Міністерство освіти і науки України
Міжрегіональна Академія управління персоналом
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП", (м. Кременчук)
Університет економіки (м. Бидгощ, Польща)
Гданська політехніка (Politechnika Gdańska) (Гданськ, Польща)
Вища школа внутрішньої безпеки (м. Лодзь, Польща)
Таврійський державний агротехнологічний університет
імені Дмитра Моторного
Криворізький національний університет

II Міжнародна науково-практична інтернет-конференція

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНУ В УМОВАХ СУЧАСНИХ ГЛОБАЛЬНИХ ВИКЛИКІВ

Матеріали конференції

22 лютого 2024 р.

Кременчук
2024

УДК 332.1(477)(082)
А43

Організаційний комітет конференції:

Михайло Гончаренко (голова), д-р екон. наук, доц., віцепрезидент МАУП (м. Київ)
Вадим Татарінов (заступник голови), канд. екон. наук, директор Придніпровського інституту МАУП (м. Кременчук)
Сергій Храпатий, д-р фіз.-мат. наук, проф., віцепрезидент МАУП (м. Київ)
Ірина Капеліста, канд. наук з держ. упр., директор Центру організації наукової роботи та інновацій в освітньому процесі МАУП (м. Київ)
Izabela Balynska, Dr., Professor, Vice-Rector for Didactics, University of Internal Security (WSBW) of Łódź
Iryna Klimkova, Dr., Professor, Vice-Rector for Foreign Studies and International Cooperation, University of Internal Security (WSBW) of Łódź
Marzena Sobczak-Michałowska, Dr., Professor, Vice-Rector for International Relations, University of Economy (WSG) of Bydgoszcz
Svitlana Kashuba, Dr, Professor, Director of the European Institute, University of Economy (WSG) of Bydgoszcz
Цезар Марконетті, проф. статистики, Університет Буенос-Айреса (м. Буенос-Айрес, Аргентина)
Ольга Маслак, д-р екон. наук, проф., КрНУ ім. Михайла Остроградського (м. Кременчук)
Юлія Заволока, канд. екон. наук, доц., заступник директора із забезпечення якості освітнього процесу та наукової діяльності, доц. кафедри міжнародних економічних відносин та адміністрування Придніпровського інституту МАУП (м. Кременчук)
Аліна Єфременко, канд. екон. наук, доц., завідувач кафедри міжнародних економічних відносин та адміністрування Придніпровського інституту МАУП (м. Кременчук)
Юлія Малашенко, канд. екон. наук, доц. кафедри міжнародних економічних відносин та адміністрування Придніпровського інституту МАУП (м. Кременчук)
Валентин Гноєвий, канд. екон. наук, доцент, завідувач кафедри економічного проєктування та маркетингу Придніпровського інституту МАУП (м. Кременчук)
Лариса Олексієнко, канд. пед. наук, завідувач кафедри соціальної роботи та мовної підготовки Придніпровського інституту МАУП (м. Кременчук)
Євген Афанасьєв, д-р екон. наук, проф., проф. кафедри менеджменту і адміністрування Криворізького національного університету (м. Кривий Ріг)

Матеріали подано в авторській редакції.
Відповідальність за зміст та орфографію матеріалів несуть автори.

А43 **Актуальні проблеми та перспективи соціально-економічного розвитку регіону в умовах сучасних глобальних викликів:** матеріали ІІ Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції (Кременчук, Придніпровський інститут МАУП, 22 лютого 2024 р.) / за заг. ред. В. В. Татарінова. 2024. 418 с. : іл. Бібліогр. у кінці ст.

До збірника включено тези доповідей учасників, які досліджують актуальні проблеми економічного, соціально-культурного, інвестиційного та інноваційного розвитку економіки регіону.

УДК 332.1(477)(082)

© Міжрегіональна Академія управління персоналом (МАУП), 2024

ЗМІСТ

І. О. АНДРІЯНОВ
Електронний уряд та єдиний державний веб-портал електронних послуг як альтернатива ЦНАП 16

В. П. АНТОНЮК, Н. В. ОЛЕНЦЕВИЧ
Проблеми дисбалансів на регіональних ринках праці як перешкода на шляху відбудови 18

Є. М. АРІСТАРОВ, Ю. С. БЕЗКОРОВАЙНА
Оцінка конкурентоспроможності продукції підприємства з метою визначення приорітетних напрямів її підвищення 20

Є. М. АРІСТАРОВ, Д. О. КОШЕЛЕНКО
Аналіз та оцінка конкурентоздатності підприємства 21

