потрібно самому шукати роботу, агенція пропонує різні вакансії;
- стаж не переривається (працівник перебуває у постійному штаті агенції);
- можливість налагодити ділові контакти з багатьма організаціями.

Поряд з позитивними сторонами лізингу персоналу є й негативні моменти, зазначимо основні з них:

- Для організації замовника: ризик втрати конфіденційної інформації; невідповідність корпоративної культури організації-замовника у разі неправильного вибору провайдера лізингових послуг; проблема розподілу відповідальності між замовником і провайдером лізингових послуг у галузі охорони здоров'я, техніки безпеки, навчання персоналу.

- Для агенції-провайдера: після закінчення терміну дії договору агенція може певний період часу не отримувати замовлення на фахівців певної кваліфікації, проте вона має утримувати працівників, з якими укладено безстрокові трудові договори, або ж звільняти таких працівників.

Для зниження вірогідних ризиків між замовником і провайдером лізингових послуг має бути укладено договір, що враховуватиме умови аналогічного договору укладеного між провайдером і найманим працівником.

Література: Лізинг персоналу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://studfile.net/preview/5375950/page:3/>

## **АУТСОРСИНГ ЯК ОДНА З ОСНОВНИХ ПЕРСОНАЛ-ТЕХНОЛОГІЙ**

Аспірант, викладач Устіловська А.С., здобувач вищої освіти Чумак Е.В.  
*Харківський національний університет будівництва та архітектури*

Аутсорсинг (англ. outsourcing: out – зовнішній, що знаходиться за межами, source – джерело) - комплекс заходів, спрямованих на передачу підприємством певних процесів і функцій іншій організації. Загалом аутсорсинг – це використання чужих ресурсів.

Основні ознаки аутсорсингу:

- наявність договору про передачу функцій;
- довгостроковість угоди (понад рік);
- передача тільки неосновних (непрофільних) операцій;
- можливість передачі бізнес-процесів (бухгалтерський облік, підбір персоналу, технічне обслуговування).

Аутсорсингова компанія – організація, що приймає на себе функції, найчастіше є вузькоспеціалізованою, що підвищує якість обслуговування і рівень відповідальності. Такі компанії називають аутсорсинговими або аутсорсерами.

Існує безліч видів аутсорсингу – практично всі неосновні види діяльності можна передати на виконання аутсорсинговим компаніям.

Бухгалтерський. Однією з найпопулярніших форм аутсорсингу по праву вважається передача сторонньої організації бухгалтерського обліку і складання звітності на підприємстві. За результати несе відповідальність керівник підприємства-замовника послуг. Можливо кілька варіантів співпраці: складання звітності; ведення обліку; повне обслуговування (щоденний облік, звітність, створення і проведення первинних документів). В цілому аутсорсинг бухгалтерських послуг – зручна функція, що дозволяє не створювати бухгалтерію на підприємстві.

ІТ аутсорсинг. ІТ аутсорсинг має на увазі передачу досить широкого спектра функцій, пов'язаних з обслуговуванням комп'ютерів та іншої офісної техніки. Будь-яка послуга в цій сфері може бути віднесена або до обслуговування обладнання (ремонт принтера, моноблока і т.д.), або до програмного забезпечення (створення і супровід комп'ютерних програм). ІТ аутсорсинг найбільш поширений у всьому світі - це пов'язано з активізацією використання інформаційних технологій і високим вимогам до фахівців у даній сфері.

Аутсорсинг персоналу більш актуальний для великих підприємств, де можлива плинність кадрів. Питання управління персоналом є дуже витратними за часом і вартості. Спеціальні кадрові агентства можуть взяти на себе функції найму персоналу, розрахунку податкового навантаження, пов'язаної з заробітною платою, розрахунку премій і компенсацій. Розрахунок заробітної плати набагато рідше стає об'єктом аутсорсингових послуг. Відповідальність за якість роботи персоналу кадрове агентство не несе.

**Юридичний.** Юридичний аутсорсинг зручний для середніх і малих компаній. Спеціальна аутсорсингова компанія буде здійснювати обслуговування з податкового та трудового права. Також на аутсорсинг можна винести реєстрацію, реорганізацію та ліквідацію юридичних осіб. Висока кваліфікація юристів аутсорсингових компаній дозволяє повністю передати юридичні функції. Штатний юрист, швидше за все, обійдеться дорожче стороннього фахівця, так як трудове навантаження на фахівця зазвичай невисока.

**Логістичний.** Логістичний аутсорсинг також називають транспортним. Він має на увазі передачу функцій перевезення сторонньої організації. Це зручно для тих підприємств, які користуються логістичними послугами час від часу і немає потреби утримувати власну логістичну службу. Логістична компанія візьме на себе функції складування запасів і готової продукції, їх транспортування. Всі процеси, пов'язані з перевезенням і складуванням також входять в компетенцію транспортної компанії.

**Промисловий (виробничий).** Виробничий аутсорсинг характерний для високотехнологічних підприємств. Компанії в сфері виробництва техніки і телекомунікацій передають сторонньої організації весь виробничий процес. Внаслідок цього знижується собівартість виготовлення, підвищується якість і надійність. Тим самим вони можуть зосередитися на просуванні існуючих товарів і розробці нових видів продукції. Переваги До головних переваг аутсорсингу відносяться: зниження витрат; скорочення чисельності персоналу; можливість концентрації на основній діяльності; отримання послуг більш високої якості; розподіл відповідальності. До аутсорсингу слід звертатися, якщо оплата послуг сторонньої компанії буде вигідніше змісту власного відділу. Тобто витрати на аутсорсера будуть нижчі за витрати на штатного співробітника. Основною перевагою аутсорсингу є можливість сконцентруватися на основній діяльності. Так частина неосновних функцій передається іншій організації, це дозволяє заощадити ресурси, які направляються на розвиток підприємства.

## **ВНУТРІШНІЙ МАРКЕТИНГ ПЕРСОНАЛУ**

Аспірант, викладач Устіловська А.С.,  
аспірант, асистент Шишко Н.С.

*Харківський національний університет будівництва та архітектури*

В умовах сучасної трансформації економіки все більшої уваги набувають інноваційні підходи до управління підприємством та його ринковою діяльністю. З кінця ХХ сторіччя набуває особливого інтересу внутрішній маркетинг, який останнім часом викликає все більше суперечностей серед теоретиків та практиків маркетингу. Внутрішній маркетинг фокусує увагу на відносинах та процесах всередині компанії, об'єктом яких є персонал організації. В результаті, концепція концентрується на діях персоналу та розглядає їх як «внутрішніх клієнтів». Комерційна оцінка всіх внутрішніх ресурсів, а особливо персоналу підприємства, є ключовим фактором для набуття конкурентної переваги в сучасних умовах. Відношення до персоналу підприємства як до капіталу, управління, розвиток та збільшення його вартості є початком для нової маркетингової парадигми. У широкому розумінні сутність внутрішнього маркетингу розкривається крізь призму філософії й методів традиційного маркетингу по відношенню до специфічного ресурсу – персоналу фірми. Внутрішній маркетинг (internal marketing) в літературних джерелах іноді ототожнюється з такими поняттями, як внутрішньофірмовий, внутрішньокорпоративний чи внутрішньоринковий маркетинг і розглядається як одна з функцій маркетингу послуг. Внутрішній маркетинг персоналу – діяльність організації, направлена на різні цільові групи діючих працівників, з метою виявлення їх потреб, запитів і ступеня задоволеності умовами праці, перспективами



професійно-кваліфікаційного і посадового росту. Результат такої роботи націлений на вирішення завдань ефективного використання наявного людського капіталу. Таким чином, внутрішній маркетинг, в першу чергу, є системою відносин з контактним персоналом з приводу підвищення якості послуг, що надаються через постановку і реалізацію цілей і завдань, використовуючи окремі елементи цієї системи. Вихідною точкою може вважатися сучасне бачення змісту елементів внутрішнього маркетингу представниками української школи маркетингу. За аналогією з традиційним маркетингом і моделлю маркетингової концепції МакКартні «4P». Першим і ключовим елементом будь-якого маркетингового комплексу є продукт. Робота, запропонована організацією співробітнику – внутрішній продукт. Розробка внутрішнього продукту (роботи) включає в себе наступні елементи: відбір відповідного персоналу; ефективне внутрішнє навчання; правильний розподіл повноважень і обов'язків; створення умов роботи в команді. Наступним елементом комплексу внутрішнього маркетингу є ціна. Оплата – ціна внутрішнього продукту. Варто відзначити, що внутрішньо маркетингова «ціна» не є рівноцінною до заробітної плати працівників що сплачує їм компанія у виді компенсації їх трудової сили, а навпроти це «те, що ми вимагаємо від своїх внутрішніх клієнтів у якості «оплати», коли вони «купають» продукт та включаються в участь у маркетинговому плані». Визначення ціни внутрішнього продукту засноване на тому, що одержувані співробітниками вигоди від роботи повинні бути більше цієї альтернативної вартості, тобто співробітники повинні розуміти, що на цій роботі вони отримують більше матеріальних, соціальних та інших вигод, ніж могли б отримати на іншій роботі. Тільки в цьому випадку організація може розраховувати на задоволений персонал, який виконує якісну роботу. Третім елементом комплексу внутрішнього маркетингу-мікс є місце або так званий «розподіл» чи «дистрибуція». Місце (розподіл) – спосіб доведення внутрішнього продукту до його споживача (співробітника). Можна використовувати термін «внутрішньо маркетингове місце» як сукупність просторів, процесів, людей та рішень (управлінських, технологічних, тощо) у рамках конкретної організаційної структури та корпоративної культури, які складають платформу для відносин «компанія-працівник» у процесі досягнення стратегічних цілей організації та забезпечують надійність, відкритість та прозорість цих взаємовідносин обоюдно. Останнім елементом внутрішньо маркетингового комплексу є просування, що набуває найбільш видимого прояву у формі внутрішніх комунікацій та звернень. Просування внутрішнього продукту – це формування корпоративної культури, сприяє задоволенню потреб внутрішніх клієнтів, створення системи ефективних взаємовідносин між внутрішніми клієнтами і внутрішніми постачальниками, між внутрішніми клієнтами та зовнішніми клієнтами, розвиток внутрішніх комунікацій і інших елементів внутрішнього PR. Наведені вище елементи відображають саму сутність концепції внутрішнього маркетингу. Саме із цих елементів формуються програми внутрішнього маркетингу як на рівні вищого менеджменту, так і в управлінні відділами чи просуванні персоналії або суб'єктивних ідей. Подальший розвиток даного комплексу вбачає появу внутрішньо маркетингових моделей та стратегій взаємодії даних елементів, відповідно до вихідних умов та бажаних результатів. Формування і розвиток систем управління внутрішнім маркетингом на підприємстві в сучасних умовах є необхідною умовою для досягнення ринкових цілей підприємства. Успішність функціонування підприємств показує, що без системного застосування ними інструментів внутрішнього маркетингу неможливо ефективно вирішити проблему підвищення їх конкурентоспроможності. Отже, успішне функціонування внутрішнього маркетингу залежить від усвідомлення кожним співробітником власних функцій у процесі постановки і подальшого здійснення внутрішнього маркетингу, тому підприємство, яке неухильно збирається використати переваги сучасного маркетингового підходу, мусить зробити акцент на активізації творчого та інноваційного потенціалу, та постійно докладати зусилля для

покращання внутрішньокорпоративного клімату в підприємстві та професійної узгодженості між різними відділами.

Література: Мазур Н., Братко О. / Внутрішній маркетинг в системі управління персоналом // [Електронний ресурс] / Н. Мазур, О. Братко – Режим доступу: <http://dspace.tneu.edu.ua/bitstream/316497/4135/1/%D0%9C%D0%B0%D0%B7%D1%83%D1%80.pdf>

## ІННОВАЦІЙНІ МЕТОДИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ В АСПЕКТІ ПРАКСЕОЛОГІЧНОГО ПІДХОДУ

Аспірант, викладач Устіловська А.С.  
*Харківський національний університет будівництва та архітектури*

Класичні методи управління персоналом поділяються на адміністративні, економічні та соціально-психологічні.

А.О. Касич та О.А. Бурба виділяють наступні інноваційні методи: методи підбору персоналу, методи оцінки діяльності, управління кар'єрою, методи системи винагороди, методи навчання [1].

На думку автора, з огляду на праксеологічний підхід, доцільно внести в дану класифікацію ще одну складову «методи формування ефективної поведінки персоналу»(табл. 1).

Таблиця 1 - Класифікація інноваційних методів управління персоналом

Класифікація інноваційних методів управління персоналом	Інноваційні методи
1	2
Підбор персоналу	Аутсорсинг, аутстафінг, лізінг персоналу, хедхантинг, рекрутинг, скрининг.
Оцінка діяльності	Автоматизація інформаційної системи управління персоналом, системи таємного контролю працівника.
Управління кар'єрою	Реінженерінг, розробка та застосування кар'єраграм тощо.
Система винагород	Внутрішній маркетинг, застосування преміального фонду, що стимулює такі якості персоналу, як креативність та інноваційність.
Навчання	Тренінги, коучинг, самонавчання, E-learning, кейс стаді.
Методи формування ефективної поведінки персоналу	Альтер-его, сесія питань, символ, виклик, метод SCAMPER, метод провокацій, рефреймінг, метод інверсії та інші.

Введена автором в класифікацію група методів дозволить здійснювати безперервний процес (планування, наймання, оцінювання, розвиток та мотивація) впливу керівництва підприємства на інтереси, поведінку й діяльність працівників (які мають виробничі відносини з роботодавцем, кваліфіковані або некваліфіковані, можуть мати досвід чи не мати його на момент заключення трудового договору), з використанням новостворених і (або) вдосконалених способів впливу з метою досягнення тактичних та стратегічних цілей підприємства:

- «Альтер-его» (вирішення будь-якого питання з точки зору відомої людини).  
Для того, щоб вирішити конкретну проблему за цим методом, необхідно подивитись на

неї очима історичної особи, персонажу книги, видатного спеціаліста в певній сфері, відомого корпоративного лідера. Застосування цього методу дозволяє спрогнозувати рішення, використовуючи стиль та ідеї відомих особистостей.

- «Сесія питань» (мозковий штурм, мінімум критики, максимум свободи думки). Представляє собою обговорення ряду попередньо сформульованих питань у форматі мозкового штурму (брейнстормінгу) з повною свободою висловлювань думок без обтяження критикою.

- «Символ» (представлення проблеми чи питання певним символом, який максимально відповідає цій проблемі; кожний елемент символу може бути відповіддю на питання). За цією методикою керівник формулює проблему та пропонує групі працівників придумати аналогію у вигляді певного символу, який би максимально відповідав висунутій проблемі по суті та характеру. За складеним списком атрибутів даного символу група продумує способи їх застосування для вирішення проблеми.

- «Виклик» (керівник формує уявну проблему, а персонал повинен вирішити її без будь-якої допомоги). За цим методом керівник кидає виклик підлеглим, впливаючи на їх підсвідоме бажання довести свою спроможність самостійно вирішувати проблеми та приймати рішення.

- «Метод SCAMPER» (вирішення проблеми шляхом заміни, комбінації, адаптації, модифікації, застосування, ліквідації, створення протилежності). Назва методу включає перші букви дій, які потрібно зробити персоналу над продуктом, послугою чи явищем в організації. Це дозволить знайти безліч несподіваних ідей для модифікації існуючих та створення нових продуктів чи послуг.

- «Метод провокацій» (пошук вигоди від незвичайних, навіть безглузких ідей). Цей метод сприяє генеруванню серед персоналу ідей, які виходять за межі стандартних моделей мислення і особливо корисний, коли підприємство хоче створити абсолютно новий товар, розпочати новий бізнес.

- «Рефреймінг» (використовується для вирішення важливих бізнес-проблем). Найбільш поширеною формою рефреймінгу є оцінка працівниками проблеми з точки зору людей різних професій. Керівник доручає підлеглим грати різні ролі при критичній оцінці різних складових продукту чи послуги підприємства та вислуховує їх думку, фіксуючи нові ідеї.

- «Метод інверсії» (пошук раціональних рішень проблеми при аналізі протилежного завдання). За цим методом керівник ставить перед підлеглими завдання, протилежне тому, яке він хоче вирішити. В результаті можна отримати перелік дій та рішень, які не допустимі для даного продукту чи послуги і використати ці знання для їх покращення. Цей метод дозволяє працівникам побачити те, чого б вони не помітили при прямому формулюванні проблеми.

Література: 1. Касич А. О., Бурба О. А. Інноваційні підходи в практиці управління персоналом конкурентоспроможного підприємства *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія : Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. Ужгород, 2017. Вип. 16 (1). С. 130-134.

## **ІНСТРУМЕНТАРІЙ ДЕРЖАВНОЇ ПІДТРИМКИ РОЗВИТКУ МАЛОГО І СЕРЕДНЬОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ**

Канд. екон. наук Фролова Н. Л.  
*Навчально-науковий інститут «Каразінська школа бізнесу»  
Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна*

Недосконалість інституційного забезпечення державного регулювання розвитку малого та середнього підприємництва в країні, обтяжлива фіскальна система, обмеженість та низька дієвість важелів державної підтримки розвитку суб'єктів малого

та середнього бізнесу зумовило скорочення даного сектору економіки і зниження підприємницької активності в цій сфері. На сьогодні активізація розвитку суб'єктів малого та середнього підприємництва в Україні потребує врахування світових імперативів розвитку цього сектору і досвіду стимулювання його якісного зростання з метою визначення дієвих важелів державної підтримки розвитку малого та середнього бізнесу в країні.

Наразі державна підтримка малого та середнього підприємництва в Україні має доволі узагальнений і фрагментарний характер, зокрема відсутні чітко визначені орієнтири розвитку суб'єктів цієї сфери і конкретні інструменти державної підтримки їх досягнення. Оскільки увага держави зосереджена на підтримці виключно галузей агропромислового комплексу, зокрема сільського господарства, що в значній мірі зумовлено сировинною зорієнтованістю розвитку національної економіки та експортної діяльності країни. Зокрема найбільш застосовуваними інструментами державної підтримки підприємств сільського господарства є надання кредитів, у т.ч. за зниженими відсотковими ставками, фінансова підтримка сільськогосподарських виробників, проведення державних виставкових заходів і надання іншого роду пільг.

На противагу вітчизняній практиці державної підтримки розвитку малого та середнього підприємництва, у провідних країнах світу державна підтримка розбудови сектору малого та середнього бізнесу зосереджена на забезпеченні його цифрової трансформації, розвитку інноваційного підприємництва та стартап-компаній, активізації науково-дослідної діяльності, розвитку електронної торгівлі і стимулюванні інтернаціоналізації бізнесу.

Тобто, на глобальному рівні відбувається зміщення точок зростання малого та середнього бізнесу і в цьому випадку держава має сконцентрувати наявний потенціал на активізації цих процесів. З огляду на світовий досвід, пріоритетами розвитку малого та середнього підприємництва сьогодні мають стати забезпечення цифрової трансформації бізнес-процесів, активізація інтернаціоналізації бізнесу, формування високотехнологічного сектора в цій сфері, розвиток інноваційного підприємництва і стартап-компаній. У цих умовах вкрай вагомим значення набуває формування інструментів державного регулювання малого та середнього підприємництва, що сприятимуть розбудові сектору малого та середнього бізнесу в країні і досягненню визначених пріоритетів розвитку суб'єктів цієї сфери.

Відтак до пріоритетних інституційно-правових інструментів державного регулювання малого та середнього підприємництва в розрізі ключових напрямів розвитку цієї сфери слід віднести: програми цифрової трансформації; нормативно-правове забезпечення цифрового розвитку; електронне урядування; гармонізація законодавства у сфері малого та середнього підприємництва з міжнародними нормами права; дорожні карти розвитку експортного потенціалу; преференційні торговельні угоди; стратегія розвитку високотехнологічного сектора; програми виробничої кооперації великого бізнесу і суб'єктів малого та середнього підприємництва; участь у міжнародних угодах трансферу технологій; мінімізація адміністративного та фіскального тиску на суб'єкти малого та середнього підприємництва; захист прав інтелектуальної власності; спрощення ліцензійно-дозвільних процедур.

Серед бюджетно-податкових інструментів регулювання пріоритетного значення набувають такі: субсидування впровадження цифрових технологій; податкові преференції; грантова підтримка цифровізації бізнес-процесів у сфері малого та середнього підприємництва; державне гарантування боргових зобов'язань експортера; державне страхування експортних операцій суб'єктів малого та середнього підприємництва; пільгові експортні кредити; часткова компенсація витрат на модернізацію виробничої бази; цільові субсидії на впровадження нових технологій; державні та регіональні замовлення; бюджетне цільове фінансування; пільги та субсидії

для розвитку інноваційного підприємництва; часткова компенсація відсоткових ставок за кредитами малого та середнього підприємництва.

Фінансово-інвестиційні інструменти регулювання включають: грантові програми у сфері цифрового розвитку; пільгове кредитування суб'єктів малого та середнього підприємництва; мікрофінансування цифрового розвитку бізнесу; кредитування, гарантування і страхування експортних операцій; форфейтинг; акціонування; лізингові та факторингові програми; інвестиційне кредитування; відстрочка кредитних платежів у перші місяці реалізації інвестиційного проекту; проектно-грантова форма фінансування проектів; мікрокредитування розвитку інноваційного підприємництва; краудфандинг та венчурне фінансування суб'єктів малого та середнього підприємництва.

До числа пріоритетних інституціонально-інфраструктурних інструментів регулювання слід віднести: розбудова центрів трансферу та комерціалізації технологій; активізація торгових представництв в інших країнах і створення мережі експортно-кредитних агентств; розбудова індустріальних та технологічних парків; формування локальних виробничих систем; формування фондів розвитку інновацій та активізація бізнес-інкубаторів у сфері малого та середнього підприємництва.

Серед інформаційно-консультативних інструментів регулювання пріоритетними є такі як: конференції та форуми з питань цифрового розвитку бізнесу; віртуальні платформи з інформаційно-консультативного забезпечення цифрової трансформації бізнесу; тренінги, конференції, форуми з питань інтернаціоналізації вітчизняних суб'єктів малого та середнього підприємництва; віртуальні платформи міжнародного співробітництва; інформаційно-консультативні заходи з питань розвитку високотехнологічних виробництв; виставки та ярмарки інноваційно-технологічних розробок; віртуальні платформи міжгалузевої співпраці; тренінги, конференції, форуми з питань розвитку інноваційного підприємництва і стартап-компаній; віртуальні платформи розвитку інноваційного підприємництва і стартапів у сфері малого та середнього підприємництва.