Є. М. АРІСТАРОВ, І. О. КРАВЦОВА
Оптимізація бізнес-процесів для підвищення якості продукції на металургійних підприємствах 23

Є. М. АРІСТАРОВ, В. О. ТІХАНОВ
Ризики виробничої діяльності і способи їх зниження 26

Є. М. АРІСТАРОВ, Ю. А. ШЕЛКОВИЙ
Стратегічні методи антикризового управління підприємством в умовах війни 27

Є. М. АРІСТАРОВ, Д. А. ЯЦИНА
Обґрунтування вибору методу оцінки ефективності інвестиційного проєкту 29

О. С. БАЗИК
Явище полісемії в англійській науково-технічній термінології 31

О. В. БАЛІХІН, В. Г. МАКАРЕНКО
Актуальні проблеми організації системи стимулювання та оплати праці персоналу на підприємстві 33

С. В. БЕНДЕРСЬКИЙ
Розвиток банківської системи України в сучасних реаліях 35

Л. Я. БЕНОВСЬКА
Капітальні видатки місцевих бюджетів в умовах війни 37

М. О. БЕРЕЗОВЧУК
Сутнісна характеристика легалізації доходів, отриманих злочинним шляхом 39

О. О. БІГУН
Соціальна робота з батьками дітей, хворих на аутизм 41

Ю. А. БІЛА
Біомаса як об'єкт обліку: проблеми інтерпретації 42

С. В. БІЛАЛОВА
Цифровий маркетинг (Digital-маркетинг) *44*

Ю. В. БІЛЬЧИЧ
Процес трансформації лексичного простору
як наслідок інтернетизації суспільства *46*

О. І. БОГДАН, Т. В. БУГАЙЧУК
Прогнозування впливу диверсифікації діяльності підприємства
на його конкурентоспроможність *48*

О. І. БОГДАН, Т. В. БУГАЙЧУК
Соціальне прогнозування, як метод управління підприємством *50*

О. І. БОГДАН, О. В. ВАЛЕНТІЄВА
Індикаторний метод оцінки кадрової безпеки
як інструмент управління персоналом *52*

Н. Я. БОЙЧУК, А. В. ПАВЛЕНКО
Актуальні аспекти організації процесів екологізації діяльності суб'єктів
господарювання як фактор сталого розвитку регіонів *54*

І. М. БОЛГАР
Методичні підходи до розробки рекламної кампанії суб'єкта
господарювання *56*

Т. М. БОЛГАР
Особливості нормативно-правового регулювання
інформаційно-технічної безпеки *58*

О. І. БОЦУЛА, О. Л. ГОЛОВІНА
Стратегія оцінки земель лісогосподарського призначення *60*

Т. В. БУГАЙЧУК, О. А. ІВКО
Обґрунтування вибору стратегії ціноутворення підприємства *62*

Т. В. БУГАЙЧУК, О. Л. ПЛАХОВ
Стратегічні підходи до економічного розвитку регіону
в умовах сучасних глобальних викликів *64*

Т. В. БУГАЙЧУК, В. Ю. СИЧ
Економічний зміст процесу планування на комерційних підприємствах *66*

О. В. ВЕЛИЧКО
Специфіка діяльності органів місцевого самоврядування
в кризових ситуаціях викликаних збройною агресією *67*

С. І. ВЛАДОВ, В. В. ГОЛОВЕНСЬКИЙ, В. В. ЄМЕЦЬ
Розвиток автономних систем для покращення управління
та аварійного реагування у вертольотній авіації *69*

С. І. ВЛАДОВ, В. В. ЄМЕЦЬ, К. С. СЕМЕНОВА
Інтеграція безпілотних вертольотів та дронів в систему
Міністерства внутрішніх справ України *71*

С. І. ВЛАДОВ, В. В. ГОЛОВЕНСЬКИЙ, С. Д. ГВОЗДІК
Впровадження інтегрованих систем безпеки вертольотів *72*

С. І. ВЛАДОВ, В. В. ГОЛОВЕНСЬКИЙ, С. Д. ГВОЗДІК
Забезпечення навчання та підготовки екіпажів вертольотів з урахуванням використання новітніх технологій та систем штучного інтелекту *74*

С. І. ВЛАДОВ, В. В. ЄМЕЦЬ, Д. С. ХОДІН
Здійснення реконструкції та модернізації вертольотного парку Міністерства внутрішніх справ України з використанням новітніх технологій *76*

В. І. ГАВРЮШЕНКО
Проблема соціалізації ромської громади в сучасному українському суспільстві *78*

Ю. С. ГЕРАСИМОВ
Сучасні вектори відновлення та інноваційного розвитку України на засадах сталості *79*

В. Г. ГНОЄВИЙ, Д. І. ЖИТНЯК
Нові можливості управління фінансовими ризиками при залученні інвестицій *81*

В. Г. ГНОЄВИЙ, А. Б. САГАЙДАК
Управління маркетинговими комунікаціями у системі роздрібної торгівлі *84*

В. Г. ГНОЄВИЙ, М. І. ШЛЯХОВА
Еволюція маркетингу як концепції управління взаємодією на ринку *86*

В. Г. ГНОЄВИЙ, В. А. ЯРЕМЕНКО
Трансформація маркетингового забезпечення розвитку інфраструктури товарного ринку *88*

В. О. ГОНДАР, М. В. СІДНЕНКО
Особливості формування та розвитку пріоритетних напрямів машинобудування в контексті промислової політики України *90*

П. О. ГОНЕЦЬ
Проблеми та відповідальність за не виконання правил на безоплатну медичну допомогу *91*

Я. Р. ГОНЧАРЕНКО
Економіка війни та повоєнний економічний розвиток України *93*

Є. О. ГОРБУНОВА
Проблематика перекладу кінофільмів в контексті міжкультурної та міжмовної комунікації *95*

А. С. ГОРДЕНКО
Права людини в умовах війни в Україні *97*

А. А. ГРИГОР'ЄВА
Система надання адміністративних послуг *99*

Д. А. ГРИЗО
Аналіз кон'юнктури ринку збуту безрецептурних лікарських засобів в Україні *101*

А. М. ГРИНЕНКО
Стратегічне управління регіональним економічним розвитком *102*

Д. Є. ГУГЛІН, Т. В. БУГАЙЧУК
Вплив факторів бізнес-середовища на діяльність підприємства *104*

А. О. ГУК
Правова основа організації та діяльності органів публічного управління в Україні *105*

А. Д. ГУТОРОВА
Аналіз економічного стану Запорізької та Дніпропетровської областей в сучасних умовах господарювання *107*

М. Р. ДАВЛАТОВА
Соціальна робота з жінками, які перебувають у складних життєвих обставинах *109*

С. ДАЦУН, А. МЕЛІНЕВСЬКИЙ
Трансформація бізнес-процесів підприємства на засадах цифровізації *111*

М. В. ДЖАНАШІЯ-СИТНИК, О. О. ЛИСИЧЕНКО
Історичні та сучасні аспекти формування фінансової звітності *113*

Б. О. ДРОЗД
Вплив впровадження нової техніки і технологій на економічну ефективність *115*

Н. І. ДУБОВА
Аналіз забезпеченості і ефективності використання основних засобів мережевого ритейлу *117*

А. В. ЄРЕМЕНКО
Придбані або внутрішньо створені нематеріальні активи *119*

В. М. ЄФРЕМЕНКО, Ю. А. МАЛАШЕНКО
Проблеми забезпечення економічної безпеки підприємства *122*

Д. В. ЖУКОВСЬКИЙ
Бездротові пристрої в системах спеціального призначення *125*

Ю. М. ЗАВОЛОКА, О. І. БОГДАН
Планування забезпечення персоналом як основа кадрового менеджменту підприємства *129*

Ю. М. ЗАВОЛОКА, К. В. ОДНОСУМ
Страховий ринок України: проблеми та перспективи розвитку *131*

Ю. М. ЗАВОЛОКА, М. М. ФІЛІППЕНКО
Трудова міграція: виклики для України та світу *133*

К. О. ЗАЇКА
Економічний потенціал у системі соціально-економічного розвитку регіону .. *134*

Д. А. ЗАХАРЧЕНКО, Б. М. АНДРУСИК
Трансформація маркетингу та маркетингових комунікацій під впливом цифровізації *136*

Ю. Б. ІВАНОВ, О. Ю. ІВАНОВА
Фінансова децентралізація в національній стратегії доходів України до 2030 р. *138*

А. В. ІВКО, А. В. ЖДАНОВА
Інфляційні ризики в умовах війни в Україні *140*

А. В. ІВКО, Ю. В. САМОЙЛЕНКО
Фінансова стабільність в Україні в умовах воєнного часу *142*

А. В. ІВКО, О. С. СЕРДЮК
Інформаційні технології в освітньому просторі *144*

О. Б. КАЛАМАН, О. В. ДИШКАНТЮК, К. В. ВЛАСЮК
Концептуальні основи функціонування бізнес-моделі для індустрії гостинності *146*