Таким чином, дослідження світового досвіду стимулювання розвитку суб'єктів малого та середнього бізнесу і вивчення вітчизняної практики використання зазначених важелів дозволив виділити пріоритетні інструменти державного регулювання розвитку суб'єктів малого та середнього бізнесу, реалізація яких дозволить забезпечити їх стабільне зростання на основі масштабної цифровізації бізнес-процесів, поглиблення інтернаціоналізації бізнесу, формування високотехнологічного сектору і стимулювання розвитку інноваційного підприємництва та стартап-компаній у цій сфері.

## **ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА ЯК ПЕРЕДУМОВА СТАЛОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА**

*Здобувач ступеня «магістр» Худещенко А.І., канд. екон. наук, доц. Ларка Л.С.  
Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»*

Підприємство є соціально-економічною системою, яка постійно контактує із зовнішнім середовищем, тому при розробленні стратегії його розвитку значну увагу слід приділяти питанням забезпечення економічної безпеки. Досягнення цільового рівня економічної безпеки підприємства є можливим лише за умови застосування сучасних методичних підходів при плануванні цілей та завдань за усіма рівнями управління підприємством.

Підприємство не може стало розвиватися, перебуваючи у зоні підвищеної економічної небезпеки. Низький рівень економічної безпеки підприємства супроводжується такими негативними проявами, як:

– підвищення ймовірності банкрутства;

- скорочення ділової активності;
- втрата фінансової незалежності;
- недостатній рівень платоспроможності;
- плінність кадрів;
- втрата цільових ринків;
- зниження інвестиційної привабливості.

Названі прояви є лише верхівкою айсбергу, наслідками певних недоліків у сфері планування, організації, мотивації та контролю. Безперечно, значна кількість факторів, що знижують рівень економічної безпеки підприємства, є екзогенними за походженням, тому підприємству залишається лише пристосовуватися до них, застосовуючи захисні стратегії.

Для того, щоб підтримувати необхідний рівень економічної безпеки підприємства, потрібно постійно удосконалювати основні бізнес-процеси, впровадження інновацій повинно стати нормою життя, оскільки скорочення життєвих циклів продукції обумовлюють необхідність прискорення оновлення асортименту продукції, впровадження прогресивних технологій, підвищення кваліфікації кадрів, пошук креативних маркетингових ходів тощо.

Розглянемо більш детально заходи щодо підвищення основних складових економічної безпеки, які повинні забезпечити сталий розвиток підприємства.

Фінансова складова економічної безпеки:

- зменшення поточних зобов'язань з метою підвищення платоспроможності;
- моніторинг показників фінансової незалежності з метою своєчасного виявлення критичних фінансових ризиків, вплив яких може призвести до банкрутства підприємства;
- аналіз структури дебіторської заборгованості з метою зменшення частки безнадійної заборгованості;
- аналіз коефіцієнту оборотності дебіторської та кредиторської заборгованостей з метою удосконалення управління обіговими коштами підприємства.

Інтелектуальна складова економічної безпеки:

- своєчасне оформлення документів на право інтелектуальної власності з метою мінімізації суперечок з цього приводу;
- підвищення кваліфікації співробітників підприємства, які займаються питаннями охорони прав інтелектуальної власності.

Кадрова складова економічної безпеки:

- постійне підвищення кваліфікації співробітників підприємства з метою мінімізації управлінських помилок, зменшення рівня браку продукції тощо;
- підвищення корпоративної культури на підприємстві з метою підвищення згуртованості колективу;
- впровадження прозорої системи мотивації персоналу з метою підвищення продуктивності праці співробітників та мінімізації конфліктів;
- удосконалення соціального захисту співробітників з метою мінімізації плінності кадрів.

Технологічна складова економічної безпеки:

- підвищення ефективності використання основних засобів підприємства;
- оновлення виробничих фондів з метою оптимізації технологічних процесів;
- впровадження інновацій у виробничі процеси з метою скорочення виробничих витрат.

Інформаційна складова економічної безпеки:

- уніфікація основних документів підприємства з метою удосконалення документообігу;
- розроблення систем моніторингу основних напрямів діяльності підприємства з метою своєчасного виявлення можливостей и загроз.

Екологічна складова економічної безпеки:

- впровадження заходів з мінімізації забруднення навколишнього середовища як наслідок соціальної відповідальності підприємства;
- своєчасне оформлення усіх дозвільних документів на виробництво продукції з метою запобігання виплаті штрафів за забруднення навколишнього середовища.

Силова складова економічної безпеки:

- утримання власної служби безпеки на підприємстві з метою запобігання розкрадання майна та виникнення надзвичайних ситуацій;
- впровадження систем контролю за діяльністю персоналу з метою запобігання травматизму.

Ринкова складова економічної безпеки:

- періодичне проведення маркетингових досліджень з метою своєчасного виявлення суттєвих змін у платоспроможному попиті на продукцію підприємства;
- моніторинг за діяльністю конкурентів з метою діагностування їх ринкової поведінки та розроблення адекватної конкурентної стратегії;
- планування рекламної кампанії підприємства з метою забезпечення постійного обсягу реалізації продукції підприємства;
- впровадження гнучкої цінової політики з метою підвищення обсягів реалізації продукції підприємства;
- розширення співробітництва з посередниками з метою підвищення ефективності збутової діяльності підприємства.

Література: 1. Ларка Л.С. Економічна безпека як індикатор якості економічного управління підприємством / Л.С. Ларка, А.О. Маркіна, А.С. Мещерякова // Вісник НТУ «ХПІ» (економічні науки). – Харків: НТУ «ХПІ». – 2018. № 19 (1295). – С. 72 - 79.  
2. Коваленко О.В. Підходи до визначення поняття економічної безпеки підприємства / О. В. Коваленко, Л. В. Лисенко [електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.zgia.zp.ua/gazeta/evzdia\\_7\\_028.pdf](http://www.zgia.zp.ua/gazeta/evzdia_7_028.pdf). – Дата звернення: 07.05.2020 р.  
3. Колодяжна І. В. Економічна безпека в системі сталого функціонування підприємства / І. В. Колодяжна, К. А. Букріна [електронний ресурс]. – Режим доступу: [23\\_1\\_2019ua/30.pdfwww.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/](http://23_1_2019ua/30.pdfwww.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/) – Дата звернення: 07.05.2020 р.

## ОСОБЛИВОСТІ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ СПІВПРАЦІ УКРАЇНИ ТА КИТАЮ

Ас. Цзян Пань

*Навчально-науковий інститут «Каразінська школа бізнесу»  
Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна*

Сьогочасні глобальні тенденції демонструють поступове подолання інституційних, митних, торговельно-економічних та комунікаційних бар'єрів співпраці країн, що виступає базисом для налагодження взаємовигідних відносин між ними і реалізації країнами спільних інвестиційних проектів їх розвитку. Україна як учасник глобальної екосистеми також наслідуючі у світовому економічному середовищі тренди і приділяє активну увагу розширенню її міжнародних комунікаційних зв'язків зі світовими економічними лідерами.

Наразі колосальні резерви криються в поглибленні співпраці України та Китаю, який останніми роками реалізує політику зовнішньої відкритості і розширення взаємовигідної співпраці з іншими країнами. З огляду на масштаби проектів, що реалізуються Китаєм як у межах окремих країн, так і на світовому рівні, вагомого значення на сьогодні набуває розширення меж інвестиційної співпраці України та Китаю і реалізації ними спільних інвестиційних проектів.

Починаючи з 2006 р. і до сьогодні Китай займає лідируючі позиції на світовому рівні і виступає ключовим драйвером зростання глобальної економіки. За останні роки економіка Китаю збільшилася з 4,6 трлн дол. (2008 р.) до 13,6 трлн дол. (2018 р.). За підсумками 2018 р. вартісний вимір світової економіки досягав 85 трлн дол., а внесок власне Китаю склав 27,5 % [1; 2].

З огляду на темпи економічного зростання країни Китай на сьогодні виступає найбільш активним інвестором, що ініціював реалізацію низки важливих інфраструктурних проектів. За період 2005-2019 рр. Китай інвестував близько 1,2 трлн дол. у більш ніж 1600 інвестиційних проектів інших країн, у т. ч. в економіку України близько 1 % (9 млрд дол.). Найбільш перспективними галузями для інвестування за вказаний період для китайських компаній стали енергетика (392,1 млн дол.), металургія (147,5 млн дол.), транспорт (129,9 млн дол.), нерухомість (102,3 млн дол.) і агросектор (83,5 млн дол.) [3].

Найбільш масштабним інфраструктурним проектом Китаю стала ініціатива «Економічний пояс Великого шовкового шляху», спрямована на формування для Китаю та сусідніх країн спільного простору для їх стабільного зростання. Такого роду співпраця ґрунтується на покращенні політичної консультаційної взаємодії країн, розбудові єдиної транспортно-логістичної мережі і покращенні стану транскордонної інфраструктури, поглибленні торговельно-інвестиційної співпраці, покращенні соціальної взаємодії населення тощо. У рамках першого форуму «Один пояс, один шлях», проведеного Китаєм у травні 2017 р., було виділено 270 проектів, націлених на реалізацію зазначеної ініціативи, а до 2020 р. кількість таких проектів мала досягнути близько 1700 од.

Україна також мала стати активним учасником реалізації вище зазначеної ініціативи в рамках розбудови інфраструктурної мережі між Азією та Європою, а також країна розглядалася Китаєм як стратегічний партнер для реалізації спільних проектів у галузях промисловості, у т. ч. авіабудування, енергетики, сільського господарства тощо. Попри це, подальші несприятливі події політичного і економічного характеру, що відбулися в Україні, дискредитували її на міжнародному рівні і на тлі невиконання Україною взятих вимог у рамках плану дій Україна – КНР, її участь у реалізації такого масштабного проекту набула суто декларативної ролі. Зокрема на сьогодні транзитні вантажні потоки, що мали прямувати територією України, наразі здійснюються територією Білорусії.

Однак, слід акцентувати увагу і на позитивній практиці реалізації інфраструктурних проектів на території України, ініційованих Китаєм, зокрема в таких сферах як інфраструктура, енергетика, сільське господарство. Загалом за останні десять років було започатковано реалізацію багатьох проектів. Проте, практично вдалося впровадити лише деякі з них. Так, наприклад, більшість проектів, започаткованих у 2011-2014 рр. так і не було реалізовано. Серед реалізованих проектів, слід відзначити такі основні з них:

- запуск китайською компанією Cofco Corporation терміналу з перевалки зернових і олійних культур у Миколаївській області (ініційовано проект у 2016 р., загальний обсяг інвестицій 75 млн дол.);

- кредитування китайською компанією China Energy Engineering Corporation будівництва Дністровської ГЕС (ініційовано проект у 2018 р., загальний обсяг інвестицій 500 млн дол.);

- спільний проект Sinomach (Китай) та ДТЕК (Україна) щодо будівництва Нікопольської сонячної електростанції потужністю 200 МВт (ініційовано проект у 2018 р., загальний обсяг інвестицій 210 млн дол.) тощо.

Деякі з проектів знаходяться на стадії реалізації, зокрема спільний проект Power China (Китай) і Scatec Solar (Норвегія) щодо будівництва сонячної електростанції в Миколаївській області (115 млн дол.), проект китайських компаній щодо інвестування



розвитку індустріального парку Chortkiv-West, зокрема заплановано будівництво заводу з переробки кукурузи, а згодом і трьох заводів з виробництва харчових добавок (200 млн дол.) тощо. Також, за деякими з проектів тривають переговори між українською та китайською сторонами з точки зору досягнення консенсусу за деякими із спірних питань.

Таким чином, на сьогодні українсько-китайське співробітництво у напрямі спільної реалізації інвестиційних проектів слід вважати досить вдалим. Однак, потенціал інвестиційного співпраці країн наразі повноцінно так і не реалізовано. Покращення інвестиційного рейтингу України і нарощення інвестиційних потоків з Китаю потребує від української держави реалізації низки кроків, спрямованих на нівелювання інституційних бар'єрів, розроблення дорожньої карти інноваційно-інвестиційного співробітництва України та Китаю, запровадження гнучких механізмів залучення іноземних інвестицій і загалом створення сприятливого інвестиційного клімату в країні, покращення ділового клімату і зменшення бюрократичного і фіскального тиску на іноземних інвесторів, запровадження державних гарантій при реалізації спільних проектів, застосування дієвих фінансових інструментів активізації інноваційної співпраці країн.

Література: 1. За последние 70 лет Китай стал ведущим драйвером роста мировой экономики. *russian.news.cn: веб-сайт*. URL: [http://russian.news.cn/2019-08/30/c\\_138350792.htm](http://russian.news.cn/2019-08/30/c_138350792.htm) (дата обращения: 10.04.2020). 2. Китайский черный лебедь для мировой экономики и Украины. *nv.ua: веб-сайт*. URL: <https://nv.ua/biz/experts/riskimirovoy-ekonomiki-kakie-sobytiya-mogut-privesti-k-krizisu-v-sleduyushchem-godu-50061374.html> (дата обращения: 08.04.2020). 3. Украина – Китай: горизонт для инвестиций. *inventure.com.ua: веб-сайт*. URL: <https://inventure.com.ua/analytics/articles/ukraina-kitaj:-gorizonty-dlya-investicij> (дата обращения: 12.04.2020).

## ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МОДИФИЦИРОВАННОЙ ФОРМУЛЫ ДЮПОНА ПРИ ФАКТОРНОМ АНАЛИЗЕ ВЛИЯНИЯ НЕМАТЕРИАЛЬНЫХ АКТИВОВ НА РЕНТАБЕЛЬНОСТЬ СОБСТВЕННОГО КАПИТАЛА

Канд. экон. наук, доцент Чайка Т.Ю., студент Гасанов Вугар  
*Национальный технический университет  
 «Харьковский политехнический институт»*

Классическая модель Дюпона состоит из трех компонентов и позволяет оценить влияние на рентабельность собственного капитала (ROE, Return on Equity) таких факторов, как: 1) рентабельность продаж (ROS, Return on Sales), 2) оборачиваемость активов (TAT, Total Asset Turnover) и 3) финансовый леверидж (финансовый рычаг) (FL, Financial Leverage):

$$ROE = \frac{Net\ Income}{Net\ Sales} \cdot \frac{Net\ Sales}{Total\ Assets} \cdot \frac{Total\ Assets}{Equity} = ROS \cdot TAT \cdot FL \quad (1)$$

где *Net Income* – чистая прибыль, код строки 2350 (чистый убыток – код строки 2355) Отчета о финансовых результатах (Отчета о совокупном доходе);

*Net Sales* – выручка от продаж; код строки 2000 Отчета о финансовых результатах (Отчета о совокупном доходе);

*Total Assets* – общая сумма активов предприятия, код строки 1300 Баланса (Отчета о финансовом состоянии);

*Equity* – собственный капитал, код строки 1495 Баланса (Отчета о финансовом состоянии).

Факторный анализ на основе классической модели Дюпона позволяет определить пути максимизации прибыльности капитала, вложенного в компанию собственниками и акционерами [1].

Рассмотрим специфику применения модифицированной модели Дюпона, которая позволит также выделить влияние на рентабельность собственного капитала эффективности использования нематериальных активов. Как известно, интенсивность и качество использования нематериальных активов во многом определяют степень интеллектуальности и инновационности компании [2]. Поэтому анализ использования нематериальных активов очень важен с точки зрения принятия инновационных инвестиционных решений.

Модифицированная модель Дюпона позволяет провести анализ влияния нематериальных активов на рентабельность собственного капитала. Это четырехкомпонентная модель, которая включает следующие факторы: 1) рентабельность продаж (ROS, Return on Sales), 2) оборачиваемость нематериальных активов (IAT, Intangible Assets Turnover), 3) удельный вес нематериальных активов в общей сумме активов предприятия (IATA, Intangible Assets to Total Assets Ratio), 4) финансовый леверидж (финансовый рычаг) (FL, Financial Leverage) [3]:

$$ROE = \frac{Net\ Income}{Net\ Sales} \cdot \frac{Net\ Sales}{Intangible\ Assets} \cdot \frac{Intangible\ Assets}{Total\ Assets} \cdot \frac{Total\ Assets}{Equity} = ROS \cdot IAT \cdot IATA \cdot FL, (2)$$

где *Intangible Assets* – балансовая стоимость нематериальных активов, код строки 1000 Баланса (Отчета о финансовом состоянии).

Факторный анализ – один из наиболее распространенных инструментов дескриптивного моделирования [4], который позволяет выделить (элиминировать) влияние отдельных факторов на общий результат (результатирующий признак). Проведем факторный анализ рентабельности собственного капитала КПУ «Каховский водоканал» за 2018 – 2019 годы, применяя мультипликативную модель (2) и оценивая влияние факторов с помощью способа абсолютных разниц. В таблице 1 представлены данные о значениях рассматриваемых факторов влияния, а сводка влияния факторов представлена в таблице 2.

Таблица 1 – Значения рассматриваемых факторов влияния КПУ «Каховский водоканал» за 2018 – 2019 годы

Наименование показателя	2018	2019
ROS	2,21	2,66
IAT	18,69	20,90
IATA	0,11	0,10
FL	1,75	1,71

Таблица 2 – Сводка влияния факторов на изменение рентабельности собственного капитала КПУ «Каховский водоканал» за 2018 – 2019 годы

Фактор	Знак влияния	Размер влияния
Изменение рентабельности продаж	+	1,62
Изменение оборачиваемости нематериальных активов	+	1,13
Изменение удельного веса нематериальных активов в общей сумме активов предприятия	–	0,97
Изменение финансового левериджа	–	0,22
Итого	+	1,56

Факторы, которые по результатам факторного анализа, оказывают отрицательное влияние на рентабельность собственного капитала, могут рассматриваться в качестве источников резерва увеличения данного показателя.

Литература: 1. Абрамова А. С. Методичні підходи до проведення факторного аналізу рентабельності підприємства / А. С. Абрамова, В. І. Антонюк // Молодий вчений. - 2017. - № 11. - С. 1086-1091. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv\\_2017\\_11\\_263](http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2017_11_263) 2. Плікус, І.Й. Антикризисне управління підприємством на засадах ефективного використання інтелектуального капіталу та інтелектуальної власності / І.Й. Плікус // Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики: збірник наукових праць. – 2018. – Т.1.- № 24. – С. 163-169. 3. García y García, Jair Alejandro Intangible assets, influence on the return on equity - evidence from S&P 100 Index. Bragança, July 2018. Available online at: <https://bibliotecadigital.ipb.pt/bitstream/10198/18078/1/pauta-relatorio-141.pdf> 4. Побережна Н. М. Основи, принципи та інформаційне забезпечення аналізу фінансових результатів діяльності підприємства [Електронний ресурс] / Н. М. Побережна, Р. О. Побережний // Актуальні проблеми та перспективи розвитку обліку, аналізу та контролю в соціально-орієнтованій системі управління підприємством : матеріали 2-ї Всеукраїнської наук.-практ. інтернет-конф., 23 квітня 2019 р. / Полтав. держ. аграрна акад. – Електрон. текст. дані. – Полтава, 2019. – Ч. 2. – С. 209-211. – URI: <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/41835>

## **БЕНЧМАРКІНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ**

Канд. екон. наук, доц. Чайка І.П., Семьонова А.С., Гороховська Л.В.  
*Полтавський університет економіки і торгівлі*

Сьогодні багато українських підприємств різних галузей господарювання зазнають негативного впливу факторів зовнішнього середовища. В першу чергу це низка геополітичних факторів: неможливість держави контролювати частину власної території, бойові дії на прифронтових територіях, скорочення населення [1, с. 92], зниження його купівельної спроможності. Тому з метою зменшення витрат багато підприємств скоротили свої маркетингові бюджети, в тому числі і на проведення маркетингових досліджень. Та для забезпечення сталого розвитку підприємства останні життєво необхідні. Рішенням може стати використання бенчмаркінгу як інструменту маркетингових досліджень. У класичному визначенні бенчмаркінг трактується як спосіб оцінки стратегій і цілей роботи організації порівняно з першокласними підприємницькими організаціями для визначення свого місця на конкретному ринку [2, с. 80].

Розглянемо його застосування на прикладі ПрАТ “Фірма “Полтавпиво” – підприємства, що успішно працює на ринку пива та безалкогольних напоїв з 1965 року. На цей час підприємство пропонує 30 найменувань та 14 видів безалкогольних напоїв. Продукція реалізується в 22 областях України, а також експортується. Аналіз протоколів Загальних зборів акціонерів 2016-2019 рр. [3] показав, що на затвердження зборів не подається ні комплекс маркетингових заходів на наступний рік господарської діяльності, ні плановий бюджет на маркетингові заходи. Це опосередковано свідчить про те, що управління маркетингом підприємства здійснюється у режимі поточного реагування на зміни в оточуючому середовищі, а річний бюджет маркетингу невеликий, що веде до втрати перспективних можливостей. На нашу думку, вдосконалити систему маркетингу і маркетингових досліджень підприємства можна за рахунок бенчмаркінгу. Для цього необхідно знайти економічно ефективніше підприємство-конкурента та порівняти його діяльність із власною та перейняти його досвід. Безупинний систематичний пошук і впровадження найкращих практик

провідних гравців ринку здатний зробити підприємство сильнішим. Це також дієвий інструмент для визначення становища підприємства порівняно з іншими у сфері діяльності.

Вдосконалювати маркетингову діяльність підприємства можна почати з удосконалення такого важливого маркетингового комунікаційного інструменту як офіційний сайт. Дослідимо офіційний сайт провідного підприємства на ринку пива та газованих безалкогольних напоїв — корпорації “Оболонь” [4] та порівняємо його з сайтом ПрАТ “Фірма “Полтавпиво”.

1. Сайт корпорації “Оболонь” розроблений трьома мовами: українською, російською та англійською, а сайт “Фірми «Полтавпиво» лише двома першими. Вважаємо, що підприємству, яке працює на експорт, необхідно обов’язково мати англійську версію сайту. Її відсутність гальмує розвиток комунікації з потенційними закордонними партнерами.