І. І. КАЛІНА, Н. М. ШУЛЯР
Поняття "інноваційна інфраструктура" в сучасній системі економічних знань *148*

В. А. КАСАЙ, В. В. ТАТАРІНОВ
Ринок фінансових послуг України *150*

К. Є. КАЩУК, Л. П. ШАПОВАЛ
Визначення фінансового стану підприємства та напрями його удосконалення *151*

Л. А. КВЯТКОВСЬКА, В. Р. МВАМБО
Індикатори стану кадрової безпеки підприємства *154*

Л. А. КВЯТКОВСЬКА, О. С. СЕМЕНОВА
Управління логістичними процесами компанії як інструмент фінансового менеджменту *156*

К. М. КИРИЛЕНКО
Система управління прибутком як важіль забезпечення ефективного функціонування підприємства *158*

Є. Ю. КИСЛА
Переваги застосування арт-терапії в роботі з психічними травмами особистості *160*

Ю. В. КЛОЧКОВА
Роль психологічної підтримки у розвитку країни в умовах війни *161*

В. О. КМЕТЯ
Забезпечення мотивації інноваційного розвитку малого підприємства *163*

І. І. КОБЛИК
Інвестування в зелені інфраструктурні проекти: роль боргової політики в підтримці екологічних ініціатив в територіальній громаді *165*

Н. О. КОВАЛЕНКО
Управління цифровізацією бізнес-процесів підприємств України в умовах війни *167*

В. О. КОВАЛЬЧУК
Мовна динаміка: англійська мова в українському контексті *169*

Л. В. КОМАР
Явище білінгвізму в сучасному суспільстві *171*

С. П. КОМАР
Енергозбереження як засіб підвищення ефективності виробничої діяльності промислового підприємства *172*

Д. В. КОНОН
Застосування аналітичних процедур в аудиті власного каіталу акціонерного товариства для підвищення його інвестиційної привабливості *174*

О. М. КОРЕНЬ, Л. А. КВЯТКОВСЬКА
Інформаційні системи як інструмент підвищення ефективності логістичних процесів рітейлінгових та FMCG-компаній *176*

О. М. КОРЕНЬ, О. Ф. КРИШАН
Використання сучасних інструментів Google для організації процесу планування та бюджетування на комерційному підприємстві *178*

Д. В. КОРОБКО, В. Г. ГНОЄВИЙ
Товарна політика як основа товарної стратегії підприємстві *181*

Р. Д. КОСЕНКО
Вирішення питань про кримінальну відповідальність за посягання на недоторканність житла *182*

Д. О. КРАВЧЕНКО
Ідея сродної праці у творах Григорія Сковороди *184*

А. А. КРИВОНОСОВ
Ризики та загрози національній безпеці *186*

О. Ф. КРИШАН, О. І. БОГДАН
Нормативно-правове регулювання впровадження графіку роботи працівників на підприємстві з підсумованим обліком робочого часу *188*

О. Ф. КРИШАН, Л. А. КВЯТКОВСЬКА
Соціальне партнерство і перспективи його розвитку в Україні *190*

О. Ф. КРИШАН, О. О. ПУСТОВІТ
Інвестиції як інструмент управління соціально-економічним розвитком *192*

О. Л. КУЗНЕЦОВА
Управління оборотними активами як запорука стабільного функціонування та розвитку підприємств в умовах сьогодення *194*

С. М. КУЗЬМЕНКО
Сучасний стан оборонної промисловості України *195*

К. Р. КУРБАНОВ, І. М. ТАРАСЕНКО
Проблеми організації та розвитку бізнесу з використанням "зелених" технологій в Україні *197*

Д. І. КУЧЕР
Специфіка відтворення неологізмів сучасної англійської мови *200*

Р. В. ЛЕВКІНА, С. А. УРАЗГІЛЬДЯЄВ
Теоретико-методичні основи соціально-економічної взаємодії суб'єктів підприємництва *201*

Л. ЛИМАР, А. В. ЛІЩЕНКО
Теоретичні основи внутрішнього контролю фінансових результатів підприємства *203*

В. В. ЛИННИК
Міжнародний захист прав біженців *205*

Ю. В. ЛИТВИН
Інноваційні підходи для підтримки малого та середнього бізнесу *207*

С. М. ЛИТВИНЕНКО
Вплив цифрової економіки на ринок праці *209*

М. С. ЛИТВИН
Удосконалення механізму забезпечення економічної безпеки регіонів *211*

Я. В. ЛІСНА
Завдання та функції соціального працівника у роботі з прийомними сім'ями *213*

Е. В. ЛІТВІНОВА
Сучасні тренди кадрової політики як ключовий фактор соціально-економічного розвитку організації *215*

А. В. ЛІЩЕНКО
Система забезпечення економічної безпеки підприємства *217*

Е. О. ЛОБАНОВ
Історичний розвиток та лінгвістичні особливості германських мов *218*

Г. А. ЛУКАНСЬКА
Тенденції розвитку гендерно чутливої мови у світі *220*

Г. А. ЛУКАНСЬКА, С. О. ОХРІМЧУК
Соціально-педагогічна робота з жінками — жертвами домашнього насильства — гостра необхідність суспільства *222*

В. І. ЛЯШЕНКО, С. В. ІВАНОВ, І. Ю. ПІДОРИЧЕВА
Смарт-фінанси в умовах цифровізації як драйвер повоєнного резільєнтного відновлення та розвитку підприємництва *224*

Н. В. МАГАС, О. В. КУТ
Шляхи та напрями підвищення конкурентоспроможності підприємства в сучасних умовах *228*

Ю. А. МАЛАШЕНКО, О. Ф. КРИШАН, В. Є. МАЛАШЕНКО
Методи оцінки інвестиційної привабливості підприємства *231*

П. С. МАМЕТЬЄВА
Теоретичний аналіз психологічних особливостей жінок, що пережили насилля *233*

О. І. МАСЛАК, Я. Ю. ЯКОВЕНКО, І. В. ДОМАНЕЦЬКИЙ
Значення кібербезпеки у формуванні цифрової економіки *235*

О. І. МАСЛАК, Я. Ю. ЯКОВЕНКО, О. І. ДУБОВИК
Конфлікти в організації та методи їх врегулювання *237*

У. О. МАТЛАЙ
Аутоагресія та її профілактика *239*

Г. Є. МЄНЯЙЛОВА
Взаємодія маркетингу та логістики в управлінні товарними запасами торговельного підприємства *240*

О. О. МЄНЯЙЛОВ
Удосконалення кримінально-правових наслідків за сприяння агресії *242*

В. В. МИКИТЕНКО
Детермінанти просторової організації господарських систем територіальних утворень *244*

Л. Г. МИХАЛЬЧИШИНА, Л. О. ВОЛОНТИР
Мале підприємництво в Україні в умовах сучасних викликів та загроз *246*

К. В. МІЛЬОНУШКІН
Підвищення якості персоналу як фактор конкурентоспроможності підприємства *248*

І. В. НАЗАРЕНКО, П. А. СТЕГНІЙ
Асертивна поведінка як основна психологічна складова діяльності менеджера *250*

П. А. НАМОЙЛИК, А. А. ШКОДИЧ
Банкрутство підприємств в Україні: проблеми виникнення та ефективні шляхи подолання *252*

М. М. НЕГРИЧ
Зарубіжний досвід забезпечення державно-приватного партнерства *253*

Д. В. НИРКОВ, М. В. СІДНЕНКО
Фактори підвищення ефективності діяльності підприємства *255*

Є. О. ОЛЕКСІЄНКО
Причини дитячої безпритульності в Україні *257*

Л. А. ОЛЕКСІЄНКО
Мотивація волонтерської діяльності *258*

Л. А. ОЛЕКСІЄНКО, Т. Ю. СКРИПНИЧЕНКО
Особливості соціальної роботи з внутрішньо переміщеними особами *260*

Л. А. ОЛЕКСІЄНКО, О. М. ХОМА
Технології соціальної роботи із сім'ями військовослужбовців в умовах сьогодення *262*

О. В. ОРЛИК, Ю. М. РЕБЛЯН
Напрями використання штучного інтелекту у сфері туризму *264*

В. О. ОСАУЛЕНКО, В. Г. МАКАРЕНКО
Проблеми підвищення ефективності адаптації працівників на підприємстві 266

В. М. ОСТАПЕНКО
Виклики взаємодії стейкхолдерів освіти, науки та бізнесу в інноваційній економіці в умовах воєнного стану 268

К. В. ПАСТУХ
Публічне управління та адміністрування: виклики та стратегічні рішення .. 270

Д. І. ПИЛИПЕНКО
Особливості соціальної роботи з учасниками бойових дій 273

М. Е. ПОВЕЩЕНКО
Основні функції управління витратами в конкурентному середовищі 275