2. Обидва сайти мають чітку структуру, яка включає: історичну довідку про підприємство, інформацію про продукцію, стрічку новин, пропозицій для партнерів та т. ін. Але слід зазначити, що у корпорації “Оболонь” вся ця інформація опрацьована більш детально, досконаліше з маркетингової точки зору. На сайті є: професійно відзняті та озвучені документальні рекламні фільми про роботу підприємства та його колективу (на відміну від єдиного, на нашу думку, провального, фільму, знятого до ювілею “Фірми «Полтавпиво»); рекламні ролики продукції корпорації “Оболонь” та соціальний ролик про необхідність переробки пластику (на сайті “Фірми «Полтавпиво” такі відсутні); карта географії діяльності підприємства (на досліджуваному підприємстві відсутня) та т. ін.

3. Лише компанія “Оболонь” пропонує зацікавленим її діяльністю особам зробити підписку на електронну розсилку, щоб першими отримувати корпоративні новини.

4. На сайті компанії “Оболонь” всі добродійні дії підприємства зібрані у єдиний розділ — “Корпоративна відповідальність”: благодійність, волонтерська робота, соціальне інвестування, підтримка будинків сімейного типу, спортивних заходів та т. ін. Те саме, хоча і у менших масштабах, що пов’язане з розміром підприємства, робить і “Фірма “Полтавпиво”. Але вся ця інформація просто потрапляє у стрічку новин і губиться серед численної іншої інформації. Тому вона має набагато меншу вагу у формуванні ділового іміджу полтавського підприємства, не сприяє зростанню публіцитного капіталу.

5. Компанія “Оболонь” розміщує на своєму сайті також щорічні нефінансові звіти про сталий розвиток корпорації. Для корпорації “Оболонь” сталий розвиток — не лише фактор ефективної роботи, але і складова відповідальної поведінки перед працівниками, громадою і довкіллям. У звіті зазначається соціальна місія корпорації, стандарти ведення бізнесу, описуються умови та заходи з забезпечення праці, розвитку персоналу та ін. “Фірма “Полтавпиво” може зі структури таких звітів обрати декілька актуальних для свого іміджу розділів та висвітлювати зазначені питання на своєму сайті для широкого загалу та стейкхолдерів. Відповідальність за наповнення сайту такою інформацією необхідно покласти на фахівців з маркетингу підприємства.

Також вивчення річних нефінансових звітів про сталий розвиток компанії «Оболонь», розміщених у відкритому доступі на офіційному сайті допоможе окреслити інші перспективні напрямки удосконалення діяльності “Фірми “Полтавпиво”. Такими напрямками можуть бути: 1. Вивчення закордонних ринків збуту корпорації “Оболонь” та планування виходу на такі ринки з власною продукцією. Наприклад, розширення експорту на ринках країн Азії та Африки. 2. Планування регулярних зустрічей персоналу з виконавчою дирекцією для покращення внутрішньофірмової комунікації. 3. Розробка проекту регулярного проведення екскурсій на підприємство. Екскурсії мають бути доступні для усіх бажаючих, які досягли 18 років. Це покращить

комунікації підприємства зі споживачами. 4. Посилення співпраці з закладами вищої освіти Полтавщини, залучення більшої кількості студентів до участі у навчально-виробничій практиці. 5. Введення практики щоденного оновлення інформації на корпоративному веб-сайті та у соціальних медіа. 6. Запровадження на підприємстві гарячої лінії для споживачів, що уможливить зворотній зв'язок із ними та допоможе збирати цінну маркетингову інформацію.

Отже, бенчмаркінг для “Фірма «Полтавпиво»” може стати інструментом, що допоможе подолати відставання від конкурентів на основі порівняння й аналізу своєї діяльності з діяльністю найбільш успішних конкурентів. Залучення досвіду інших підприємств дасть поштовх активізувати бізнес-процеси, підвищити ефективність маркетингу і, як результат, підвищити ефективність діяльності підприємства.

Література: 1. Інна Чайка. Аналіз українського ринку вищої освіти. *Галицький економічний вісник*. 2020. № 1 (62). С. 91—101. 2. Навольська Н.В. Бенчмаркінг як інструмент підвищення ефективності діяльності підприємств. *Причорноморські економічні студії*. 2016. Випуск 6. С. 79—82. 3. Офіційний сайт ПрАТ «Фірма «Полтавпиво». URL: <http://poltavpivo.com/ua/shareholders/> 4. Офіційний сайт Корпорації “Оболонь”. URL: <http://obolon.ua/ua>

## ДЕФІНІЦІЯ «ПРОДОВОЛЬЧА БЕЗПЕКА» В СУЧАСНОМУ РОЗУМІННІ

Канд. екон. наук, доц. Шелудько Л.В.

*Харківський національний аграрний університет імені В.В. Докучаєва*

Найважливішою частиною національної економічної безпеки окремого мешканця, сім'ї, соціальних груп, націй, народів, міст, регіонів, всієї держави були і залишаються проблеми продовольчої забезпеченості. Ця проблема посилюється значною імпортною залежністю країни в продовольстві, яка призводить до таких негативних макро-економічних наслідків, як «вимивання» валютних резервів, зростання зовнішнього боргу, експорт дефіцитних видів сировини і невідновлюваних енергетичних та інших мінеральних ресурсів. Продовольча безпека є важливою складовою частиною національної безпеки в цілому і не обмежується «просторовими» рамками економічної безпеки держави чи спільноти країн.

Нами поставлено за мету узагальнити визначення поняття «продовольча безпека», з'ясувати генезис цього поняття і сформулювати власну думку з цього приводу. Під час дослідження був застосований термінологічний принцип, що передбачає вивчення історії термінів і позначуваних ними понять, розробку або уточнення змісту та обсягу, встановлення взаємозв'язку і субординації, їх місця в понятійному апараті теорії, на базі якої базується дослідження. Вирішити це завдання допомагає метод термінологічного аналізу і метод операціоналізації понять.

Вивченням цього питання в різні часи займалися такі вітчизняні та зарубіжні вчені як: Бекенов С.С. [1], Борщевський П., Дейнеко Л. [2], Гойчук О.І. [3], Марков Р.В. [4] та інші. Проведений аналіз ряду джерел, в яких наводиться термін «безпека», показує, що зазвичай ця дефініція формулюється як відсутність небезпеки в будь-якому процесі, збереження, надійності чого-небудь. У такому визначенні має місце своєрідна подвійність розуміння, що відображає його діалектичну суперечливість. З одного боку, безпечним вважається явище або стан будь-якого джерела небезпеки, яка не завдає ймовірного шкоди в ендogenous (внутрішньому) середовищі. З іншого боку, властивість безпеки передбачає, що об'єкт повинен бути досить надійно захищений від небезпечних екзогенних (зовнішніх) впливів. Отже, поняття безпеки має дві сторони: зовнішню і внутрішню. Внутрішня безпека характеризує здатність системи підтримувати своє нормальне функціонування в умовах зовнішніх і внутрішніх впливів. Зовнішня безпека визначається таким чином, що вплив системи на ендogenous

середу не призводить до незворотних змін або її порушень. З наведених дефініцій зрозуміло, що безпека - це властивість, побудована на взаєминах системи і середовища.

В даний час поки не знайдено адекватного математичного опису взаємодії багатовимірних, багатоконтурних соціально-економічних систем таких як безпека. Але так як необхідність вирішення таких завдань постійно зростає, дослідники намагаються вирішити їх шляхом використання вербальних моделей. Для цього складається опис завдання, і розглядаються альтернативні сценарії її вирішення. Вищевикладене змушує обмежитися вивченням продовольчої безпеки в ендегенному середовищі, багато в чому залежить від світових впливів. Таким чином, продовольча безпека залежить від ефективності внутрішньої сфери, її складових рівнів, взаємодії з зовнішнім середовищем. Це дозволяє зробити висновок про багатогранність розглянутої проблеми, рішення якої неможливо в рамках одного дослідження. Саме виходячи з цього, на даному етапі ми обмежилися дослідженням саме визначення поняття «продовольча безпека».

У ХХ столітті з розвитком міждержавної торгівлі продовольство стало використовуватися як зброя для політичного тиску одних країн над іншими. Першою державою, яка застосувала його в цих цілях, були США. Вони регулярно досліджують продовольчу проблему в інших країнах і при підтримці високого рівня самообеспеченості продовольством активно розширюють свою частку на ринках продовольства інших країн, здійснюючи у взаєминах з ними методи як м'якого впливу (митні бар'єри, цінова політика, виробничі субсидії, відкриття кредитних ліній і ін.), так і жорсткі заходи типу ембарго, заборони на імпорт, економічний саботаж і ін. Саме країни-імпортери продовольства з урахуванням властивих їм специфічних особливостей свою зовнішньоекономічну політику направляють на захист внутрішнього продовольчого ринка, вітчизняних товаровиробників і експортерів від іноземної конкуренції, включаючи закриття внутрішніх ринків для імпорту, а також підвищуючи самозабезпечення продовольством. З цього випливає, що продовольча безпека усвідомлюється керівництвом всіх країн світу як найважливіша умова суверенітету держави, його внутрішньої політики та незалежності в міжнародних відносинах.

Таким чином, продовольча безпека є найважливішим елементом не тільки економічної безпеки держави, а й його політичної та екологічної безпеки, визначаючи провідну роль продовольчої безпеки в національній безпеці.

Сутність продовольчої безпеки повинна виражатися в формулюванні самого поняття «продовольча безпека».

Як показало дослідження, ряд авторів дає спрощене визначення продовольчої безпеки, вважаючи, що це система заходів, що забезпечує виробництво і задоволення кількісно-якісних потреб населення країни в висококонкурентоспроможних вітчизняних продуктах харчування широкого асортименту.

Поряд з цим, є цілий ряд авторів, які зробили свій внесок в поняття «продовольча безпека», які навряд чи доповнять основними ознаками цей термін.

Тому виконане дослідження було проведено з наступними цілями:

1. Узагальнити наявний досвід з метою обґрунтування авторської трактовки даної дефініції, що враховує позитивні сторони кожного з запропонованих понять. Виключити ті елементи, які не відповідають сучасним вимогам соціально-орієнтованої економіки, посилити соціальний її аспект.

2. Аргументувати багатоаспектність поняття і довести, що в одному дослідженні неможливо вирішити всі її горизонти, що є причиною про обмеженість кола досліджуваних завдань.

В результаті дослідження нами було сформульоване визначення поняття «продовольча безпека», в якому основний наголос був зроблений на тому, що високоякісне, екологічне та енергетичноцінне продовольство повинно бути доступне і

економічно, і фізично всім верствам населення незалежно від рівня доходу, приналежності до державного чи приватного сектору економіки.

Відповідно до висновків, що були конкретизовані, ми можемо сформулювати таке поняття продовольчої безпеки – що це одна з найбільш важливих соціально-економічних категорій, яка передбачає, що всі суб'єкти економіки на чолі з державою і в розрізі регіонів, зобов'язані забезпечити виробництво кількісно якісного складу конкурентоспроможного продовольства розширеного асортименту, споживання якого дозволить всім верствам населення, в тому числі незаможним, споживати високобілкову вітамінізовану їжу, необхідну для здорового тривалого способу життя і створити високий життєвий рівень населенню, якому економічно і фізично це продовольство буде доступно.

Література: 1. Бекенов С.С. Продовольственная безопасность – как составляющая экономической безопасности. Вестник КРСУ. 2004. № 2. С.16–22. 2. Борщевський П., Дейнеко Л. Продовольча безпека країни: стан і тенденції. Розбудова держави. 2007. № 6. с. 66 – 73. 3. Гойчук О.І. Продовольча безпека: теорія, методологія, проблеми: автореферат дис ... доктора екон. наук: 08.07.02. Миколаїв, 2004. 25 с. 4. Марков Р.В. Вплив кон'юнктури ринку зерна на продовольчу безпеку регіону: автореферат дис. ... канд. екон. наук: 21.04.01. Луганськ, 2011. 21 с.

## **УПРАВЛІННЯ КРЕДИТНИМ РИЗИКОМ ІНДИВІДУАЛЬНОГО ПОЗИЧАЛЬНИКА**

Канд. екон. наук, доц. Шептуха О.М., канд. екон. наук, доц. Лаптева А.Ю.  
*Харківський національний університет будівництва та архітектури*

На сучасному етапі розвитку економіки при організації кредитних відносин використовується значна кількість підходів та методів щодо управління кредитним ризиком позичальника. Причому кожен банк розробляє власну методику оцінки фінансового стану потенційного позичальника з урахуванням конкретних умов договору.

Кредитоспроможність – це спроможність позичальника залучити позиковий капітал та за конкретних умов кредитування в повному обсязі й у визначений кредитною угодою термін розрахуватися за своїми борговими зобов'язаннями виключно грошовими коштами, що генеруються позичальником у ході звичайної діяльності [1].

На практиці кожен банк вибирає для себе певні коефіцієнти і вирішує питання, пов'язані з методикою їх розрахунку. Цей підхід дозволяє охарактеризувати фінансовий стан позичальника на основі синтезованого показника-рейтингу, що розраховується в балах та присвоюється кожному значенню коефіцієнта. Згідно з балами встановлюється клас організації, який приймається банком до уваги при розробці шкали процентних ставок, визначенні умов кредитування, встановленні режиму кредитування (форми кредиту, розміру та виду кредитної лінії тощо), оцінці якості кредитного портфеля, а також при аналізі фінансової стійкості банку [2].

Так, відповідно до положень Базеля II та Директиви 2006/48/ЄС «Про започаткування та здійснення діяльності кредитних установ» кредитні ризики банки можуть визначати на основі запровадження рейтингової системи оцінювання позичальників. Вона включає усі методи, процеси, заходи контролю, збір даних та інформаційні системи, які забезпечують оцінювання кредитного ризику, віднесення вимог до класів за ступенем кредитного ризику чи до пулів (рейтинг), а також кількісний аналіз дефолту й показників збитку для певних видів вимог [3].

Оцінка кредитоспроможності підприємства методом дискримінантного аналізу здійснюється шляхом розрахунку та інтерпретацій інтегрального показника

фінансового стану [4]. Для розрахунку даного інтегрального показника необхідно розрахувати локальні показники. Основним принципом оптимізації складу фінансових показників є уникнення дублювання інформації з певного аспекту фінансового стану позичальника [5].

Головне завдання багатофакторного дискримінантного аналізу в контексті оцінювання кредитних ризиків полягає у побудові дискримінантної моделі, за допомогою якої з високим рівнем ймовірності можна здійснювати класифікацію підприємств за рівнем їх кредитоспроможності.

Так, використання методики дискримінантного аналізу має низку переваг перед традиційними вітчизняними методиками оцінки кредитоспроможності позичальників, зокрема:

- 1) враховуються галузеві особливості діяльності підприємства;
- 2) зазначений методологічний інструментарій є зручним у використанні, економічним, забезпечує швидку обробку аналітичної інформації;
- 3) враховується сучасна міжнародна практика оцінювання кредитоспроможності (подібні методики широко використовуються в європейських країнах та США) [4].

Дискримінантний аналіз покладений в основу моделі визначення кредитоспроможності позичальника моделі Е. Альтмана (двофакторна й п'ятифакторна), У. Бівера, Р. Ліса, М. Спрінгейта, О.О. Терещенка, мультикритеріальної моделі ідентифікації фінансової кризи (методики МФУ) тощо.

Для оцінки кредитного ризику індивідуального позичальника обрано об'єктом дослідження ПрАТ «Харківська бісквітна фабрика» - сучасне кондитерське підприємство, яке спеціалізується на виробництві борошняних кондитерських виробів [6]. Загальний обсяг виробництва становить близько 40 тис. тонн продукції на рік. На підприємстві працюють 1200 осіб.

П'ятифакторна модель Альтмана, Р. Ліса, Р. Таффлера та Спрінгейта демонструють відсутність ймовірності банкрутства на ПАТ «Харківська бісквітна фабрика».

Вітчизняні методики діагностики ймовірності банкрутства мають значні переваги перед зарубіжними тим, що розроблені на підставі вітчизняних статистичних даних та враховують багато показників економічної діяльності підприємства за основними формами фінансової звітності.

Розглянемо застосування наступних вітчизняних методик діагностики фінансового стану на ПрАТ «Харківська бісквітна фабрика»: моделі О.О. Терещенка, коефіцієнту Бівера, мультикритеріальної моделі ідентифікації фінансової кризи (методики МФУ).

Можна стверджувати, що ймовірність банкрутства ПрАТ «Харківська бісквітна фабрика» невелика і банкрутство даному підприємству не загрожує. Підприємство належить до класу А, що характеризується високим фінансовим станом.

Отже, проведене визначення кредитного ризику на основі інтегральної рейтингової оцінки свідчить про ефективність, об'єктивність та зручність використання такого інструментарію оцінки кредитних ризиків індивідуального позичальника.

Література: 1. Бордюг В. В. Теоретичні основи оцінки кредитоспроможності позичальника банку. *Вісник університету банківської справи НБУ*. 2008. № 3. С. 112-115. 2. Деревягін О. Оцінка кредитоспроможності компаній у зарубіжній практиці. *Фінансовий ринок України*. 2011. № 11. С. 25-27. 3. Терещенко О. Нові підходи до оцінювання кредитоспроможності позичальників – юридичних осіб. *Вісник НБУ*. 2012. № 1. С. 26-30. 4. Зеліско Д. В., Лазоряк М. І. Порівняння вітчизняної та зарубіжної методології оцінки кредитоспроможності підприємства. *Науковий вісник БДФА*. Чернівці : Технодрук, 2009. Вип. 1. С. 89. 5. Гриценко Л. Л., Боярко. М.І, Лиштван В. Л. Комплексна експрес-методика оцінювання кредитоспроможності підприємств з урахуванням приналежності до виду економічної діяльності. *Актуальні проблеми*



*економіки*. 2010. № 7. С. 206-214. 6. Фінансова звітність ПрАТ «Харківська бісквітна фабрика». URL: [https://stockmarket.gov.ua/cabinet/xml/show/fin\\_general/8454](https://stockmarket.gov.ua/cabinet/xml/show/fin_general/8454) (дата звернення: 6.05.2020).

## **МОДЕРНИЗАЦІЯ МЕХАНІЗМА УПРАВЛІННЯ ПРІДПРИЯТТЯМИ ГОСУДАРСТВЕННОГО СЕКТОРА**

Заведуючий лабораторією досліджень  
державної кадрової політики Шмакова О.С.,  
*Академія управління при Президенті Республіки Беларусь*

В течение последних лет в Республике Беларусь идет процесс модернизации системы управления государственной собственностью. Изменения связаны с адаптацией административных методов управления экономикой к рыночным принципам, которые основываются на равенстве всех форм собственности.

Вопрос повышения эффективности управления государственной собственностью остается одним из самых актуальных. Сегодня ему уделяется все большее внимание в связи с тем, что государственная собственность составляет национальное богатство, является одним из источников доходной части бюджета, формирует до 70 % ВВП страны, выступает приоритетным направлением государственной политики.

На сегодняшний день в экономике страны имеется ряд структурных проблем, сдерживающих устойчивое и сбалансированное развитие Республики Беларусь. В число которых входят: неоптимальная структура управления государственной собственностью (дублирование функций, излишняя бюрократизация управленческих решений, совмещение у госорганов функций и регулятора и собственника, слабая стратегическая ориентация развития); низкая производительность труда и высокие издержки производства предприятий госсектора (обусловлено слабой инновационной активностью); недостаточный объем привлечения прямых иностранных инвестиций вследствие несовершенства законодательства в сфере инвестиционных отношений.

Научной гипотезой данного исследования является предположение, что модернизация механизма управления предприятиями госсектора посредством реализации поэтапной стратегии институциональных преобразований позволит повысить его конкурентоспособность и обеспечить устойчивое развитие в долгосрочном периоде.

Теоретическую основу исследования составляют научные труды отечественных и зарубежных ученых в области управления государственной собственностью и повышения ее эффективности, нормативные правовые акты Республики Беларусь, а также стран ЕАЭС, отчеты государственных органов и организаций, статистические издания.

В экономике любой страны, в одной в большей степени, в другой в меньшей, имеются предприятия, находящиеся в государственной собственности полностью или частично. Вопрос оправданности госсектора экономики и его доли в экономике 10–30 %, или больше, до настоящего времени остается предметом дискуссий ученых-экономистов. В связи с этим модернизация системы управления госсектором экономики является важной задачей каждого государства.

В госсекторе Беларуси занято около 44 % от всех занятых в экономике, около 70 % ВВП формируют предприятия госсектора. Для сравнения в Китае и Украине предприятия госсектора создают около 40 % ВВП, в России, Казахстане, Молдове – 35 %, Польше, Литве – 25 %, Венгрии, Словакии, Эстонии – 20 %. В странах ЕС на предприятиях госсектора работает около 11 % занятых в экономике, которые

обеспечивают 10 % ВВП. Наименьшая доля госсектора среди стран Европы в Великобритании (около 2,7 %).

Отметим, основные приоритеты государственной политики Республики Беларусь находят отражение в государственных программах. Степень достижения целей и приоритетов социально-экономического развития, и, в частности, повышение эффективности работы предприятий госсектора, можно оценить на основе анализа результатов их хозяйственной деятельности.

Согласно официальным данным по итогам 2019 года, доля убыточных предприятий госсектора составляет 11,4 %, рентабельность продаж в среднем по республике – 6,8 % (наилучший результат по предприятиям Минской области – 12,5 %, самая низкая рентабельность у предприятий Могилевской области – 1,8 %).

При этом большая часть предприятий госсектора относятся к сфере промышленности (более 73 % в среднем по республике). В отдельных регионах этот показатель составляет 81,6 и 88,4 % в Витебской и Гомельской областях соответственно.

Соотношение запасов готовой продукции и среднемесячного объема производства на предприятиях госсектора также показывают неудовлетворительные результаты, более половины (56 %) произведенной продукции остается на складах.

На протяжении последних 3 лет в госсекторе Беларуси фактически не формировался рост добавленной стоимости в реальном выражении, в то время как темпы ее роста в частном секторе экономики составляли около 103 %, организаций иностранной формы собственности – свыше 108 %.