А. А. ПОНКРАТОВА
Проблеми та перспективи сучасного перекладу художньої прози: аналіз викликів у передачі нових літературних тенденцій 277

Л. А. ПОРКІНА
Перекладачі сучасної України 278

З. В. ПРИЙМЕНКО
Маніпулятивні впливи засобів масової інформації та способи протидії 281

В. М. ПРИЛИПКО
Європейський та вітчизняний досвід гуманітарно-правової підготовки майбутніх інженерів..... 282

С. О. ПУСТОВІТ
Управління власним капіталом підприємства як основа його стратегічного розвитку 285

Д. О. ПУШКАР, А. Г. ЄФРЕМЕНКО
Інноваційні технології соціальної роботи з особами похилого віку та інвалідами 287

В. С. РЯБИЧ
Особливості гендерної лінгвістики 288

Ж. А. САББАГ
Орагізаційно-правовий аспект виборчих процесів в Україні 290

В. В. САВЕНКО
Розвиток державно-приватного партнерства на регіональному рівні 292

М. О. САЙКО, О. Ф. КРИШАН
Державне казначейство України та зарубіжних країн: порівняльний аспект 294

І. С. СЕРБИНЮК, О. І. БОГДАН
Управління діловою кар'єрою робітника на підприємстві 296

М. В. СІДНЕНКО
Інноваційний розвиток економіки України в сучасних умовах 298

В. В. СІОРА, А. С. КИРИЛОВА
Мовний бар'єр у діловому спілкуванні та бізнесі 300

Р. В. СКРИПНИК
Роль освіти у вихованні громадянської свідомості та активної участі в культурному житті регіону *302*

П. І. СОКУРЕНКО
Вдосконалення існуючих систем показників та принципів для об'єктивної оцінки зовнішньоекономічної діяльності підприємств *304*

П. І. СОКУРЕНКО
Формування конкурентноспроможності викладача у закладах освіти *307*

П. І. СОКУРЕНКО
Формування ефективного механізму управління розвитком підприємства в умовах кризи *310*

П. І. СОКУРЕНКО, А. П. ГОЛОБОРОДЬКО
Особливості соціальної підтримки громадян старшого віку *313*

І. З. СТОРОНЯНСЬКА, І. Р. ТИМЕЧКО, О. Ю. НЕСТОР
Суб'єктний вимір реалізації державної інвестиційної політики в Україні *315*

Д. Г. ТАЛАДІОН, Л. П. ШАПОВАЛ
Фінансова стійкість підприємства: сутність та оцінка *317*

В. В. ТАТАРІНОВ, І. М. АНДРІЄНКО
Розмовний маркетинг як інструмент масштабування продажів *319*

В. В. ТАТАРІНОВ, Є. М. АРІСТАРОВ
Підвищення ролі зовнішньої взаємодії у боротьбі з загрозами економічної безпеки підприємства *321*

В. В. ТАТАРІНОВ, Є. М. АРІСТАРОВ
Стратегія розвитку підприємства як основа розробки комплексу маркетингу *323*

В. В. ТАТАРІНОВ, Т. В. БУГАЙЧУК
Зарубіжний досвід розвитку малого бізнесу *325*

В. В. ТАТАРІНОВ, Т. В. БУГАЙЧУК
Позиціонування підприємства як основа його ринкової стратегії *328*

В. В. ТАТАРІНОВ, Л. Д. ЧАЛАПКО
Підвищення інвестиційної привабливості України для іноземних інвесторів .. *330*

В. В. ТАТАРІНОВ, Л. Д. ЧАЛАПКО
Теоретичні аспекти зовнішньоекономічної діяльності підприємства *332*

В. В. ТАТАРІНОВ, І. А. ШЕСТАКОВ
Роль маркетингової діяльності підприємства в забезпеченні ефективності бізнесу *334*

В. С. ТАТАРІНОВ, А. Г. ЄФРЕМЕНКО
Стан і перспективи українського малого бізнесу *336*