Кроме того, на предприятиях госсектора уровень производительности труда в 1,2 раза ниже (а в коммунальной – в 2,2 раза), чем в организациях без ведомственной подчиненности. Сохраняется низкий уровень производственного, сбытового и инновационного менеджмента.

Несмотря на проблемы с текущей деятельностью, предприятия госсектора продолжают осуществлять масштабные инвестиционные программы. Совокупные инвестиции таких предприятий в основные средства в 2019 году возросли на 13,5 % по сравнению с 2018 годом. Осуществляются строительные-монтажные работы, приобретается новое оборудование и транспортные средства. Однако оценить эффективность этих инвестиций пока затруднительно.

Очевидно, что государственный сектор Беларуси составляет весомую и неотъемлемую часть национальной экономики, играет значительную роль в росте ее потенциала. Вместе с тем, сохранение и поддержание госсектора в оптимальных размерах сегодня должно основываться на кардинальном изменении подходов к его управлению.

В рамках данного исследования были разработаны и сформулированы предложения и рекомендации, направленные на повышение эффективности механизма управления предприятиями госсектора. В частности, предлагается:

- осуществлять реализацию мер по повышению эффективности предприятий госсектора по направлениям: оптимальная приватизация с сохранением доли предприятий госсектора, имеющих стратегическое значение; развитие механизма государственно-частного партнерства; внедрение в практику предприятий госсектора технологии бенчмаркинга; применение современных форм инвестирования и нормативное обеспечение возможностей для финансового оздоровления предприятий госсектора;

- на регулярной основе проводить обучение и развитие соответствующих компетенций и практических навыков руководителей и специалистов предприятий госсектора;

- расширить практику внедрения на предприятиях госсектора современных методов и стандартов корпоративного управления.

## СВІТОВИЙ ДОСВІД СТАЛОГО РОЗВИТКУ ПРИ ВИЗНАЧЕННІ ВАРТОСТІ ПРОЕКТНИХ РОБІТ В БУДІВНИЦТВІ

Аспірантка кафедри економіка будівництва Шумак Л.В.  
Київський національний університет будівництва та архітектури

Одним з пріоритетних напрямків соціально-економічного розвитку ряду зарубіжних країн є лібералізація економіки, розвиток конкурентного середовища і якості продукції. А також, для динамічного і сталого розвитку створення сприятливих умов, в тому числі за рахунок забезпечення інвестиційної привабливості, впровадження інновацій та конкуренції, реалізації заходів щодо вдосконалення бізнес - клімату і господарської діяльності, обмеження переліку товарів і послуг, ціни на які підлягають державному регулюванню. При цьому, напрямок економічного регулювання держави, спрямоване на соціальний захист населення і розвиток людського потенціалу, залишається пріоритетним.

У тому числі в створенні можливостей для залучення достатньої кількості грошових коштів, з метою фінансування розвитку як виробничої, так і соціальної сфер економіки, виражається ефективність інвестиційної політики [3].

З метою реалізації завдань з модернізації системи ціноутворення на проектування в різних зарубіжних країнах розроблені нормативні та методичні документи, що передбачають вдосконалення ціноутворення на проектні роботи в будівництві в сучасних умовах соціально-економічного розвитку кожної країни.

Найменування, шифр документа	Належність	Статус	Метод нормування	Примітка
<b>ФЕДЕРАТИВНА РЕСПУБЛІКА НІМЕЧЧИНА</b>				
Honorar Ordnung für Architekten und Ingenieure. HOAI 2009-08 [1]		Рекомендації	Ціна на конкретний об'єкт на основі: а) норм трудовитрат і часу; б) відсотка від вартості будівництва	Для держзамовника ціна визначається: а) на великі проекти - через тендер; б) на невеликі і середні об'єкти - по відсотку від СМР (від 6 до 10%); На приватні замовлення - ціна договірна
<b>АСТРАЛІЯ</b>				
Будівельний кодекс Австралії [Building Code of Australia (BCA96-змінена в 2003р)] - загальнонаціональні модельні будівельні норми і правила [2]	Межштатний постійний комітет з Єдиним будівельним регламентам	Будівельний кодекс Австралії [Building Code of Australia (BCA96-змінена в 2003р)] - загальнонаціональні модельні будівельні норми і правила	Межштатний постійний комітет з Єдиним будівельним регламентам	Будівельний кодекс Австралії [Building Code of Australia (BCA96-змінена в 2003р)] - загальнонаціональні модельні будівельні норми і правила

Концепції ціноутворення на проектні роботи, вироблені вченими і практиками в передових країнах, а також на практичному досвіді архітектурної та будівельної діяльності зарубіжних країн, дозволяють привести до підвищення ефективності інвестиційної діяльності в країні до сталого розвитку економічних систем. Створення умов для розширеного застосування нових технологій, а також до впорядкування процесів, пов'язаних з проектування в будівництві [4].

Система ціноутворення на проектування, діюча в різних зарубіжних країнах, включає елементи державного кошторисного нормування, моніторингу цін, прогнозування і забезпечує вирішення завдань по формуванню вартості проектної продукції.

Література: 1. HOAI - Honorar Ordnung für Architekten und Ingenieure., / Положення про виплату гонорарів архітекторам і інженерам. ФРН 2009. 2. ВСА96-зміненна в 2003р - Building Code of Australia., / Будівельний кодекс Австралії. Загальнонаціональні модельні будівельні норми і правила. 3. Гриценко О.С., Шевчук К.І., Закорко П.П., Гриценко Ю.О. Складання кошторисної документації на проектні роботи в будівництві / О.С. Гриценко, К.І. Шевчук, П.П. Закорко, Ю.О. Гриценко – К.: КНУБА, 2008. – 64 с. 4. Беленкова О.Ю. Оцінювання кошторисної вартості об'єктів у дипломних проектах спеціальності ПЦБ / О.Ю. Беленкова, Л.С. Саушева // Держава та регіони. Сер. Економіка та підприємництво. – 2011. – Вип. 1. – С. 182-185.

## **ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИЙ ПОТЕНЦІАЛ В ПРОЦЕСАХ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ**

Д-р екон. наук, проф. Якименко-Терещенко Н. В.

*Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»*

Досвід країн світу доводить, що вихід з кризової ситуації завжди розпочинається з інноваційної активності, результатом якої стає відновлення основних засобів підприємств, зростання зайнятості та платоспроможності населення [1]. Проте ефективність виробництва тільки частково залежить від використання інноваційних процесів. Ключове значення належить інтелектуальному потенціалу трудових ресурсів, кваліфікації і компетентності менеджменту. Процес інтеграції інтелектуального потенціалу трудових ресурсів, методів виробництва, менеджменту в значній мірі залежить від їх здатності, швидкості адаптації до зміни зовнішнього середовища [2].

Працівникам інтелектуальної праці необхідно опанувати навичками ефективного управління, до яких можна віднести, в першу чергу, здатність керувати самим собою; володіння якостями лідера; наявність чітких особистих цілей; орієнтація на постійне професійне зростання; володіння високою здатністю впливати на колектив для досягнення цілей організації; прагнення до навчання підлеглих, раціональне використання їх інтелектуального потенціалу. Отже виникає необхідність отримання, накопичення, вивчення, поширення нових знань, як окремими учасниками виробництва, так і колективом підприємства в цілому. Необхідно створювати умови для безперервного, постійного (довічного) процесу підвищення кваліфікації, вивчення суміжних професій, підтримки і розвитку новаторської й інтелектуальної творчості. Такі заходи мають значний вплив на підвищення ефективності не тільки управління трудовими ресурсами, але і результатами господарської діяльності підприємства в цілому.

Формування функції управління - акумулювання знань, інтелектуального потенціалу, викликана зміною економічної сутності тріади: «Праця - земля - капітал» на нову: «Інтелектуальна праця - інтелектуальний капітал - цінність інтелектуальної праці». Отже, змінюється сама внутрішня сутність поняття - «економіка, рухома капіталом» на «економіку, засновану на знаннях» оскільки саме корпоративні знання

стають головним джерелом конкурентоспроможності підприємства в умовах ринку, заснованого на інноваційних процесах, високій продуктивності суспільної праці, ефективності соціально-економічної діяльності підприємства.

Однак необхідно враховувати, що нерівномірне поширення і засвоєння технічних, економічних, соціальних знань серед працівників підприємств призводить до проблеми, яку називають «дефіцитом знань». Для зниження рівня даної проблеми підприємству необхідно вирішення основних завдань комплексної системи знань, серед яких:

- отримання знань (використання вже наявних, раніше отриманих знань та їх пристосування до потреб підприємства);
- засвоєння знань (забезпечення якісного рівня освіти особливо в галузі інновацій, високих технологій);
- передача знань (забезпечення доступу до інформаційних ресурсів).

Все викладене вище свідчить про те, що під впливом процесів глобалізації формується нова функція управління, яка вирішує завдання акумулювання інтелектуального капіталу; виявлення і поширення знань, інформації, які забезпечують умови не тільки виживання, а й ефективність діяльності підприємства, а на глобальному рівні забезпечує перехід до економіки заснованої на знаннях. Такі знання дозволяють формувати майбутню модель розвитку організації.

Література: 1. Стан інноваційної діяльності та діяльності у сфері трансферу технологій в Україні у 2018 році: аналітична довідка / Т.В. Писаренко, Т.К. Кваша та ін. – К.: УкрІНТЕІ, 2019. – 80 с. 2. Карпенко А. В. Розвиток інтелектуальних активів людського потенціалу: теорія та практика: монографія / А. В. Карпенко. – Запоріжжя: ФОП В. В. Мокшанов, 2018. – 510 с.

## **ЦІННІСТЬ ПОТОЧНОГО І МАЙБУТНЬОГО ПОТЕНЦІАЛУ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ СИСТЕМИ**

Канд. екон. наук, доц. Янченко Н.В., здобувач вищої освіти Кіяниця А.В.  
*Харківський національний університет будівництва та архітектури*

Сталий розвиток – процес надзвичайно складний за своєю природою. Узгодження дій, які пов'язані одночасно із різними сферами життєдіяльності населення – справа надзвичайно важка. Саме на вирішення такого завдання покликане стимулювання соціо-еколого-економічної системи на предмет досягнення сталого розвитку системи. Для того, щоб здійснювати стимулюючий вплив на соціо-еколого-економічні системи різних рівнів, необхідно визначитись з основними критеріями розвитку економічних систем.

Щоб економічна система була стійкою, вона повинна дотримуватися законів природи і бути максимально наближеною до життєвих циклів продуктів, матеріалів та енергії. Це можна зробити, замінивши наявну одноразову культуру, що швидко замінюється, на оптимальну культуру шляхом впровадження принципів відтворення та промислової екології.

Така революція вимагає, щоб товари стали товарами-послугами, а їх можна було розробити з ремонтом, відновленням, повторним використанням, переробкою та розвитком / модернізацією, щоб концепція плодоношення перейняла концепцію споживання. Більше того, галузі мають бути організовані та керовані з метою створення матеріального та енергійного метаболізму через галузеву та / або локальну інтеграцію з іншими галузями.

Це, у свою чергу, вимагає розробки абсолютно нових товарів та послуг, які замінять традиційні, а отже, створення нових сервісних та трудомістких компаній.

Підсумовуючи, така дематеріалізована економіка послуг має тенденцію до оптимізації використання ресурсів та енергії, врівноважуючи потребу у збільшенні кількості таких ресурсів з можливістю їх відтворення та подовження терміну їх корисного використання. Ця трансформація може бути досягнута лише в тому випадку, якщо всі економічні сторони здатні бачити навколишнє середовище як можливість, а не обмеження, спочатку покращуючи всі аспекти ефективності, а потім впроваджуючи принцип функціональності.

Література: 1. Сталий розвиток та екологічна безпека суспільства в економічних трансформаціях / [Андрєєва Н. М., Бараннік В. О., Белашов Є. В. та ін.]; За науковою редакцією д.е.н., проф. Хлобистова Є. В. / РВПС України НАН України, ІПРЕЕД НАН України, СусДУ, ЛНТУ, НДІ СРП. — Сімферополь: ПП "Підприємство «Фенікс», 2010. — 582 с. 2. Герасимчук З. В. Стимулювання сталого розвитку регіону: теорія, методологія, практика: Монографія / Герасимчук З. В., Поліщук В. Г. — Луцьк: РВВ ЛНТУ, 2011. — 516 с. 3. Ф. Канак. Природне й штучне // Філософський енциклопедичний словник / В. І. Шинкарук (гол. редкол.) та ін. — Київ : Інститут філософії імені Григорія Сковороди НАН України : Абрис, 2002. — С. 521. — 742 с. — 1000 екз. — ББК 87я2. — ISBN 966-531-128-X. 4. Герасимчук З. В. Регіональна політика сталого розвитку: теорія, методологія, практика: Монографія / З. В. Герасимчук — Луцьк: Надстир'я, 2008. — 528 с. 5. В. Заблоцький. Розвитку стійкого концепція // ФЕС, с.554 6. Хвесик М. Парадигмальний погляд на концепт сталого розвитку України / М. Хвесик, І. Бистряков // Економіка України. — 2012. — № 6. — С. 4-12.

## СТАЛИЙ РОЗВИТОК ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Канд. екон. наук, доц. Янченко Н.В., здобувач вищої освіти Константинова К.Г.  
*Харківський національний університет будівництва та архітектури*

Теоретичне підґрунтя аналізованої проблеми пов'язане з відсутністю чіткого алгоритму створення Стратегії сталого розвитку в Україні. Необхідність її в нашій країні давно визнана на папері на законодавчому рівні, але реально існують проблеми щодо практичних кроків в цьому напрямку.

В Україні проблема сталого розвитку обговорюється достатньо давно. З 1992 року створено значний науковий доробок, який заклав підґрунтя новим орієнтирам розвитку країни на засадах постіндустріальної економіки. Щодо трактування поняття «сталий розвиток» слід визначити, що різні вчені і фахівці, розглядають це комплексне поняття під різним кутом зору, пропонуючи різні варіанти його тлумачення. Одні аналітики пов'язують поняття «сталий розвиток» із зміною характеру зростання; інші зосереджують увагу на взаємовідносинах країн розвинених з країнами, що розвиваються; треті – підкреслюють необхідність глобального управління світовими процесами; в деяких визначеннях акцент ставиться на зміні якості життя і т.п.

Проблематика глобалізації, з огляду на її значну багатогранність і суперечливість, широко досліджується науковцями в усьому світі. Економічна глобалізація сприяє посиленню взаємозв'язків між країнами світу, зростанню обсягів міжнародної торгівлі, розширенню масштабів діяльності ТНК і, водночас, загострюють питання, пов'язані з ефективним природокористуванням і сталим економічним розвитком. Концепція сталого розвитку – одна з найбільш важливих та дискусійних парадигм кінця ХХ – початку ХХІ століття. За останні десятиліття в Україні було створено багато програм та концепцій щодо напрямів переходу до ринкової економіки, але питання про механізми та напрями переходу до сталого розвитку залишалося поза увагою, хоча є дискусійним і привертає дедалі більшу увагу не тільки сучасних

науковців, а й спільноти. Діючі нормативно-правові акти, розроблені національні програми, нарешті закони, не охоплюють всі боки цієї багатогранної і складної проблеми – переходу України до стійкого розвитку. Отже, необхідно дослідити проблеми, пов'язані з втіленням концепції сталого розвитку в Україні та визначити основні напрями їх вирішення.

Основою дослідження у сфері глобалізації стали ключові атрибути і підходи до вимірів, наслідків і перспектив глобалізаційних процесів, проблеми узгодження економічних та екологічних інтересів, особливості трансформування ролі і функцій суб'єктів міжнародних економічних відносин у ході глобалізації та транснаціоналізації економіки. У вітчизняній і зарубіжній літературі з проблем глобалізації досить часто пропонуються наукові підходи, що базуються переважно на економічній складовій цього процесу. Так, відомий американський економіст Дж. Стігліц, характеризуючи суть глобалізації, називає її головними проявами знищення бар'єрів на шляху вільної торгівлі та тіснішу інтеграцію національних економік. Дж. Сорос, у свою чергу, розуміє під глобалізацією розвиток глобальних фінансових ринків, посилення могутності ТНК і збільшення їх впливу на національні економіки.

Розробка ідеї сталого розвитку почалася восени 1983 р., коли згідно з резолюцією 38/361 Генеральної Асамблеї ООН було створено Міжнародну Комісію у справах навколишнього середовища та розвитку. За визначенням Комісії ООН зі сталого розвитку (1992р.), його мета – задовольняти потреби сучасного суспільства, не ставлячи під загрозу здатність майбутніх поколінь задовольняти свої потреби. Теорія сталого розвитку є альтернативою парадигмі економічного зростання, яка ігнорує екологічну небезпеку від розвитку за екстенсивною моделлю. На 19-й Спеціальній Генеральній асамблеї ООН («Ріо+5», червень 1997 р.), відзначалося, що брати участь у розробці і впровадженні стратегії збалансованого розвитку повинні усі сектори суспільства. Ця сесія зобов'язала усі країни сформулювати і розробити до 2002 р. національні стратегії збалансованого розвитку, що відображають внесок і обов'язки усіх зацікавлених сторін. Проблеми глобального сталого розвитку мають регулюватися і вирішуватися шляхом виконання майбутнього глобального договору. Такий договір запропонував у 1999 р. на форумі в Давосі Генеральний секретар ООН Кофі Аннан. Глобальний договір потрібен обов'язково за участі всіх зацікавлених сторін і країн. Надійні глобальні зобов'язання необхідні, оскільки національних дій вочевидь недостатньо, щоб мати справу з викликами, які генерує сучасний світ і глобальна економіка. Країни, що розвиваються, а також транзитивні країни мають, очевидно, зміцнювати свої інституції, які зайняті проблемами розвитку (включаючи і сталий), ефективніше використовувати природні ресурси.

Література: 1. Данилишин Б.М. Устойчивое развитие в системе природно-ресурсных ограничений / Б.М. Данилишин, Л.Б. Шостак. – К.: СОПС Украины НАНУ, 1999. – 367 с. 2. Економічна енциклопедія : у 3 т. / [редкол.: В. Мочерний (відп. ред.) та ін.]. – К. : Вид. центр «Академія», 2001. – Т. 2. – 848 с. 3. Галушкіна Т.П. «Зелений» вектор розвитку економіки України / Т.П. Галушкіна // Економіст. – 2011. – № 11. – С. 4–7. 4. Волошин В.В. Про системний підхід до концепції стійкого розвитку та її інтерпретації стосовно України / В.В. Волошин, І.О. Горленко, В.П. Кухар, В.М.Томашов // Український географічний журнал. – 1995. – №3. - С. 3-10.

## **УКРАЇНА В ГЛОБАЛЬНИХ ВИМІРАХ СТАЛОГО РОЗВИТКУ**

Канд. екон. наук, доц. Янченко Н.В., здобувач вищої освіти Перепелиця Д.О.  
*Харківський національний університет будівництва та архітектури*

Характерною ознакою минулого століття було нестримне прагнення людства до забезпечення економічного і технологічного розвитку. Успіх вимірювався переважно

зростанням валового внутрішнього продукту. Вважалося, що це автоматично приведе до добробуту та підвищення рівня життя людей.

Блискача зовнішність прогресу майже завжди забезпечувалася за рахунок нещадної експлуатації і збіднення навколишнього середовища, експансією «закону джунглів» - хто сильніший, той і виживе. По суті, такі нероздільні сфери, як економіка, довкілля та суспільні інститути, функціонували ізольовано один від одного. Почала руйнуватися сама природна основа існування та внутрішнього світу людини. Суспільство такого типу фактично жило за рахунок майбутніх поколінь. Як наслідок - на початку XXI століття світ зіткнувся з глобальними екологічними проблемами, голодом і зубожінням більшості населення земної кулі, деградацією моралі, наростанням регіональних та міжетнічних конфліктів, тероризмом. [3]

Метою статті є аналіз розробки стратегій сталого розвитку в Україні. Її проблеми та можливості.

В Україні проблема сталого розвитку обговорюється достатньо давно. З 1992 року створено значний науковий доробок, який заклав підґрунтя новим орієнтирам розвитку країни на засадах постіндустріальної економіки. Щодо трактування поняття «сталий розвиток» слід визначити, що різні вчені і фахівці, розглядають це комплексне поняття під різним кутом зору, пропонуючи різні варіанти його тлумачення. Одні аналітики пов'язують поняття «сталий розвиток» із зміною характеру зростання; інші зосереджують увагу на взаємовідносинах країн розвинених з країнами, що розвиваються; треті – підкреслюють необхідність глобального управління світовими процесами; в деяких визначеннях акцент ставиться на зміні якості життя і т.п. [1, 2].

Стан сучасного українського суспільства характеризується великою кількістю різноманітних проблем, які вимагають невідкладного розв'язання. Всі ці проблеми тісно взаємопов'язані, і тому вирішувати їх необхідно комплексно. Але для цього необхідно подолати стереотипи мислення, наприклад в протиріччі екології та економіки, - що будь-які екологічні заходи затратні для виробництва. Насправді існує безліч прикладів, коли гроші, вкладені в екологізацію виробництва, приносять прибуток.

Розробка стратегії сталого розвитку для України повинна бути заснована на ретельному, всебічному вивченні існуючого стану нашого суспільства, а також на аналізі потенційних можливостей його поліпшення.

Для успішної реалізації ідей сталого розвитку в Україні необхідно наступне:

- інформування всіх верств населення в проблемах стійкого розвитку. Незважаючи на те, що ця концепція зараз знаходиться в центрі уваги світової спільноти, в Україні багато про неї або не знають, або НЕ звертають на неї належної уваги;

- зміна пріоритетів при розробці економічної, промислової, енергетичної, сільськогосподарської політики. Необхідно реформувати податкову систему, зокрема перейти на рентну систему оподаткування, підтримувати розвиток малого бізнесу, залучати внутрішні та зовнішні інвестиції;

- формування ефективної зовнішньої політики (особливо щодо імпорту / експорту). В даний час український ринок заповнив імпортовані товари, хоча багато хто з них можуть бути замінені товарами набагато кращої якості українського виробника;

- вдосконалення нормативної бази. Необхідно створити відповідні нормативно-правові умови для сталого розвитку;

- використання нових інформаційних технологій для обміну інформацією по сталого розвитку, для створення баз даних і моделювання локальних соціально-економічних і екологічних систем;



- розвиток місцевого самоврядування. Сталий розвиток передбачає тісну взаємодію всіх секторів суспільного життя, що є складним при централізовано, галузевого управління. [3]

Підводячи підсумок, можна сказати, що Україна має потенціал для становлення на шлях сталого розвитку, однак для реалізації цього потенціалу необхідно докласти чимало зусиль, особливо в сфері формування нового типу мислення у жителів України. Основне завдання полягає у забезпеченні динамічного соціально-економічного зростання, збереженні навколишнього природного середовища і раціональному використанні природно-ресурсного потенціалу з метою задоволення потреб нинішнього і майбутніх поколінь шляхом побудови високоефективної економічної системи, яка стимулює продуктивну працю, науково-технічний прогрес і має соціальну спрямованість.