В. С. ТАТАРІНОВ, О. Ф. КРИШАН
Малий бізнес в міжнародній економіці *338*

В. С. ТАТАРІНОВ, О. Ф. КРИШАН
Міжнародний франчайзинг як засіб розвитку малого бізнесу *342*
В. С. ТАТАРІНОВ, С. В. ТАТАРІНОВ
Міжнародний маркетинг як організуюча сила бізнесу *344*
І. І. ТЕБЕНКО
Сучасні виклики в підприємницькій діяльності *347*
В. О. ТІМАШОВ, М. М. БОЛОТІНА
Законодавчі аспекти використання штучного інтелекту та віртуальних активів в Україні з метою оптимізації обігу коштів публічних фондів *349*
Д. І. ТОЧКО, О. В. ВАЛЕНТІЄВА
Кадровий потенціал як конкурентна перевага підприємства *352*
Є. М. ТРИШНОВСЬКИЙ
Механізми розробки та реалізації державної політики в соціальній сфері на основі проектного підходу *354*
М. А. ТУПАЛО, О. О. ЛИСИЧЕНКО
Проблема протидії легалізації доходів, отриманих злочинним шляхом *356*
О. В. ТУРІК, Л. П. ШАПОВАЛ
Управління ефективністю праці персоналу на промислових підприємствах .. *358*
Г. В. ФЕДИШИН, М. В. СУХОДІЛЬСЬКА
Моніторинг конкурентного середовища сучасної організації *359*
Г. Д. ФЕДОСОВА
Основи ефективного управління в європейському контексті *363*
К. О. ХОРОШМАН
Специфіка застосування комплексної граматичної трансформації в перекладі *365*
О. С. ЧЕРНЯК
Соціально-економічні проблеми Львова з початком повномасштабної війни .. *367*
В. В. ЧУЙКО
Роль соціокультурних факторів у формуванні алкогольної залежності в суспільстві *369*
Б. І. ШАДЕНКО, В. Г. ГНОЄВИЙ
Роль і тенденції розвитку фінансово-страхового ринку: виклики та перспективи *370*
Т. Ю. ШЕНДЕР
Альтернативна енергетика України в умовах економічних глобалізаційних трансформацій *372*
О. Л. ШЕРСТЮК
Інтегрована звітність як джерело інформації для бізнес-аналізу *375*
Ю. М. ШИМКО
Механізми публічного управління охороною здоров'я в Україні *377*

А. О. ШЛЯХТО
Механізм реалізації стратегічного планування в сучасних умовах господарювання *379*

Д. С. ШУМАКОВА
Роль політичної комунікації у формуванні легітимності влади *381*

О. Д. ЩЕРБАНЬ
Особливості формування логістичних ланцюгів на рівні міжнародних економічних відносин *383*

І. М. ЩЕРБИНА, Д. А. БАГМЕТ
Роль маркетингу в системі управління підприємством *384*

І. М. ЩЕРБИНА, Ю. О. БОНДАРЕНКО
Сутність маркетингової діяльності підприємства *386*

І. М. ЩЕРБИНА, В. В. ЖУПИНСЬКА
Крауд-технології в маркетинговій діяльності підприємства *388*

І. М. ЩЕРБИНА, Б. Р. КІЯШКО
Маркетинг впливу та його застосування при формуванні поведінки споживачів *390*

І. М. ЩЕРБИНА, І. О. КРАВЦОВА
Бренд-орієнтовані маркетингові стратегії розвитку мереж ресторанного господарства *391*

І. М. ЩЕРБИНА, В. Ю. СТЕПАШКО
Реклама як важливий елемент маркетингових комунікацій підприємства *393*

І. М. ЩЕРБИНА, В. А. ЯРЕМЕНКО
Ситуаційні фактори та їх вплив на прийняття рішення про купівлю *395*

І. М. ЩЕРБИНА, В. А. ЯРЕМЕНКО
Стимулювання маркетингової діяльності торгових мереж *397*

О. С. ЩЄКОВИЧ
Розвиток туризму в Україні у постєвєнному просторі *398*

М. ЯКОВЛЕВА, В. С. ТАТАРІНОВ
Управління економічною безпекою підприємства: міжнародний досвід *401*

В. А. ЯРЕМЕНКО, Ю. С. ВОРОШИЛОВА
Стан та перспективи соціально-економічного розвитку Полтавської області *403*

В. А. ЯРЕМЕНКО, А. Р. ДЕМЕШКО
Маркетинг територій як стратегічний інструмент управління міжрегіональною взаємодією та інтеграційними процесами *405*

В. А. ЯРЕМЕНКО, А. М. КАПУСТА
Використання контент-маркетингу в діяльності сучасних підприємств *406*

В. А. ЯРЕМЕНКО, М. В. КАЛЕНЧЕНКО
Інформаційне забезпечення маркетингової діяльності підприємства *408*

І. О. ЯЦЕНКО
Арт-терапія як засіб соціально-психологічної реабілітації дітей в умовах кризи (війни) *409*
K. KOLESNICHENKO
Project management in the Hospitality business *411*
A. A. SLOBODIANIK
Startup initiative for creating inclusive technological solutions in the context of socio-economic development *413*
О. В. ДЯЧЕНКО
Сучасний стан та перспективи розвитку вітчизняної економіки у повоєнних умовах *416*