Література: 1. Галушкіна Т.П. Зелений вектор розвитку економіки України // Економіст. – 2011. – № 11. – С. 4–7. 2. Волошин В.В. Про системний підхід до концепції стійкого розвитку та її інтерпретації стосовно України // Український географічний журнал. – 1995. – №3. - С. 3-10. 3. Лебедев М.А. Устойчивое развитие в Украине: проблемы и возможности// Центр устойчивого развития - [електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://masters.donntu.org/2004/feht/lebedev/library/lebedev1.htm>  
Дата доступу: 6.05.2020

## **ОБҐРУНТУВАННЯ ДОЦІЛЬНОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ СИСТЕМ КОНТРОЛІНГУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ**

Канд. екон. наук, доц. Янченко Н.В., здобувач вищої освіти Підгайний Д.О.  
*Харківський національний університет будівництва та архітектури*

Організація систем фінансового контролінгу – трудомісткий та витратоємний процес, впровадженню якого має передувати оцінка доцільності. При цьому обґрунтування такої доцільності передбачає визначення передумов запровадження контролінгу (наявність на підприємстві економічних і управлінських проблем), а також оцінку очікуваної ефективності використання систем фінансового моніторингу (перевірка наявності достатніх ресурсів та прогнозування результату від впровадження).

Про формування передумов, що об'єктивно вказують на необхідність зміни системи управління фінансами підприємства і прийняття рішення про впровадження фінансового контролінгу як цілісної системи методів планування, обліку, аналізу та контролю, що оперує кількісними показниками і забезпечує інформаційно-аналітичну підтримку фінансового менеджменту на підприємстві для досягнення мети його діяльності при максимально ефективному використанні фінансових ресурсів, свідчать негативні тенденції, що формують в динаміці основних фінансових показників, які характеризують зміни фінансового стану підприємства під впливом дії чинників зовнішнього та внутрішнього середовища.

При цьому основними факторами, що вказують на існування підстав для створення системи контролінгу на підприємстві, є:

– істотне зниження фінансово-економічних показників та формування сталої тенденції до їх погіршення, які створюють загрозу формування кризового фінансового стану;

– низька конкурентоспроможність та інвестиційна привабливість підприємства порівняно з конкурентами, або зміцнення фінансового стану та ринкової позиції конкурентів в умовах відсутності в них явних конкурентних переваг;

– необхідність коригування фінансової стратегії у зв'язку із появою нових цілей у змінених умовах функціонування, що склалися для підприємства, або недостатньою узгодженістю системи стратегічних та тактичних цілей;

– неефективність методів планування, обліку та аналізу, що спричиняє недостатність релевантної інформації для прийняття управлінських рішень;

– незадовільна координація між структурними підрозділами підприємства, дублювання або відсутність певних функцій фінансового менеджменту, виникнення конфліктів при їх виконанні.

Система фінансового контролінгу повинна забезпечувати динамічну рівновагу бізнесу в умовах нестабільності зовнішнього та трансформації внутрішнього середовища, базовими ознаками якої є додержання підприємствами певних правил фінансування.

## **СТРАТЕГІЯ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОЗДАТНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

Канд. екон. наук, доц. Янченко Н.В., здобувач вищої освіти Підлісний Д.К.  
*Харківський національний університет будівництва та архітектури*

Підвищення конкурентоспроможності являє собою процес змін, і як будь-який процес, особливо той, який викликає певні протидії, він потребує управління і, зокрема, стратегічного підходу. Оскільки зміни стосуються всіх основних організаційних складових, включаючи структуру кадрів, зайнятість, кваліфікацію, технологію, обладнання, продукцію, ринки збуту, то, відповідно, вихідним моментом підвищення конкурентоспроможності виступає розробка стратегії такого підвищення з урахуванням всіх аспектів сприяння та протидії. Як свідчить світовий досвід, вироблення і реалізація стратегії діяльності компанії забезпечують їй значні конкурентні переваги. Зарубіжні фахівці з питань управління розташовують ці переваги в такому порядку.

1. Розробка і вибір типу стратегії заохочує керівників постійно мислити перспективно.

2. Вибір стратегії сприяє чіткій координації зусиль, що робляться компанією.

3. Стратегія дозволяє встановити показники діяльності і надалі їх контролювати.

4. Вибрана стратегія примушує компанію чітко визначати свої завдання.

5. Стратегічне управління сприяє готовності компанії до раптових змін і криз.

6. Стратегія наочно демонструє взаємозв'язок обов'язків усіх посадовців.

Класифікація стратегій покликана полегшити вибір або розробку стратегій конкретного підприємства. По суті, той чи інший клас стратегій передбачає певний алгоритм поведінки організації в ситуації, що склалася. Це дозволяє скоротити витрати на планування й впровадження стратегії, адаптуючи запропонований алгоритм до внутрішніх особливостей підприємства.

З огляду на важливість конкурентоспроможності, для ефективного функціонування вітчизняних промислових підприємств необхідно управляти її рівнем. Управління конкурентоспроможністю є необхідною умовою для розвитку підприємства. Для організації управління конкурентоспроможністю необхідно забезпечити можливість кількісної оцінки на рівні товару та підприємства з урахуванням усіх факторів конкурентоспроможності, оскільки без кількісної оцінки вся робота з підтримки та підвищення рівня конкурентоспроможності має необґрунтований, стихійний характер. Підвищення конкурентоспроможності підприємства може бути реалізоване в зростанні цінової чи нецінової конкурентоспроможності продукції. Зростання цінової конкурентоспроможності забезпечується за рахунок зниження собівартості виробництва, підвищення ефективності використання ресурсів підприємства. Підвищення нецінової

конкуреноспроможності продукції відбувається, в основному, завдяки якісному поліпшенню елементів внутрішнього потенціалу підприємства. Таким чином, конкуреноспроможність продукції, як результат реалізації конкуреноспроможності підприємства здійснює безпосередній вплив на основні економічні показники діяльності підприємства. Випуск неконкуреноспроможної продукції часто є головною причиною появи «ланцюгів» неплатежів і зупинки підприємств.

## **СТАЛИЙ РОЗВИТОК НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ ЯК ОЗНАКА ЦИВІЛІЗАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ ХХІ СТОЛІТТЯ**

Канд. екон. наук, доц. Янченко Н.В., здобувач вищої освіти Шевчук І.О.  
*Харківський національний університет будівництва та архітектури*

Сучасні цивілізаційні процеси обумовлюються значними трансформаціями. З одного боку, спостерігаються швидкі темпи наукового й технічного прогресу, а з іншого вичерпанням деяких невідтворюваних природних ресурсів, труднощами їх відновлення, погіршенням якості навколишнього середовища, все це негативно впливає на розвиток світової економіки та потребує дій.

Сталий розвиток – це загальна концепція стосовно необхідності встановлення балансу між задоволенням сучасних потреб людства і захистом інтересів майбутніх поколінь, включаючи їх потребу в безпечному і здоровому довкіллі.

У теперішній час еволюція ідей сталого розвитку призвела до того, що в галузі забезпечення економічних, екологічних та соціальних імперативів сталого розвитку системи світового господарства сучасні науковці виділяють п'ять основних тенденцій: людство здатне надати розвитку стійкого і довгострокового характеру з тим, щоб він відповідав сьогоднішнім потребам людей, не залишаючи при цьому потомкам можливості задовольняти свої потреби; існуючі обмеження в галузі експлуатації природних ресурсів відносні, вони пов'язані з нинішнім рівнем техніки і соціальних організацій, а також здатністю біосфери справлятися з наслідками людської діяльності; з екологічними можливостями планети, зокрема щодо споживання енергії; розміри і темпи збільшення кількості населення повинні узгоджуватися із змінним продуктивним потенціалом глобальної екосистеми Землі.

У зв'язку з цим виділяють три ключові взаємозалежні сфери розвитку: економічна, екологічна і соціальна. Соціальна складова сталості потребує уваги до таких явищ, як добре розвинуті ринки праці та висока зайнятість; адаптація до демографічних змін. Екологічна сталість припускає стабільність біологічної та фізичної систем і збереження здорового навколишнього середовища. Ці вимоги визнаються не менш важливими, ніж економічне зростання і ефективність. Економічні процеси роблять як позитивний, так і негативний вплив на навколишнє середовище. Посилення економічної активності в більшості випадків припускає збільшення споживання енергії та інших природних ресурсів, а також емісію викидів і відходів виробництва. Вплив господарської діяльності на навколишнє середовище залежить від моделей споживання і виробництва, поведінки інвесторів, громадськості, втручання адміністративних і контролюючих органів. Важливим чинником також є технологічний рівень виробництва. В той же час економічне зростання створює можливості для фінансування заходів щодо охорони навколишнього середовища через впровадження чистих і менш ресурсомістких технологій та виробництво безпечної для навколишнього середовища продукції.

Таким чином, основне завдання сталого розвитку полягає у забезпеченні динамічного соціально-економічного зростання, збереженні навколишнього природного середовища і раціональному використанні природно-ресурсного потенціалу з метою задоволення потреб нинішнього і майбутніх поколінь шляхом

побудови високоефективної економічної системи, яка стимулює продуктивну працю, науково-технічний прогрес і має соціальну спрямованість.

Література: 1. Бажал Ю.М. Економічна теорія технологічних змін: Навч. посібник. – К.: Заповіт, 1996. – 240 с. 30 ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДУМКИ АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ЕКОНОМІКИ №1(127), 2012 2. Базилевич В.Д. Страховий ринок України. – К.: Знання, 1998. – 374 с. 3. Білорус О.Г., Мацейко Ю.М. Глобальна перспектива і сталий розвиток: Системні маркетинг. дослід. – К.: МАУП, 2005. – 492 с. 4. Буркинський Б.В., Степанов В.Н., Харичков С.К. Экономико-экологические основы регионального природопользования и развития / ИПРЭИ НАН Украины. – Одеса: Фенікс, 2005. – 575 с. 5. Кориков А. М. Основы системного анализа и теории систем / А. М. Кориков, Е. Н. Сафьянова. – Томск : ТГУ, 2005. – 320 с. 6. Васюткіна Н.В. Управління сталим розвитком підприємств: теоретико-методологічний аспект: монографія. – Київ, Видавництво Ліра-К, 2014. – 334 с.

## ЗМІСТ

ВСТУПНЕ СЛОВО ПРИ ВІДКРИТТІ XII МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ «ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ВЕКТОР МОДЕРНІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ: КРЕАТИВНІСТЬ, ПРОЗОРИСТЬ ТА СТАЛИЙ РОЗВИТОК»	3
--	---

### ПЛЕНАРНЕ ЗАСІДАННЯ

<i>Миколенко О. П., Страпчук С. І., Миколенко Д. В.</i> РИЗИКИ ПРОЄКТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ (НА ПРИКЛАДІ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОЄКТУ ЖАН МОНЕ МОДУЛЬ)	4
<i>Wornalkiewicz W.</i> DOGODNOŚĆ KOMUNIKOWANIA SIĘ - PRZYKŁADY PROGRAMÓW MOBILNYCH	5
<i>Dvorkin S.</i> MONITORING DES TRANSAKTIONSSEKTORS UND WIRTSCHAFTSTRANSPARENZ	7

### СЕКЦІЯ 1

#### КРЕАТИВНА ЕКОНОМІКА ТА ПІДПРИЄМНИЦТВО: СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

<i>Avanesova N., Serhiienko Y.</i> THE ESSENCE OF DEFINING THE TERM "CREATIVE INDUSTRIES"	9
<i>Danyleichuk R.B.</i> THE PRINCIPLES OF MECHANISM FUNCTIONING OF DEVELOPMENT SUPPORT OF SMALL BUSINESS REGIONAL INFRASTRUCTURE	10
<i>Drozd E.V. (head Perepechko N.N.)</i> DEVELOPMENT OF THE INTERNET SPACE IN THE REPUBLIC OF BELARUS BASED ON VENTURE INVESTMENT	12
<i>Kylnytska Ye.V., Gluhova S.V.</i> INTEGRATED SYSTEM EVALUATION EFFICIENCY OF INNOVATIVE ACTIVITY OF CONSTRUCTION ENTERPRISES	13
<i>Posternak I.M., Posternak S.A.</i> FORMATION STREAMS CONTINUOUS DEVELOPMENT FRONTS WORKS OF THE COMPLEX TOWN-PLANNING POWER RECONSTRUCTION	14
<i>Yatsiuk O. S.</i> TYPES AND FEATURES OF VENTURE BUSINESS FINANCING	16
<i>Аніщенко А.І., Албатов А.Ю.</i> ДОСЯГНЕННЯ ЕКОНОМІЧНОГО ЕФЕКТУ ПІД ЧАС ПРИГОТУВАННЯ ВИРОБІВ ВИРОБІВ З ПОЛІСТИРОЛОВОЇ СУМІШІ З ДОДАВАННЯМ ФІБРОВИХ ВОЛОКОН	17
<i>Аніщенко А.І., Безсмертний С.І.</i> ШЛЯХИ ЗБЕРЕЖЕННЯ ЕНЕРГОВИТРАТ ПІД ЧАС ЕКСПЛУАТАЦІЇ АВТОБЕТОНОЗМІШУВАЧА ГРАВІТАЦІЙНО-ПРИМУСОВОЇ ДІЇ	19
<i>Антоник В.В. (науковий керівник: канд. екон. наук, доц. Капленко Г.В.)</i> ДЕТЕРМІНАЦІЯ СУТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ БІЗНЕСУ	21
<i>Балджи М.Д., Монастирліу Ю.І.</i> ПРОБЛЕМИ ВІДПОВІДНОСТІ УКРАЇНСЬКОГО АВТОМОБІЛЬНОГО ПАЛИВА ТА АВТОПАРКУ ЕКОЛОГІЧНИМ РЕГЛАМЕНТАМ ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ	23

<i>Бахмач Д.Е. ДОСЛІДЖЕННЯ РАЦІОНАЛЬНИХ ШЛЯХІВ ПОДОЛАННЯ НЕГАТИВНИХ ФАКТОРІВ ПРИ ЕКСПЛУАТАЦІЇ СОНЯЧНИХ ЕЛЕКТРОСТАНЦІЙ</i>	25
<i>Біловодська О.А., Лагута К.О. ВИКОРИСТАННЯ ЧАТ-БОТУ В ІНТЕРНЕТ МАРКЕТИНГУ</i>	26
<i>Божидай І.І., Новікова А.О. ПАРАМЕТРИ ТА ДЖЕРЕЛА ФОРМУВАННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ ІДЕЙ</i>	27
<i>Божидай І.І., Шебалкова Є.І. ОСОБЛИВОСТІ КЛАСИФІКАЦІЇ КРЕАТИВНИХ ПІДПРИЄМСТВ</i>	29
<i>Бойченко О.І. АЛГОРИТМ МЕТОДИЧНОГО ПІДХОДУ ЩОДО ПІДВИЩЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ СПРИЙНЯТЛИВОСТІ ПОТЕНЦІАЛУ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВ</i>	31
<i>Бочарова Н.А., Тарасова О.С. ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ НА АТП</i>	32
<i>Дідик А.К. (науковий керівник: канд. техн. наук, доц. Бредіхін В.М.) ДЕВЕЛОПМЕНТСЬКИЙ ПІДХІД ДО ІНВЕСТИЦІЙНО-БУДІВЕЛЬНИХ ПРОЕКТІВ</i>	34
<i>Кривко В.І. (науковий керівник: канд. техн. наук, доц. Бредіхін В.М.) ЧИ ВИЖИВУТЬ ДЕВЕЛОПЕРСЬКІ КОМПАНІЇ В ЧАСИ КРИЗИ?</i>	36
<i>Манченко Д.Р. (науковий керівник: канд. техн. наук, доц. Бредіхін В.М.) НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ БУДІВЕЛЬНОЇ ГАЛУЗІ ПІД ЧАС КРИЗИ</i>	37
<i>Мокрицька І.Ю. (науковий керівник: канд. техн. наук, доц. Бредіхін В.М.) ІНВЕСТИЦІЇ В ОСНОВНІ ЗАСОБИ ЯК ДЖЕРЕЛО ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОЗДАТНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА</i>	38
<i>Огранішвілі І.Г. (науковий керівник: канд. техн. наук, доц. Бредіхін В.М.) ІНВЕСТИЦІЙНА ПРИВАБЛИВІСТЬ БУДІВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ ДЛЯ ІНВЕТОРІВ НА ПРИКЛАДІ М. ХАРКОВА</i>	39
<i>Бугріменко Р.М. ПЕРЕВАГИ ВИКОРИСТАННЯ ІНСТРУМЕНТІВ МАРКЕТИНГУ В СФЕРІ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ</i>	41
<i>Будницька А.О., Янковий О.Г. ФАКТОРНИЙ АНАЛІЗ ПРИБУТКУ ЯК ВАЖЛИВА СКЛАДОВА ВИЯВЛЕННЯ РЕЗЕРВІВ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА</i>	43
<i>Волосюк М.А., Проценко О.М., Герасименко В.В. ЦИФРОВА ЕКОНОМІКА В БУДІВНИЦТВІ</i>	45
<i>Гелеверя Є.М., Борзенкова А.О. МАРКЕТИНГОВІ ТЕХНОЛОГІЇ В СФЕРІ ТОРГІВЛІ ПЕРВИННОЮ ЖИТЛОВОЮ НЕРУХОМІСТЮ</i>	47
<i>Гелеверя Є.М., Тарабан Л.В. ЗАКОРДОННИЙ ДОСВІД ПРОГРАМУВАННЯ ТА ПРОГНОЗУВАННЯ ГОСПОДАРСЬКИХ ПРОЦЕСІВ</i>	49
<i>Гелеверя Є.М., Черкашин О.О. СТРАТЕГІЯ УПРАВЛІННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИМ КАПІТАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА</i>	51
<i>Головко-Марченко І.С., Гуца Я.С. АКТУАЛЬНІСТЬ РОЗВИТКУ КРЕАТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ В УКРАЇНІ</i>	53
<i>Горобченко О.А., Михальчишина Л.Г. РИНОК ЖИТЛА У СУЧАСНИХ УМОВАХ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ</i>	55
<i>Гоц А.Р. КРЕАТИВНА ЕКОНОМІКА УКРАЇНИ В ПЕРІОД КАРАНТИНУ</i>	58
<i>Грінченко Р.В., Балахніна А.О. КОРЕЛЯЦІЙНО-РЕГРЕСІЙНИЙ АНАЛІЗ ЯК СПОСІБ ПРОГНОЗУВАННЯ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА</i>	59

<i>Грінченко Р.В., Колібабчук О.Б.</i> ЕКОНОМІКО-МАТЕМАТИЧНІ МОДЕЛІ В УПРАВЛІННІ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА	61
<i>Дикань О.В., Білецька Д.О.</i> ОГЛЯД РОЗВИТКУ НОВИХ МОДЕЛЕЙ КРЕАТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ	63
<i>Дрозд Е.В. (руководитель: Кудрявцев В.А.)</i> РАЗВИТИЕ ИНДУСТРИИ 4.0 В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ	64
<i>Євсєєва О.О.</i> ПРИКЛАДНЕ ЗНАЧЕННЯ ОСУЧАСНЕННЯ БАЗОВИХ ПОЛОЖЕНЬ ФІЛОСОФІЇ ЕКОНОМІКИ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ТА КРЕАТИВІЗАЦІЇ ЕКОНОМІЧНИХ ПРОЦЕСІВ	65
<i>Жуков С.А.</i> ЛЮДСЬКИЙ КАПІТАЛ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ВАЖЛИВИЙ ФАКТОР КРЕАТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ	67
<i>Запорожець С.В., Костогрив В.Г.</i> ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПЛАТФОРМИ P2P КРЕДИТУВАННЯ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ	69
<i>Ілляшенко С.М.</i> ФАКТОРИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ В УМОВАХ ІV ПРОМИСЛОВОЇ РЕВОЛЮЦІЇ І ТРАНСФОРМАЦІЇ ТЕХНОЛОГІЧНИХ УКЛАДІВ	71
<i>Каличева Н.С.</i> ІННОВАЦІЙНА ТА КРЕАТИВНА ЕКОНОМІКА ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ЗАЛІЗНИЧНОГО ТРАНСПОРТУ	73
<i>Калініченко Л.Л., Бондарець М.М.</i> ІНТЕЛЕКТ ПІДПРИЄМЦЯ ЯК НЕВІД'ЄМНА СКЛАДОВА УСПІШНОГО БІЗНЕСУ	75
<i>Калініченко Л.Л., Федорець К.О.</i> КРЕАТИВНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ОСОБИСТОСТІ ЯК ФАКТОР ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ СУСПІЛЬСТВА	77
<i>Кічурчак М.В.</i> СТРУКТУРНІ ЗМІНИ У ЗАДОВОЛЕННІ ПОПИТУ НА ПРОДУКЦІЮ КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРИЙ УКРАЇНИ	79
<i>Кобелев В.М., Косенко А.В., Якушко А.С.</i> ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ АСИНХРОННИХ ЕЛЕКТРОДВИГУНІВ	80
<i>Кобелева Т.О.</i> ДЬЮ ДІЛІДЖЕНС ЯК ІНСТРУМЕНТ КОМП'ЄНС- БЕЗПЕКИ	82
<i>Кобцева Д.А.</i> ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ КРЕАТИВНОГО СЕКТОРА В УКРАЇНСЬКІЙ НАЦІОНАЛЬНІЙ ЕКОНОМІЦІ	84
<i>Коваленко Д.І., Яценко В.М.</i> МОЛОДІЖНИЙ ТУРИЗМ ЯК ЧИННИК РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ	86
<i>Коваленко Ж.С.</i> СФЕРА ТУРИЗМУ ЯК СКЛАДОВА КРЕАТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ	88
<i>Коваленко М.М.</i> СУТНІСТЬ ПОНЯТТЯ «ВРЯДУВАННЯ» ТА ХАРАКТЕРИСТИКА ЕКОНОМІЧНОГО ВРЯДУВАННЯ	89
<i>Ковтун В.А.</i> ІННОВАЦІЙНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО ЯК КРЕАТИВНИЙ ПРОЦЕС У СІЛЬСЬКОМУ ГОСПОДАРСТВІ	91
<i>Козій Х.В. (науковий керівник: канд. екон. наук, доц. Капленко Г.В.)</i> КРЕАТИВНА ЕКОНОМІКА ТА КРЕАТИВНЕ СУСПІЛЬСТВО	93
<i>Коледіна К.О.</i> ОСНОВНІ БАР'ЄРИ РЕАЛІЗАЦІЇ SMART- ПРОМИСЛОВОСТІ В УКРАЇНІ	95
<i>Колмакова О.М., Бондарець М.М.</i> ЕФЕКТИВНІСТЬ КРЕАТИВНОЇ ІНДУСТРИЇ В ЄВРОПІ	97
<i>Косенко А.П., Перерва П.Г., Якушко А.Е.</i> ИННОВАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ НА ПРОМЫШЛЕННОМ ПРЕДПРИЯТИИ ПО МОДЕЛИ «ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО ТОЛЧКА»	98

<i>Косенко О.П.</i> МУЛЬТИКУЛЬТУРНИЙ МАРКЕТИНГ У СФЕРІ КОМУНІКАЦІЙ	100
<i>Косенко А.В., Кобелев В.М., Шинкаренко М.О.</i> НАПРЯМКИ КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ РЕЗУЛЬТАТІВ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	102
<i>Кравченко Л.Н., Шевченко М.В.</i> РОССИЙСКИЙ РЫНОК ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛИ: ОСОБЕННОСТИ, ПРОБЛЕМЫ, ПЕРСПЕКТИВЫ	104
<i>Кравченко Л.Н., Шевченко М.В.</i> ОСОБЕННОСТИ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА ЗАТРАТ НА СОЗДАНИЕ САЙТА В СЕТИ ИНТЕРНЕТ	106
<i>Кривиця С.О., Бартош О.М.</i> ВИКОРИСТАННЯ ТА ВІДОБРАЖЕННЯ В ОБЛІКУ КРИПТОВАЛЮТ	108
<i>Курчак Х.М., Капленко Г.В.</i> КРЕАТИВНА ЕКОНОМІКА: ПОНЯТТЯ ТА ПЕРСПЕКТИВИ	109
<i>Литовченко О.Ю.</i> БІЗНЕС-РОЗВІДКА В СИСТЕМІ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА	111
<i>Литвинов А.С., Ергиева И.Д.</i> ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ФУНКЦИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ КАК УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ ИНСТРУМЕНТАРИЙ НА ПРИМЕРЕ ООО «АДИС-Авто»	113
<i>Мазур Г.О., Мазур О.В., Мазур Д.В.</i> СУТЬ ОРГАНІЗАЦІЙНИХ СТРУКТУР УПРАВЛІННЯ СУЧАСНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ УКРАЇНИ	115
<i>Мищанин Є.Ю.</i> АКТУАЛЬНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ В УКРАЇНІ	117
<i>Назаренко І.М.</i> ОСОБЛИВОСТІ ОЦІНКИ ПРИНЦИПУ БЕЗПЕРЕРВНОСТІ В ПРАКТИЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ	118
<i>Назаренко С.М.</i> ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ АУТСОРСИНГУ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ	120
<i>Носаченко О.А.</i> ВДОСКОНАЛЕННЯ ЗБУТОВОЇ ПОЛІТИКИ В ОПТОВІЙ ТОРГІВЛІ В УМОВАХ НЕСТАБІЛЬНОГО СЕРЕДОВИЩА	122
<i>Носова О.В., Носова Т.Ю.</i> ИННОВАЦИОННЫЕ КЛАСТЕРЫ В ЭКОНОМИКЕ	123
<i>Олійник Н.М., Іваненко Д.В., Макаренко С.М.</i> ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА ПІД ЧАС ПАНДЕМІЇ КОРОНАВІРУСУ	126
<i>Опарій Є.О.</i> ТЕХНОЛОГІЯ ЯК ТОВАР	128
<i>Остапенко А.С.</i> КРЕАТИВНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО В СУЧАСНОМУ ЕКОНОМІЧНОМУ ПРОСТОРІ УКРАЇНИ	130
<i>Охріменко І.М. (науковий керівник: канд.екон.наук, доц. Литовченко О.Ю.)</i> КОНТРОЛІНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА	131
<i>Павлов К.В.</i> ОЦЕНКА ИННОВАЦИОННО-ИНТЕНСИВНОГО РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ	134
<i>Пакуліна А.А., Загоруйко О.О.</i> КОУЧИНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ ОСОБИСТОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ В БІЗНЕСІ	135
<i>Пакуліна А.А., Загоруйко О.О.</i> ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ ВИТРАТ	136
<i>Пакуліна А.А., Кіяниця А.В.</i> БЮДЖЕТУВАННЯ ВИТРАТ ПІДПРИЄМСТВА	138
<i>Пакуліна А.А., Мокрицька І.Ю.</i> ДЖЕРЕЛА ФОРМУВАННЯ ОБОРОТНОГО КАПІТАЛУ	139
<i>Пакуліна А.А., Мокрицька І.Ю.</i> ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ ЩОДО ЗДІЙСНЕННЯ БЮДЖЕТНОГО КОНТРОЛЮВАННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВІ	141



<i>Пакуліна А.А., Мокрицька І.Ю.</i> УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ ПІДПРИЄМСТВА	143
<i>Пакуліна А.А., Мокрицька І.Ю., Єрмолаєв А.Г.</i> КАЛЬКУЛЮВАННЯ СОБІВАРТОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВІ	144
<i>Перерва П.Г.</i> КОМПЛАЕНС КАК ФАКТОР ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ	146
<i>Петриченко В., Жук О.С.</i> ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ТА ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ. КРЕАТИВНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО	148
<i>Повод Т.М.</i> ПОВЕДІНКОВА ЕКОНОМІКА ЯК ВАЖЛИВИЙ МЕЙНСТРИМ ЕКОНОМІЦІ СЬОГОДЕННЯ	150
<i>Подзізей О.О., Шматковська Т.О., Гордійчук А.Ю.</i> ПРОБЛЕМАТИКА ДОСЛІДЖЕННЯ КАТЕГОРІЙ «КОНКУРЕНЦІЯ» ТА «КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ»	152
<i>Попова Л.М., Рейзлер Є.Д.</i> УПРАВЛІННЯ ФІНАНСАМИ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ КОРОНАВІРУСУ	153
<i>Приходько Д.О.</i> МІНОВА ВАРТІСТЬ ЯК КОНЦЕНТРОВАНИЙ ВИРАЗ ЕКОНОМІКИ	155
<i>Пчелянська Г.О., Марковська А.О.</i> РОЗВИТОК ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ В УКРАЇНІ	156
<i>Радионова Л.А.</i> URBAN SPACE – ЭСКЛЮЗИВНАЯ КРЕАТИВНОСТЬ УКРАИНСКИХ ГОРОДОВ	158
<i>Рожкова Т.М.</i> ПРО СТАН ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ ХАРКІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ	160
<i>Сидорченко Т., Гаран Р.</i> СИСТЕМИ РЕГУЛЮВАННЯ МАЛОГО І СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ У РОЗВИНЕНИХ КРАЇНАХ СВІТУ	161
<i>Сірик В.С., Мащенко О.М.</i> ТРЕНЕРСЬКА ДІЯЛЬНІСТЬ ЧЕРЕЗ РЕАЛІЗАЦІЮ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ АКТИВНОСТІ	163
<i>Смачило В.В., Синіло О.</i> ОБҐРУНТУВАННЯ РОЗРОБКИ ДОРОЖНЬОЇ КАРТИ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В ХАРКІВСЬКОМУ РЕГІОНІ	164
<i>Ткачов М.М.</i> ІНТЕЛЕКТУАЛЬНА ВЛАСНІСТЬ: ЕКОНОМІКО-ПРАВОВИЙ АСПЕКТ	166
<i>Ткачова Н.П.</i> БЕНЧМАРКІНГ ЯК ФАКТОРА ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА	168
<i>Тохтаміш Т.О.</i> ЩОДО РОЗВИТКУ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ	170
<i>Устіловська А.С., Байлов І.А.</i> ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ КРЕАТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ В УКРАЇНІ	171
<i>Устіловська А.С., Демакова Д.Ю.</i> КРЕАТИВНА ЕКОНОМІКА ЯК НОВИЙ ЕТАП ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ	173
<i>Устіловська А.С., Кравченко В.Д.</i> ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ВІТЧИЗНЯНОЇ КРЕАТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ	174
<i>Фесенко Т.Г., Фесенко Г.Г.</i> OULU: ІННОВАЦІЙНЕ СЕРЕДОВИЩЕ МІСТА ЯК ЧИННИК СТАЛОГО РОЗВИТКУ ГРОМАДИ	176
<i>Хомич Л.В.</i> ФУНКЦІЇ І МОТИВАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ЛІДЕРА В УПРАВЛІННІ КРЕАТИВНІСТЮ ТА ІННОВАЦІЙНИМИ ЗМІНАМИ	178
<i>Чердаклієва І.О., Несторенко Т.П., Вєжбік-Строньська М.</i> РОЛЬ ІНФОРМАТИЗАЦІЇ В РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА	180

<i>Черненко К.В.</i> ГЛОБАЛЬНІ ПРИНЦИПИ КРЕАТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ: ОБЛІКОВИЙ АСПЕКТ	182
<i>Черній В.О.</i> DIGITAL-МАРКЕТИНГ ЯК ОДНА З КЛЮЧОВИХ СКЛАДОВИХ ФУНКЦІОНУВАННЯ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМСТВА	183
<i>Чорна М.В., Смольнякова Н.М.</i> КРЕАТИВНІСТЬ – УМОВА ТА ДЖЕРЕЛО ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ	184
<i>Шаталова Л.С., Запорожець К.М.</i> ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ	185
<i>Шматковська Т.О., Подолець А.Ю.</i> ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНІ ЗАСАДИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ	187
<i>Шуміло О.С., Кієнко Д.В.</i> ШЛЯХИ ВИРІШЕННЯ ПРОБЛЕМ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ В ПЕРІОД COVID-19	189
<i>Шуміло О.С., Літовка К.</i> СУЧАСНИЙ СТАН РОЗВИТКУ ТОРГІВЛІ В УКРАЇНІ	190
<i>Шуміло О.С., Рубашенко Г.В.</i> ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА ПЛАТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА	191
<i>Шуміло О.С., Толокнєєв Д.В.</i> ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ БАНКРУТСТВА В УКРАЇНІ ТА ЗАРУБІЖНИХ КРАЇНАХ	193
<i>Щербатюк М.М.</i> ( науковий керівник: канд. екон. наук, доц. <i>Капленко Г.В.</i> ) КРЕАТИВНА ЕКОНОМІКА ТА ПІДПРИЄМНИЦТВО	194
<i>Янковий О.Г., Запорожець К.М.</i> СТАТИСТИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ЗВ'ЯЗКУ РІВНЯ БЕЗРОБІТТЯ З КАПІТАЛЬНИМИ ІНВЕСТИЦІЯМИ В УКРАЇНІ	196
<i>Янченко Н.В., Дибіна Д.Р.</i> КРЕАТИВНА ЕКОНОМІКА: СУТНІСТЬ, ОСОБЛИВОСТІ ТА ПЕРЕДУМОВИ ФОРМУВАННЯ	197
<i>Янченко Н.В., Дорохова А.М.</i> КРЕАТИВНА ЕКОНОМІКА: СУТНІСТЬ ПОНЯТТЯ ТА ЗНАЧЕННЯ	199
<i>Янченко Н.В., Константинова К.Г.</i> КРЕАТИВНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО ЯК РЕСУРС ЕКОНОМІКИ	200
<i>Янченко Н.В., Константинова К.Г.</i> ПІДПРИЄМНИЦТВО В УКРАЇНІ: ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ	202
<i>Янченко Н.В., Нгуєн Т.Х.В.</i> ТРЕНДИ РОЗВИТКУ КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ В УКРАЇНІ	204
<i>Янченко Н.В., Рубашенко Г.В.</i> СУТНІСТЬ ПРЯМИХ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТИЦІЙ	205
<i>Янченко Н.В., Татаренко А.А.</i> КРЕАТИВНА ЕКОНОМІКА: СВІТОВИЙ ДОСВІД ТА УРОКИ ДЛЯ УКРАЇНИ	207
<i>Янченко Н.В., Татаренко А.А.</i> СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЇ ПІДБОРУ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА	209
<i>Янченко Н.В., Татаренко А.А.</i> УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ПРОМИСЛОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ	211
<i>Янченко Н.В., Тихомирова А. О.</i> ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ПРАЦІ ЗА РАХУНОК КРЕАТИВНОГО ПІДХОДУ ДО ВИБОРУ РОБОЧОГО МІСЦЯ	212
<i>Янченко Н.В., Толокнєєв Д.В.</i> ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ЕКОНОМІКИ	214
<i>Янченко Н.В., Чумак Е.В.</i> МІЖНАРОДНІ ТА ВІТЧИЗНЯНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ КРЕАТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ	216
<i>Янченко Н.В., Чумак Е.В.</i> СУТНІСТЬ КРЕАТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ	218

<i>Янченко Н.В., Шебалкова Є.І.</i> МОДЕРНІЗАЦІЯ І ЕКОЛОГІЗАЦІЯ ЕКОНОМІКИ	219
---	-----

**СЕКЦІЯ 2**  
**ІНСТРУМЕНТИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОЗОРОСТІ**  
**ПУБЛІЧНОГО СЕКТОРУ**

<i>Арасланова О.Ю.</i> (науковий керівник: канд. екон. наук, доц. <i>Кудрицька Ж.В.</i> ) РЕАЛІЗАЦІЯ ПРИНЦИПІВ КОНЦЕПЦІЇ СТАЛОГО РОЗВИТКУ В ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	222
<i>Божидай І.І., Білко Д.О.</i> НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ДОКУМЕНТООБІГУ НА ПІДПРИЄМСТВІ	223
<i>Божидай І.І., Ветчинкін О. С.</i> ЗНАЧУЩІСТЬ ДОКУМЕНТООБІГУ В СИСТЕМІ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ	225
<i>Божидай І.І., Круглов І.А.</i> НЕОБХІДНІСТЬ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ЕКОНОМІКИ	227
<i>Босько О.В.</i> К ВОПРОСУ ФОРМИРОВАНИЯ КОММУНИКАТИВНОЙ КОМПЕТЕНЦИИ ГОСУДАРСТВЕННЫХ СЛУЖАЩИХ	228
<i>Вовк В.В.</i> (науковий керівник: канд. екон. наук, доц. <i>Капленко Г.В.</i> ) ОСНОВОПОЛОЖНІ ЗАСАДИ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ПРОЗОРОСТІ В ОРГАНАХ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ	229
<i>Гелеверя Є. М., Сафронова К. В.</i> ПРОГРАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ТА ПРОГНОЗУВАННЯ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ СТРУКТУР БУДІВЕЛЬНОЇ ГАЛУЗІ	231
<i>Гречко Н., Тимченко І.</i> ІНСТРУМЕНТИ ЗВ'ЯЗКУ МІЖ ПРИКЛАДНИМИ ДОДАТКАМИ ЗА ДОПОМОГОЮ OLE-ТЕХНОЛОГІЇ	234
<i>Дегтярьова О.О.</i> ПРОЗОРИСТЬ ТА ЕФЕКТИВНІСТЬ В СИСТЕМІ КОНТРОЛІНГУ	236
<i>Калініченко Л.Л., Сергієнко Ю.</i> ЛЕГКІСТЬ ВЕДЕННЯ БІЗНЕСУ ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОГО КЛІМАТУ	237
<i>Капленко Г.В., Боднарчук У.О.</i> ПРИНЦИПИ ВІДКРИТОСТІ ТА ПРОЗОРОСТІ В ДІЯЛЬНОСТІ ОРГАНІВ ПУБЛІЧНОЇ ВЛАДИ	239
<i>Капленко Г. В., Грицишин О. П.</i> СВІТОВИЙ І ВІТЧИЗНЯНИЙ ДОСВІД ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОЗОРОСТІ ТА ВІДКРИТОСТІ ОРГАНІВ ДЕРЖАВНОЇ ВЛАДИ В РЕАЛІЗАЦІЇ ПУБЛІЧНОЇ ПОЛІТИКИ	241
<i>Капленко Г.В., Мучичко К.Ю.</i> ПРОЗОРИСТЬ ДЕРЖАВНИХ ФІНАНСІВ ЯК ПЕРЕДУМОВА ЕФЕКТИВНОСТІ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ	243
<i>Ковальова Т.В.</i> ЗВІТ ПРО УПРАВЛІННЯ ЯК ЕЛЕМЕНТ ПРОЗОРОСТІ ТА ДОСТОВІРНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	245
<i>Ковтун В.М., Вольська О.М.</i> ЗНАЧЕННЯ ЕЛЕКТРОННОГО КАБІНЕТУ ЗАБУДОВНИКА У ДІЯЛЬНОСТІ МІСТОБУДУВАННЯ	246
<i>Колмакова О.М., Білко Д.О.</i> МАРКЕТИНГ І ЛОГІСТИКА В СУЧАСНИХ УМОВАХ: СИСТЕМА ПРОЗОРО	248
<i>Колмакова О.М., Гуца Я.С.</i> МАРКЕТИНГ У БУДІВЕЛЬНІЙ ГАЛУЗІ: АСПЕКТ ДЕРЖАВНИХ ЗАКУПІВЕЛЬ	249
<i>Колмакова О.М., Кузьменко І.М.</i> ВПЛИВ МАРКЕТИНГУ ТА PR НА ЕКОНОМІЧНУ ЕФЕКТИВНІСТЬ ФУНКЦІОНУВАННЯ БІЗНЕСУ	250
<i>Колмакова О.М.</i> ПОТЕНЦІАЛ РЕГІОНУ: ЙОГО СТРУКТУРА, ЕНЕРГЕТИЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ	252

<i>Кондратенко Д.В.</i> ЗАХОДИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗКРИТТЯ ІНФОРМАЦІЇ У ФІНАНСОВИХ УСТАНОВАХ	253
<i>Корнієнко М.О. (науковий керівник: канд. екон. наук, доц. Капленко Г.В.)</i> ПРОЗОРИСТЬ ПУБЛІЧНОГО СЕКТОРУ В КОНТЕКСТІ ЕЛЕКТРОННОГО УРЯДУВАННЯ	255
<i>Кривобок Ю.С. (науковий керівник: канд. екон. наук, доц. Халіна В.Ю.)</i> РОЛЬ ТА ЗНАЧЕННЯ УПОВНОВАЖЕНОЇ ОСОБИ В СФЕРІ ПУБЛІЧНИХ ЗАКУПІВЕЛЬ	257
<i>Кривуля П. В.</i> ПРОБЛЕМАТИКА И ПЕРСПЕКТИВЫ ОРГАНИЗАЦИИ ПАРТИЦИПАТОРНОГО БЮДЖЕТИРОВАНИЯ НА ОСНОВЕ ПОПРИОРИТЕТНОГО СТРУКТУРИРОВАНИЯ РАСХОДОВ	258
<i>Мовчанюк А.В.</i> ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ НАДАННЯ АДМІНІСТРАТИВНИХ ПОСЛУГ В УМОВАХ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ ВЛАДИ В УКРАЇНІ	260
<i>Садиков М.А., Samedova Sabina</i> СВІТОВИЙ ДОСВІД: ЕФЕКТИВНА ДІЯЛЬНІСТЬ ДЕРЖАВНИХ ОРГАНІВ УПРАВЛІННЯ	262
<i>Садиков М.А.</i> РОЛЬ МЕНЕДЖЕРІВ У СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ І ПЕРСПЕКТИВИ ЗРОСТУ ЇХ КАР'ЄРИ	263
<i>Сатир Р.Ю. (науковий керівник: канд. екон. наук, доц. Халіна В.Ю.)</i> АНАЛІЗ РИНКУ ПУБЛІЧНИХ ЗАКУПІВЕЛЬ УКРАЇНИ	264
<i>Сенчук І. І.</i> ОПІР ЗМІНАМ У СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНИМИ ЗМІНАМИ ПІДПРИЄМСТВ	265
<i>Сергієнко Т.І.</i> ПРИНЦИПИ ПРОЗОРОСТІ ТА ВІДКРИТОСТІ ПУБЛІЧНОЇ ПОЛІТИКИ В УКРАЇНІ	266
<i>Смачило В.В., Ярошенко Є.Д.</i> СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО ЯК ІНСТРУМЕНТ ФОРМУВАННЯ ГРОМАДЯНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА	267
<i>Соколенко Л.Ф.</i> КОМУНІКАЦІЯ КЕРУЮЧОЇ КОМПАНІЇ В СФЕРІ ЖКГ ІЗ СТЕЙКХОЛДЕРАМИ НА ОСНОВІ ІНФОРМАЦІЙНИХ ПОТОКІВ	268
<i>Тулейко Е.В.</i> СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОЛИТИКИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ НА ОСНОВЕ ОПЫТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ	270
<i>Устіловська А.С., Гузенко С.О.</i> ПРОБЛЕМИ ТА НЕДОЛІКИ ПРОЗОРОСТІ ПУБЛІЧНОГО СЕКТОРУ В БУДІВНИЦТВІ	272
<i>Устіловська А.С., Фомін М.С.</i> ОПТИМІЗАЦІЯ СИСТЕМИ КОНТРОЛЮ ЗА ЗДІЙСНЕННЯМ ПУБЛІЧНИХ ЗАКУПІВЕЛЬ	273
<i>Халіна В.Ю., Бородай О.В.</i> АНАЛІЗ МІЖНАРОДНОЇ СПІВПРАЦІ В СФЕРІ ПУБЛІЧНИХ ЗАКУПІВЕЛЬ	274
<i>Халіна В.Ю., Душинюк Д.В.</i> РИНОК ПУБЛІЧНИХ ЗАКУПІВЕЛЬ УКРАЇНИ ТА ЙОГО РОЗВИТОК	275
<i>Халіна В.Ю., Шепеленко Н.Л.</i> ВПРОВАДЖЕННЯ ЕКОЗАКУПІВЕЛЬ В БУДІВНИЦТВІ	277
<i>Халіна В.Ю., Бондаренко Ю.А.</i> ПОПЕРЕДЖЕННЯ СТРОКІВ В ЕЛЕКТРОННІЙ СИСТЕМІ ЗАКУПІВЕЛЬ	279
<i>Халіна В.Ю., Буцький В.О.</i> ВПРОВАДЖЕННЯ ЕКОЗАКУПІВЕЛЬ В БУДІВНИЦТВІ	279
<i>Халіна В.Ю., Касека В.М.</i> НОВА ЕРА ПРОФЕСІОНАЛІЗАЦІЇ СФЕРИ ПУБЛІЧНИХ ЗАКУПІВЕЛЬ	280
<i>Халіна В.Ю., Крицька К.С.</i> ПУБЛІЧНІ ЕКОЗАКУПІВЛІ ЯК БАЗИС СТАЛОГО РОЗВИТКУ	281
<i>Халіна В.Ю., Маліка А.</i> ВИЗНАЧЕННЯ РІВНЯ ГОТОВНОСТІ ДО УЧАСТІ У ПУБЛІЧНИХ ЗАКУПІВЛЯХ	283

<i>Халіна В.Ю., Сироватський О.А., Покуса Т.</i> ТРАНСПАРЕНТНІСТЬ БУДІВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА	285
<i>Чайка І.П.</i> ЗМІНИ ЗАКОНОДАВЧИХ УМОВ ЛІЦЕНЗУВАННЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ УДОСКОНАЛЕННЯ СФЕРИ ВИЩОЇ ОСВІТИ	286

### СЕКЦІЯ 3 СТАЛІЙ РОЗВИТОК ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ

<i>Krasnokutska I.</i> THE OPPORTUNITIES AND CHALLENGES OF EMPLOYMENT IN TOURISM	288
<i>Nalyvaiko T.</i> HIERARCHY OF THE ADAPTIVE CONTROL OF THE PERSONNEL AT THE ENTERPRISE	289
<i>Smachylo V.V., Kuzmenko I.M</i> ANALYSIS OF THE LABOR MARKET IN UKRAINE	291
<i>Smachylo V., Fabus M.</i> STARTUPS AND SMEs AS A DRIVER OF ENTREPRENEURSHIP'S DEVELOPMENT	293
<i>Sotnyk I., Kubatko O.</i> ENERGY EFFICIENCY DRIVERS FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT: THE CASE OF UKRAINE	294
<i>Адвокатова Н.О.</i> ЗАСТОСУВАННЯ ЕКОЛОГО-ЕКОНОМІЧНИХ МЕХАНІЗМІВ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ МІСТ	295
<i>Артамонова О.Д., Капленко Г.В.</i> РЕСУРСОЗБЕРІГАЮЧІ ТЕХНОЛОГІЇ ЯК ЗАПОРУКА ЕКОЛОГІЧНОГО СТАЛОГО РОЗВИТКУ	297
<i>Белікова Т.В., Леуенко О.В.</i> РОЗВИТОК ФІНАНСОВОГО СЕКТОРУ УКРАЇНИ	298
<i>Благой В.В., Кануннікова В.В.</i> ДОСЛІДЖЕННЯ ТА ОЦІНКА ШЛЯХІВ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	300
<i>Благой В.В., Кануннікова Д.С.</i> ДОСЛІДЖЕННЯ ТА ОЦІНКА ШЛЯХІВ ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	301
<i>Богашко О. Л.</i> ТЕХНОЛОГІЧНИЙ ПРОГРЕС ТА ЗМІНА СТРУКТУРИ ЗАЙНЯТОСТІ, ЯК СЕРЙОЗНІ ВИКЛИКИ ДЛЯ СУЧАСНОГО РИНКУ ПРАЦІ	302
<i>Боднарук І. Р., Мандибур В.С.</i> РОЗВИТОК ЕКОТУРИЗМУ В ІВАНО-ФРАНКІВСЬКІЙ ОБЛАСТІ	304
<i>Божидай І.І., Байлов І. А.</i> ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ АГРОБІЗНЕСУ В УКРАЇНІ	305
<i>Божидай І.І., Константинова К.Г.</i> ВИЗНАЧЕННЯ ФАКТОРІВ ВПЛИВУ НА ВИРОБНИЧУ ПОТУЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ	307
<i>Божидай І.І., Рочева Г.В.</i> ОСНОВНІ НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ІНДЕКСУ ЕКОЛОГІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ УКРАЇНИ	309
<i>Божидай І.І., Шип К.В.</i> МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	311
<i>Боліла Н.В.</i> ЦИФРОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФОРМУВАННЯ ЕКОНОМІЧНОГО ІМУНІТЕТУ ЯК ОСНОВА СТАЛОГО РОЗВИТКУ БУДІВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ	312
<i>Бут-Гусаїм О.</i> ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ЩОДО ВИРІШЕННЯ ПРОБЛЕМ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНИХ КОНТАКТІВ	314
<i>Бутенко О.П., Гончарова А.С.</i> ПРИНЦИПИ УПРОВАДЖЕННЯ КАТЕГОРІЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ НА ПІДПРИЄМСТВІ	315
<i>Вербницька В.І., Поясник О.Б., Резуненко Є.Ю.</i> ОБЛІК ТА АНАЛІЗ У ВЗАЄМОЗВ'ЯЗКУ З УПРАВЛІНСЬКИМИ РІШЕННЯМИ	316

<i>Вербицька В.І., Нзбоді Аджа Агнес Дебора, Радіонов В.Е.</i> ЗНАЧЕННЯ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ	318
<i>Ветрова В.В. (науковий керівник: канд. екон. наук, доц. Благой В.В.)</i> РЕСУРСНИЙ ПОТЕНЦІАЛ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ: СТАН І ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ	320
<i>Волосов А.М., Рєзник М.О.</i> ОЦІНКА ЯКІСНИХ ХАРАКТЕРИСТИК ПЕРСОНАЛУ ЯК ЧИННИКА ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВА РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ	322
<i>Воробець В.В.</i> ОЦІНКА ТА ПОРІВНЯННЯ КОРОТКО- І ДОВГОСТРОКОВИХ КОЕФІЦІЄНТІВ ЕЛАСТИЧНОСТІ ЯК ЧИННИК СТАЛОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІЧНОГО СУБ'ЄКТА	324
<i>Временко Л.В.</i> ДІЯЛЬНІСТЬ НЕБАНКІВСЬКИХ ФІНАНСОВИХ УСТАНОВ У КОНТЕКСТІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ	325
<i>Гелеверя Є.М., Остапчук А. Ю.</i> ЕКОНОМІЧНІ МЕХАНІЗМИ ОПТИМІЗАЦІЇ КАДРОВОЇ ПОЛІТИКИ БУДІВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА	327
<i>Гелеверя Є.М., Смоліна К.О.</i> ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИМ КАПІТАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА	328
<i>Гербиш В.Г. (науковий керівник: д-р. екон. наук, проф. Янковий О.Г)</i> МОДЕЛЮВАННЯ ІНФЛЯЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ ЗАДЛЯ ПІДТРИМКИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ	331
<i>Головко-Марченко І.С., Татаренко А.А.</i> КОЛАБОРАЦІЯ – ЕФЕКТИВНА ФОРМА ПАРТНЕРСТВА	333
<i>Головко-Марченко І.С., Шебалкова Є.І.</i> ЕЛЕКТРОННИЙ ДОКУМЕНТООБІГ В УКРАЇНІ	334
<i>Головчук Ю.О.</i> КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ ОРГАНІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ	335
<i>Григорук Т.О. (науковий керівник: канд. екон. наук, доц. Ніколаєва А.М.)</i> ВАЛЮТНЕ РЕГУЛЮВАННЯ В УКРАЇНІ: СУТНІСТЬ, СТАН ТА НАПРЯМИ РОЗВИТКУ	336
<i>Гриценко Н.В.</i> УПРАВЛІННЯ МОДЕЛЯМИ ТРАНСФОРМАЦІЇ ЕКОНОМІКИ КРАЇНИ	338
<i>Гуцько М.В., Іщенко А.М.</i> ФІЗИЧНЕ ВИХОВАННЯ ЯК СКЛАДОВА ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ДЕРЖАВИ	340
<i>Дзюбинська О.В.</i> КРУГОВА ЕКОНОМІКА ЯК СУЧАСНА ПЕРЕДУМОВА ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ РЕСУРСІВ	342
<i>Дзямulich М. І.</i> РОЗВИТОК ПЕРСОНАЛУ В ПОСТІНДУСТРІАЛЬНІЙ ЕКОНОМІЦІ	343
<i>Довба І.В., Довба Т.В.</i> АКТИВІЗАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ І ПРОГНОЗУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНУ	345
<i>Євсєєв С.Є., Тодріна І.В.</i> КОНЦЕПЦІЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ В ПРАЦЯХ С.А. ПОДОЛИНСЬКОГО	346
<i>Єрмоленко О.А., Лисьонкова Н.М., Коковіхіна О.О.</i> ІНФРАСТРУКТУРНІ ОБЛІГАЦІЇ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗАЛУЧЕННЯ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ В РАМКАХ ДЕРЖАВНО-ПРИВАТНОГО ПАРТНЕРСТВА В УКРАЇНІ	347
<i>Зеленко В.А., Сарафін М.А.</i> ДОСЯГНЕННЯ СТАЛОСТІ ЯК ОДИН ІЗ ВИКЛИКІВ СУЧАСНОЇ МОНЕТАРНОЇ ПОЛІТИКИ ЄС ТА УКРАЇНИ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНОЇ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ КРИЗИ	349
<i>Іващенко М.В.</i> ВІРУСНА ЗАГРОЗА ТА СВІТОВА ЕКОНОМІЧНА КРИЗА	351

<i>Калініченко Л.Л., Благой В.В.</i> ФОРМУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ КОМУНІКАЦІЙ ЯК ІНСТРУМЕНТА РОЗВИТКУ ІМІДЖУ ПІДПРИЄМСТВА	353
<i>Калініченко Л.Л., Бондарець М.М.</i> РОЛЬ КОМУНІКАЦІЙ У СУЧАСНОМУ БІЗНЕСІ	354
<i>Калініченко Л.Л., Пакуліна Г.С.</i> МІСЦЕ УКРАЇНИ У ГЛОБАЛЬНИХ РЕЙТИНГАХ	356
<i>Калініченко Л.Л., Пакуліна Г.С.</i> ГОЛОВНІ ПРОТИРІЧЧЯ І ПРОБЛЕМИ ГЛОБАЛЬНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ЕКОНОМІКИ	359
<i>Калініченко Л.Л., Пакуліна Г.С.</i> ХАРАКТЕРИСТИКА СУЧАСНОГО ЕТАПУ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ: ПРОЯВИ ДУАЛІЗМУ	361
<i>Кальчук Е.Ю., Іщук Л.І.</i> ОСНОВНІ ВИРОБНИЧІ ФОНДИ: СУТНІСТЬ ТА КЛАСИФІКАЦІЯ	362
<i>Кальчук Е.Ю. (науковий керівник: канд. екон. наук Шейко Ю.О.)</i> ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СВІТОВОГО СТРАХОВОГО РИНКУ ТА ЇХ ВПЛИВ НА РИНОК СТРАХУВАННЯ УКРАЇНИ	363
<i>Капленко Г. В., Юрчик Ю. І.</i> РОЛЬ ІННОВАЦІЙ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТА СТАЛОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ	365
<i>Ковтун Д.С., Ларка Л.С.</i> ДІАГНОСТУВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ РОБОТИ ПІДПРИЄМСТВА	367
<i>Козій О. В. (науковий керівник: канд. екон. наук, доц. Капленко Г. В.)</i> СТАЛІЙ РОЗВИТОК ТА ЙОГО ВПЛИВ НА УКРАЇНУ	369
<i>Колмакова О.М., Демакова Д.Ю.</i> ЯК ОПТИМІЗУВАТИ ВИТРАТИ ПІДПРИЄМСТВА ЗА РАХУНОК АМОРТИЗАЦІЙНИХ ВІДРАХУВАНЬ?	370
<i>Колмакова О.М., Рочева Г.В.</i> АЛГОРИТМ РОЗРАХУНКУ ПРИБУТКІВ ТА ТОЧКА БЕЗЗБИТКОВОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	372
<i>Колмакова О.М.</i> ЕНЕРГЕТИЧНА БЕЗПЕКА УКРАЇНИ: ЕКОНОМІЧНИЙ АСПЕКТ	374
<i>Колодяжна Т.В.</i> ГЕНЕЗИС ТЕОРЕТИЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ КОНЦЕНТРАЦІЇ РИНКІВ	376
<i>Костинець В.В.</i> АНАЛІЗ СТАНУ СВІТОВОГО РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ	377
<i>Кравченко Л.Н., Шевченко М.В.</i> АНАЛИТИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УПРАВЛЕНИЯ ДЕБИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТЬЮ	378
<i>Кравченко Л.Н., Шевченко М.В.</i> ВНУТРЕННИЙ КОНТРОЛЬ КАК ФАКТОР ОБЕСПЕЧЕНИЯ УСТОЙЧИВОГО ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ	380
<i>Кулієвич М.</i> СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ОПЛАТИ ПРАЦІ В УКРАЇНІ	382
<i>Кулімякіна Д.Ю. (науковий керівник: канд. екон. наук, доц. Благой В.В.)</i> ЕКО-ІННОВАЦІЇ ЯК ФАКТОР СТАЛОГО РОЗВИТКУ ТА ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ	383
<i>Куцаєва О.А.</i> ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ ВНЕДРЕНИЯ ЭЛЕМЕНТОВ СИСТЕМЫ ТОЧНОГО ЗЕМЛЕДЕЛИЯ	387
<i>Латорець К.В.</i> ЕКОЛОГІЧНО ЧИСТІ БЕТОНИ	388
<i>Брагілевська В.Є., Новікова В. О. (науковий керівник: канд. екон. наук, доц. Лозовий А.В.)</i> ПРОБЛЕМИ ВПРОВАДЖЕННЯ РИНКУ ЗЕМЛІ В УКРАЇНІ	389
<i>Лозовий А.В., Васильченко Я.Р.</i> КАПІТАЛІЗАЦІЯ ПРИРОДНИХ РЕСУРСІВ, СУТНІСТЬ ТА ВИДИ	391

<i>Лозовий А.В., Кириченко Ю.Ю.</i> ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ В УКРАЇНІ	392
<i>Лозовий А.В., Кулімякіна Д.Ю.</i> ПРОБЛЕМА БІДНОСТІ НАСЕЛЕННЯ УКРАЇНИ І ШЛЯХИ ЇЇ ВИРІШЕННЯ	394
<i>Лозовий А.В., Найденко А.Є.</i> СОЦІАЛІЗАЦІЯ ЕКОНОМІКИ ТА КАПІТАЛУ ЯК ЗАКОНОМІРНІСТЬ РОЗВИТКУ СУЧАСНОГО СВІТУ	396
<i>Мазурук О.Р.</i> ПОСИЛЕННЯ ОЛІГОПОЛІСТИЧНИХ ТЕНДЕНЦІЙ ЯК ЗАГРОЗА СТАЛОМУ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ	398
<i>Майстро Р.Г., Назаренко Д.С.</i> МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД ПОПЕРЕДЖЕННЯ НЕГАТИВНИХ ЕКОНОМІЧНИХ НАСЛІДКІВ КАРАНТИНУ	400
<i>Макєєв Д.О., Ларка Л.С.</i> СТАЛІЙ РОЗВИТОК ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ: МАРКЕТИНГОВИЙ АСПЕКТ	402
<i>Маковоз О.С.</i> ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ВЕКТОР МОДЕРНІЗАЦІЇ АГРАРНОГО СЕКТОРУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ	404
<i>Максименко Я. А., Дяченко Т. А.</i> ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК НА ЗАСАДАХ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ	405
<i>Малюк В.П. (науковий керівник: канд. екон. наук Іщук Л.І.)</i> ТЕНДЕНЦІЇ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СТРАХОВИХ КОМПАНІЙ В УКРАЇНІ	407
<i>Мардус Н.Ю.</i> СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ ВНУТРІШНЬОГО РИНКУ ТОВАРІВ	409
<i>Линьова В.Д., Марченко О. В.</i> ВПЛИВ ПАНДЕМІЇ НА ПЛАТОСПРОМОЖНІСТЬ БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ	411
<i>Машиошина Т.В., Стрельченко Ю.Л.</i> СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ПОТЕЧНОГО КРЕДИТУВАННЯ	413
<i>Мельникова Н.В.</i> ВіTRIX24: ОСОБЛИВОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ І АДМІНІСТРУВАННЯ СИСТЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЗАСТОСУВАННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ	414
<i>Мельниченко Г. М.</i> ПРІОРИТЕТНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ РЕГІОНУ	415
<i>Мельничук С.С. (науковий керівник: канд. екон. наук Шейко Ю.О.)</i> ТЕНДЕНЦІЇ ІНТЕГРАЦІЇ БАНКІВ ТА СТРАХОВИХ КОМПАНІЙ	417
<i>Мирулюбова Т.В. (науковий керівник: канд. екон. наук Шейко Ю.О.)</i> ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МАЙНОВОГО СТРАХУВАННЯ В УКРАЇНІ	418
<i>Мукасеєва А.В.</i> ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РІВНОВАГИ КОНКУРЕНТНОГО РИНКУ В ДОВГОСТРОКОВОМУ ПЕРІОДІ ЯК УМОВА СТАЛОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІЧНОЇ СИСТЕМИ	420
<i>Неганова В.В. (науковий керівник: канд. екон. наук, доц. Благой В.В.)</i> ДОСЛІДЖЕННЯ ТА ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПРОЕКТУ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ВАЖЛИВОЇ УМОВИ СТАБІЛЬНОЇ РОБОТИ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ	422
<i>Ніколаєва А.М.</i> ПОНЯТТЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ФІНАНСОВОГО РИНКУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ	423
<i>Новосьолова О.С., Іщенко М.В.</i> ІНОЗЕМНИЙ КАПІТАЛ В БАНКІВСЬКОМУ СЕКТОРІ УКРАЇНИ	424
<i>Овсієнко О. В.</i> ІНВЕСТУВАННЯ У КОРПОРАТИВНІ ПРАВА: БЕЗПЕКА ІНВЕСТОРІВ В УКРАЇНІ	426
<i>Овчиннікова В.О., Обруч Г.В.</i> СВІТОВИЙ ДОСВІД ТА УКРАЇНСЬКІ РЕАЛІЇ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ ЗАЛІЗНИЧНОГО ТРАНСПОРТУ	428



<i>Олійник Т.Г.</i> ЕКОЛОГІЧНІ ПРОБЛЕМИ У КОНТЕКСТІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ	430
<i>Опікунова Н.В., Кисла Ю.М.</i> НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	432
<i>Опікунова Н.В., Нечаєва А.С.</i> ОСОБЛИВОСТІ ПРОМИСЛОВОГО МАРКЕТИНГУ	434
<i>Орлик О.В.</i> РОЛЬ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ У СТАЛОМУ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА	435
<i>Пакуліна А.А., Гуца Я.С.</i> СТАТИСТИЧНІ МЕТОДИ ВИМІРЮВАННЯ ВЗАЄМОЗВ'ЯЗКІВ	437
<i>Пакуліна А.А., Гуца Я.С.</i> СТАТИСТИЧНА ЗВІТНІСТЬ ЯК ОСОБЛИВА ФОРМА ОРГАНІЗАЦІЇ ЗБОРУ ДАНИХ	439
<i>Пакуліна А.А., Гуца Я.С.</i> УЗАГАЛЬНЮЮЧІ СТАТИСТИЧНІ ПОКАЗНИКИ	440
<i>Пакуліна А.А., Гуца Я.С.</i> СТАТИСТИЧНЕ СПОСТЕРЕЖЕННЯ ЯК МЕТОД СТАТИСТИЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ	442
<i>Пакуліна А. А., Демакова Д. Ю.</i> ВИВЧЕННЯ ІСТОРІЇ СТАТИСТИЧНОЇ НАУКИ І ПРАКТИКИ	443
<i>Пакуліна А. А., Демакова Д. Ю.</i> СТАТИСТИЧНИЙ АНАЛІЗ ЗАХОДІВ БОРОТЬБИ З АЛКОГОЛЕМ В СВІТІ	445
<i>Пакуліна А. А., Демакова Д. Ю.</i> СТАТИСТИЧНІ СПОСТЕРЕЖЕННЯ: ПРОГРАМА ПРОВЕДЕННЯ ТА КОНТРОЛЬ	446
<i>Пакуліна А. А., Демакова Д. Ю.</i> МЕТОДИ СТАТИСТИЧНОГО ВИВЧЕННЯ РИНКІВ	448
<i>Пакуліна А.А., Кіяниця А.В.</i> ОПТИМІЗАЦІЯ ВИТРАТ ПІДПРИЄМСТВА	449
<i>Пакуліна А.А., Константинова К.Г.</i> ВИДИ ТА МЕТОДИ КОНТРОЛЮ ВИТРАТ	450
<i>Пакуліна А.А., Константинова К.Г.</i> ФУНКЦІЇ ВИТРАТ ЯК ЗАСІБ ОЦІНЮВАННЯ РОБОТИ ПІДРОЗДІЛІВ – ЦЕНТРІВ ВИТРАТ	452
<i>Пакуліна А. А., Кулієвич М. Я., Рудас Д. С.</i> ПИТАННЯ УДОСКОНАЛЕННЯ ВИТРАТ НА ПІДПРИЄМСТВІ В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ	454
<i>Пакуліна А. А., Кулієвич М. Я., Рудас Д. С.</i> МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ВПРОВАДЖЕННЯ КОНТРОЛІНГУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ В УКРАЇНІ	456
<i>Пакуліна А. А., Кулієвич М. Я.</i> АНАЛІЗ КУПІВЕЛЬНОЇ СПРОМОЖНОСТІ УКРАЇНЦІВ В ПЕРІОД ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ ТА ГЛОБАЛІЗАЦІЇ	457
<i>Пакуліна А. А., Кулієвич М. Я.</i> СУЧАСНІ МЕТОДИ ДІАГНОСТИКИ БАНКРУТСТВА	459
<i>Пакуліна А.А., Татаренко А.А.</i> УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ ПІДПРИЄМСТВА	461
<i>Пакуліна А.А., Татаренко А.А.</i> КОНТРОЛІНГ – ЯК СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ	462
<i>Пакуліна А.А., Татаренко А.А.</i> КРИТЕРІЇ ПІДБОРУ ПЕРСОНАЛУ	464
<i>Пакуліна А.А., Федоров Я.В.</i> РОЗВИТОК ТА ЧИННИКИ ПОДАТКОВОЇ СИСТЕМИ	466
<i>Пакуліна А.А., Федоров Я.В.</i> УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМ УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ	467
<i>Пакуліна А.А., Федоров Я.В.</i> РОЗВИТОК БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ В СЕКТОРІ МАЛОГО БІЗНЕСУ	469

<i>Пакуліна А.А., Федоров Я.В.</i> ПОДАТКОВІ НАДХОДЖЕННЯ В СИСТЕМІ ДЕРЖАВНОГО БЮДЖЕТУ УКРАЇНИ	472
<i>Пакуліна А.А., Федоров Я.В.</i> СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ	474
<i>Петренко В. В. (науковий керівник: канд. екон. наук, доц. Янченко Н. В.)</i> ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІЧНОЇ СИСТЕМИ НА РІВНІ РЕГІОНУ	475
<i>Петрова О.О.</i> ВИЗНАЧЕННЯ СТРУКТУРИ ВОДОГОСПОДАРСЬКОГО КОМПЛЕКСУ ПІВДЕННОГО РЕГІОНУ	476
<i>Приходько О.С. (науковий керівник: канд. екон. наук, доц. Благой В.В.)</i> ЕКО-ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ЯК ШЛЯХ ДО ЗЕЛЕНОГО ЗРОСТАННЯ ЕКОНОМІКИ ШВЕЦІЇ	478
<i>Пузякова А., Несторенко Т.П., Остенда А.</i> АВТОМАТИЗАЦІЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА СФЕРИ ПОСЛУГ	483
<i>Полянська А.С., Савчук С.В.</i> ВИКЛИКИ ТА ВИМОГИ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ	485
<i>Калініченко Л.Л., Смачило В.В., Попович Д.В., Авдієвська О.В.</i> ДЕФІНІЦІЯ КОМУНІКАТИВНОЇ ПОЛІТИКИ ЗІ СТЕЙКХОЛДЕРАМИ	487
<i>Смачило В.В., Маслій В., Матвієнко О.</i> АНАЛІЗ МОБІЛЬНОСТІ НАЙМАНИХ ПРАЦІВНИКІВ В ЕКОНОМІЦІ УКРАЇНИ ТА БУДІВНИЦТВІ	489
<i>Смачило В.В., Покуса Ф.</i> АНАЛІЗ ВИТРАТ НА ПЕРСОНАЛ В ЕКОНОМІЦІ УКРАЇНИ ТА БУДІВНИЦТВІ	490
<i>Смачило В.В., Наливайко Т.Л., Авдієвська О.В.</i> ОЦІНЮВАННЯ СТИЛІВ УПРАВЛІННЯ	491
<i>Смачило В.В., Наливайко Т.Л., Ткачук А.</i> АНАЛІЗ ЗАРОБІТНОЇ ПЛАТИ В БУДІВНИЦТВІ ЯК ОСНОВИ МАТЕРІАЛЬНОЇ МОТИВАЦІЇ	493
<i>Смачило В.В., Плічко І.</i> НОРМАТИВНО-ПРАВОВА ІДЕНТИФІКАЦІЯ УЧАСТІ ЛЮДИНИ В ПРОЦЕСІ ПРАЦІ	495
<i>Смачило В.В., Попова Є.</i> ДОСЛІДЖЕННЯ НАСЕЛЕННЯ УКРАЇНИ В РОЗРІЗІ ТЕОРІЇ ПОКОЛІНЬ	496
<i>Смачило В.В., Ярець М.В.</i> ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА НА ЗАСАДАХ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ	498
<i>Солодка О.О.</i> САМОРЕГУЛІВНІ ОРГАНІЗАЦІЇ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ РОЗВИТКУ ПОЗАБІРЖОВОГО РИНКУ ДЕРИВАТИВІВ УКРАЇНИ	500
<i>Табачук А.Я.</i> ЕКОЛОГІЗАЦІЯ ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ ЯК ЗАПОРУКА ПЕРЕХОДУ ДО СТАЛОГО РОЗВИТКУ	501
<i>Танклевська Н.С., Олійник В.С.</i> ФАКТОРИ ВПЛИВУ ТА НАПРЯМИ ПОКРАЩЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ	502
<i>Тарасевич Н.В., Койчева Д.С.</i> ПРОБЛЕМИ ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ У СИСТЕМІ ФІНАНСОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ БАНКУ	504
<i>Тодріна І.В.</i> ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА УКРАЇНИ: ІНВЕСТИЦІЙНИЙ АСПЕКТ	506
<i>Яловенко А.А., Тройнікова О.М.</i> ФОРМУВАННЯ ІНТЕГРАЛЬНОЇ ОЦІНКИ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ	508
<i>Трофімова Д. (науковий керівник: канд. екон. наук, доц. Благой В.В.)</i> ОБҐРУНТУВАННЯ ВПРОВАДЖЕННЯ ЕЛЕКТРОННОЇ ФОРМИ ПРОДАЖУ ТОВАРІВ ЯК СКЛАДОВОЇ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА	509

Удич Д. Ю. РОЛЬ ЕКОНОМІКО-МАТЕМАТИЧНИХ МЕТОДІВ ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ	510
Устіловська А.С., Бородай О.В. ІНФОРМАЦІЙНІ ПЕРСОНАЛ-ТЕХНОЛОГІЇ В ЗАГАЛЬНІЙ СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ	513
Устіловська А.С., Губіна Ю.С. ХЕДХАНТИНГ В УКРАЇНІ ЯК ОДИН З МЕТОДІВ ПІДБОРУ ТА НАЙМУ ПЕРСОНАЛУ	514
Устіловська А.С., Загоруйко О.О. ДЕМОТИВАЦІЯ ТА СТИМУЛЮВАННЯ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА	516
Устіловська А.С., Кулієвич М.Я. ЕФЕКТИВНІСТЬ ПРИНЦИПІВ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ	518
Устіловська А.С., Устіловська-Михаліна О.С. СВІТОВИЙ ДОСВІД ВИКОРИСТАННЯ ТЕХНОЛОГІЇ ЛІЗИНГУ ПЕРСОНАЛУ	520
Устіловська А.С., Чумак Е.В. АУТСОРСИНГ ЯК ОДНА З ОСНОВНИХ ПЕРСОНАЛ-ТЕХНОЛОГІЙ	522
Устіловська А.С., Шишко Н.С. ВНУТРІШНІЙ МАРКЕТИНГ ПЕРСОНАЛУ	523
Устіловська А.С. ІННОВАЦІЙНІ МЕТОДИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ В АСПЕКТІ ПРАКСЕОЛОГІЧНОГО ПІДХОДУ	525
Фролова Н. Л. ІНСТРУМЕНТАРІЙ ДЕРЖАВНОЇ ПІДТРИМКИ РОЗВИТКУ МАЛОГО І СЕРЕДНЬОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ	526
Худещенко А.І., Ларка Л.С. ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА ЯК ПЕРЕДУМОВА СТАЛОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА	528
Цзян Пань ОСОБЛИВОСТІ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ СПІВПРАЦІ УКРАЇНИ ТА КИТАЮ	530
Чайка Т.Ю., Гасанов В. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МОДИФИЦИРОВАННОЙ ФОРМУЛЫ ДЮПОНА ПРИ ФАКТОРНОМ АНАЛИЗЕ ВЛИЯНИЯ НЕМАТЕРИАЛЬНЫХ АКТИВОВ НА РЕНТАБЕЛЬНОСТЬ СОБСТВЕННОГО КАПИТАЛА	532
Чайка І.П., Семьонова А.С., Гороховська Л.В. БЕНЧМАРКІНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ	534
Шелудько Л.В. ДЕФІНІЦІЯ «ПРОДОВОЛЬЧА БЕЗПЕКА» В СУЧАСНОМУ РОЗУМІННІ	536
Шептуха О.М., Лантева А.Ю. УПРАВЛІННЯ КРЕДИТНИМ РИЗИКОМ ІНДИВІДУАЛЬНОГО ПОЗИЧАЛЬНИКА	538
Шмакова О.С. МОДЕРНИЗАЦІЯ МЕХАНІЗМА УПРАВЛІННЯ ПРІДПРИЯТТЯМИ ГОСУДАРСТВЕННОГО СЕКТОРА	540
Шумак Л.В. СВІТОВИЙ ДОСВІД СТАЛОГО РОЗВИТКУ ПРИ ВИЗНАЧЕННІ ВАРТОСТІ ПРОЕКТНИХ РОБІТ В БУДІВНИЦТВІ	542
Якименко-Терещенко Н. В. ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИЙ ПОТЕНЦІАЛ В ПРОЦЕСАХ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ	543
Янченко Н.В., Кіяниця А.В. ЦІННІСТЬ ПОТОЧНОГО І МАЙБУТНЬОГО ПОТЕНЦІАЛУ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ СИСТЕМИ	544
Янченко Н.В., Константинова К.Г. СТАЛІЙ РОЗВИТОК ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ	545
Янченко Н.В., Перепелиця Д.О. УКРАЇНА В ГЛОБАЛЬНИХ ВИМІРАХ СТАЛОГО РОЗВИТКУ	546
Янченко Н.В., Підгайний Д.О. ОБҐРУНТУВАННЯ ДОЦІЛЬНОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ СИСТЕМ КОНТРОЛІНГУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ	548

<i>Янченко Н.В., Підлісний Д.К.</i> СТРАТЕГІЯ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОЗДАТНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	549
<i>Янченко Н.В., Шевчук І.О.</i> СТАЛИЙ РОЗВИТОК НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ ЯК ОЗНАКА ЦИВІЛІЗАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ ХХІ СТОЛІТТЯ	550

**Організаційний комітет XII Міжнародної науково-практичної конференції «Європейський вектор модернізації економіки: креативність, прозорість та сталий розвиток»**

*висловлює щирю вдячність партнерам за підтримку в проведенні наукового заходу:*



ТДВ «Житлобуд-2» - управляючий - Конюхов О.В., нач. фінансово-економічного відділу – Кошовий А.В.  
<http://www.zhilstroy-2.ua/>



ПП «Київсоцсервіс» - директор Оліфрієнко К.М., заступник директора Циганов А.В.  
<https://www.facebook.com/tukir.com.ua>  
<https://tukir.com.ua>



Start-up центр ХНУБА  
«New Development»



[t.me/New\\_development](https://t.me/New_development)



Громадська організація  
«Лабораторія креативних ідей»



Інвестиційна будівельна компанія  
«Титаніум» - директор Наливайко Т.Л.

<http://www.bctitanium.com.ua>



ПП «Аксікон» - директор Тимофєєв О.В.



ТОВ «Державні Закупівлі Прозоро»;  
e-mail: [prozzoro@ukr.net](mailto:prozzoro@ukr.net);  
(050)-633-5886

**Дякуємо за ваш внесок та сподіваємося на подальшу плідну співпрацю!**

Організаційний комітет конференції

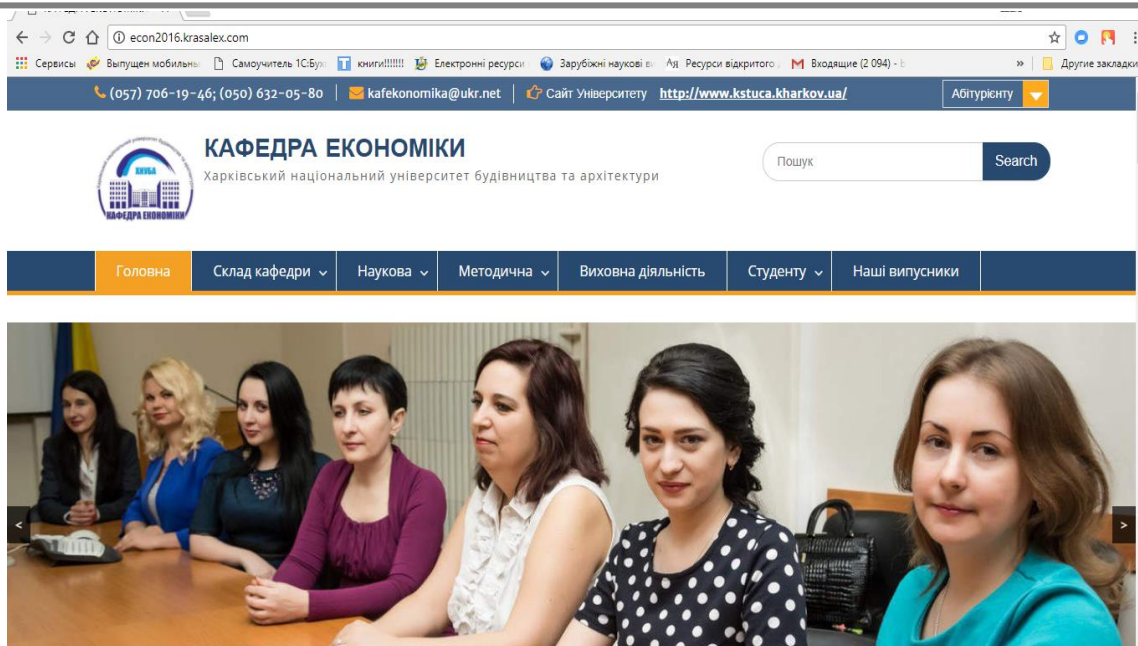
## Загальна інформація про кафедру

Кафедра економіки Харківського національного університету будівництва та архітектури здійснює підготовку фахівців за спеціальностями **051 – «Економіка»** та **076 – «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»**, здатних до висококваліфікованої аналітичної, організаційної та дослідницької роботи в різних галузях національного господарства.

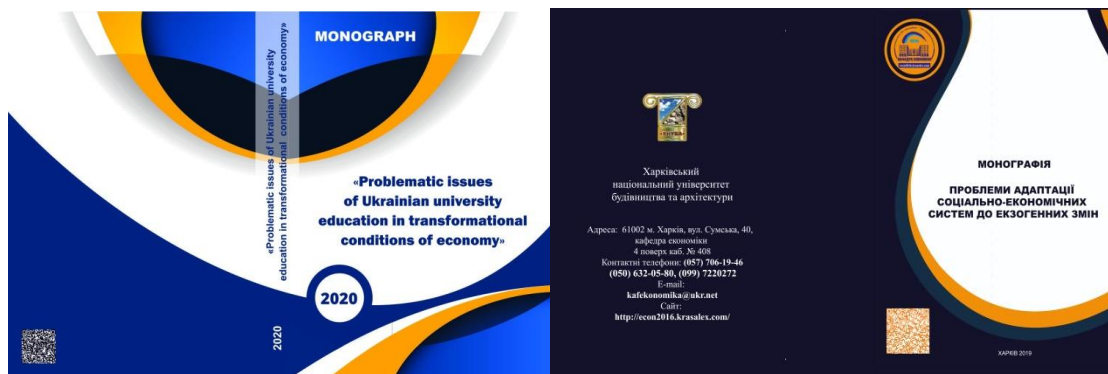
Навчальний процес на кафедрі економіки забезпечується висококваліфікованим професорсько-викладацьким складом з потужним науково-педагогічним потенціалом та практичним досвідом роботи.

Кадровий склад кафедри економіки відповідає Ліцензійним вимогам, що висуваються МОН до провадження освітньої діяльності в ЗВО на 100%. Це свідчить про якісну роботу викладачів та постійний саморозвиток і самовдосконалення, відповідність сучасним трендам європейської освіти.

Викладачі кафедри постійно і активно підвищують свою кваліфікацію та професіоналізм, використовують передові методики організації лекційних та практичних занять.



У рамках наукових напрямів кафедри сформувалась наукова школа, діяльність якої спрямована на проведення фундаментальних та прикладних досліджень, підготовку наукових кадрів, підвищення рівня підготовки бакалаврів, магістрів та докторів філософії. Викладачі керують науково-дослідною роботою студентів та аспірантів щодо вирішення основних проблем національної економіки.



Кафедра економіки має сучасну матеріально-технічну базу, повне методичне та науково-практичне забезпечення навчального процесу. Викладання навчальних дисциплін здійснюється із використанням демонстраційного забезпечення, пакетів прикладних комп'ютерних програм для розрахунку параметрів інвестиційно-інноваційних проєктів та розрахунку кошторису будівництва, проведення статистичного аналізу даних.

На комп'ютерах кафедри встановлений ліцензований програмний комплекс для визначення кошторисної вартості будівництва «Строительные технологии-Смета» та програмний пакет «Будстандарт», який використовується при виконанні курсових та дипломних робіт.

По рекомендації Міністерства економічного розвитку і торгівлі України в рамках професіоналізації публічних закупівель, інноваційної МЕРТ в освітньо-професійну програму за спеціальністю 051 - «Економіка» на другому (магістерському) освітньому рівні впроваджено навчальну дисципліну **«Публічні закупівлі та тендери в будівельній галузі»**. В межах спеціальності 076 – «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» на другому (магістерському) освітньому рівні започатковано освітню програму **«Публічні закупівлі»**.

Магістри вивчають даний курс на основі спеціального програмного комплексу, що розміщений на [Zakupki.Prom.ua](http://Zakupki.Prom.ua), найбільшому веб-майданчику державних і комерційних торгів, який є офіційним учасником системи електронних державних закупівель ProZorro.

Також активно в навчальному процесі використовуються програми MS Project, Statistica, BP Win тощо.





## Наукова діяльність

Кафедра економіки має розвинені партнерські відносини з провідними бізнес-структурами. Систематично проводяться зустрічі з представниками бізнес-кіл Харківщини в форматах лекцій, круглих столів та тренінгів.

Щорічно кафедрою економіки проводяться науково-практичні та науково-методичні конференції, присвячені актуальним проблемам національної економіки та освіти.

Учасниками конференції є представники бізнесу, органів влади, громадських організацій, професорсько-викладацький склад закладів вищої освіти, молоді вчені, аспіранти, студенти.





## Організації, з якими співпрацює кафедра, бази практики

Філії кафедри економіки функціонують на багатьох підприємствах. До їх складу входять, зокрема, такі великі підприємства в будівельній галузі як ПАТ «Трест Житлобуд-1», ТДВ «Житлобуд-2», ТОВ фірма «Кристал+», а також ТОВ «МЛК ТРЕЙД», ДСЛП «Харківлісозахист», КП «Харківські теплові мережі», КП «Харківводоканал», ДП «Харківський облавтодор» ПАТ «ДАК «Автомобільні дороги України», ТОВ «Будинок оптики», ТОВ «Торгово-промислова компанія «ОПОРА».



Всі підприємства задіяні для проходження практики студентами. Результати проходження практики використовуються при написанні курсових та дипломних робіт.

## Контактна інформація



**Адреса кафедри:** 61002, м. Харків, вул Сумська, 40,  
(центр. корпус ауд. 408)



**Телефон:**

моб.: (057) 706-19-46

Viber: (097) 949-55-92

WhatsApp: (097) 949-55-92



**E-mail:** [kafekonomika@ukr.net](mailto:kafekonomika@ukr.net)



**Сайт університету:** <http://www.kstuca.kharkov.ua>

**Сайт кафедри економіки:** <http://econ2016.krasalex.com/>

## ГРОМАДСЬКА ОРГАНІЗАЦІЯ «ЛАБОРАТОРІЯ КРЕАТИВНИХ ІДЕЙ»



**Мета діяльності громадської організації «Лабораторія креативних ідей»** – комплексна підтримка членів організації, захист їх конституційних, соціальних та економічних прав, відстоювання їх інтересів, сприяння розвитку освіти, науки, винахідництва; сприяння професійному, науковому, патріотичному та соціальному розвитку членів організації та громадян; сприяння становленню громадянського суспільства, індивідуалізація свідомості, розвиткові соціально-економічної культури та відповідальності членів організації та громадян; участь у формуванні державної та регіональної політики в сфері економіки та підприємництва.



**Місія громадської організації «Лабораторія креативних ідей»** – сприяти розвитку креативного економічного (науково-економічного) потенціалу суспільства та всебічний професійний розвиток громадян, в тому числі членів організації, розвиваючи співробітництво та партнерські відносини в сфері економіки та підприємництва з метою реалізації суспільних інтересів.



### **Види діяльності:**

- професійна, освітня, науково-дослідна діяльність;
- організація освітніх та публічних заходів відповідно до мети діяльності;
- консультаційна діяльність;
- підготовка та поширення науково-методичної та освітньої літератури.

НАУКОВЕ ВИДАННЯ

МАТЕРІАЛИ

XII Міжнародної науково-практичної конференції

**«ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ВЕКТОР МОДЕРНІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ:  
КРЕАТИВНІСТЬ, ПРОЗОРИСТЬ ТА СТАЛИЙ РОЗВИТОК»**

Макетування: *В.В. Благой, Н.В. Крюкова*

Матеріали опубліковані в авторській редакції

Формат 60 x 84/16.

Підписано до друку

01.06.20 .

Друк цифровий.

Тираж 250 прим.

Умовн. -друк. арк. 46,67

Папір офсетний.

Зам. № 6099

Видавець: ФОП Панов А. М.

Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи до Державного реєстру  
видавців, виготівників і розповсюджувачів видавничої продукції серія ДК №  
4847 від 06.02.2015 р.

м. Харків, вул. Жон Мироносиць (Раднаркомівська), 10, оф. 6

тел. +38(057) 714-06-74; +38(057) 976-32-87

copy@vlavke.com, <http://vlavke.com.ua>

Виготовлювач: ФОП Жолонський Є.В.

м. Харків, пр. Петра Григоренка, б. 39, кв. 34,

тел. +38(057)714-06-74, +38(050)976-32-87

copy@vlavke.com