І. О. АНДРІЯНОВ

Національний авіаційний університет

ЕЛЕКТРОННИЙ УРЯД ТА ЄДИНИЙ ДЕРЖАВНИЙ ВЕБ-ПОРТАЛ ЕЛЕКТРОННИХ ПОСЛУГ ЯК АЛЬТЕРНАТИВА ЦНАП

Світовий досвід надання адміністративних послуг демонструє цікаві тенденції, які мають досліджуватися вченими, а деякі з них цілком можуть бути запозичені з метою підвищення ефективності обслуговування населення та підвищення доступності адміністративних послуг. Відмінною рисою надання адміністративних послуг за кордоном є моделі дистанційного надання послуг населенню у цифровому електронному варіанті у форматі електронного уряду та цифрової держави, які поступово впроваджуються у системи передових держав світу. Відповідні проекти давно успішно реалізуються в США та Великобританії. Насамперед необхідно проаналізувати досвід розвинених країн у створенні електронного уряду та порівняти його з досвідом надання адміністративних послуг через ЦНАП.

Поняття “електронний уряд” було введено в США ще Б. Клінтоном та пов’язувалося із застосуванням інформаційних технологій у державному управлінні. Цифрові державні послуги (також звані електронним урядом) визначаються як надання послуг усередині уряду, а також між урядом та громадськістю з використанням інформаційно-комунікаційних технологій. Традиційно державні послуги надавалися особисто окремими департаментами у різних місцях та часто з використанням паперових бланків. За допомогою цифрових сервісів уряд може надавати інформацію та послуги громадянам у будь-який час, у будь-якому місці та на будь-якій платформі чи пристрої.

Світовим лідером у розвитку концепції електронного уряду є Великобританія. У країні існує державний орган, відповідальний за переведення

державних послуг в електронний вигляд, — Державна електронна служба (Government Digital Service, GDS), створена кабінетом міністрів. Британський портал державних послуг отримав назву "Public services all in one place" (усі державні послуги в одному місці), його діяльність стартувала у 2004 р. у форматі єдиного порталу GOV.UK. У 2011 р. було запущено вдосконалену версію порталу, він призначався для забезпечення єдиної точки доступу до державних послуг для фізичних та юридичних осіб — громадян Великобританії. Інформація викладена легко і доступно, користувачеві немає необхідності вдаватися до деталей адміністративних регламентів надання послуги, як в українському аналогу єдиного порталу адміністративних послуг із досить незручним интерфейсом.

Ще однією зарубіжною країною із дуже високим індексом розвитку електронного уряду є Південна Корея. Незалежні інформаційні системи відомств електронного уряду Південної Кореї об'єднані у загальний центр GIDC, де здійснюється керування всіма даними.

Створення платформи електронного уряду необхідне для того, щоб йти в ногу з появою нової парадигми, яка змінить практику та послуги урядів у XXI столітті. Електронний уряд відіграє ключову роль у підвищенні національної конкурентоспроможності. Ініціатива електронного уряду є найбільш ефективною системою, орієнтованою на громадян, доступною для задоволення потреб громадян та приватного бізнесу, та надаватиме якісні та швидкі адміністративні послуги. Уряд стане більш прозорим, ефективним та підзвітним завдяки послугам електронного уряду та розширить використання інформаційних технологій серед громадян та приватного бізнесу.

Технологічні зміни вплинули управління як державними, і приватними організаціями. Державні адміністрації були змушені змінити свою структуру та методи роботи в результаті впровадження ІКТ. Гнучкість, що надається Інтернетом для доступу до продуктів, послуг та інформації, означає, що громадяни очікують більшої міри сприйнятливості у багатьох контекстах, але особливо у відносинах між ними та державними установами. Таким чином, технології стали ключем до покращення роботи державного сектору. ІКТ мають потенціал для радикального зміни методів управління та організаційної культури державних адміністрацій. У цьому сенсі електронний уряд є ключовим компонентом у процесах реформування, модернізації та вдосконалення державного сектору.

Таким чином, на відміну від української моделі, зарубіжні країни розвивають електронну систему доступу до надання адміністративних послуг, орієнтуючись на інформаційно-телекомунікаційні послуги та технології. Однак сама процедура надання адміністративних послуг у ряді випадків неможлива без фізичної взаємодії заявників з деякими державними органами, у зв'язку з чим дистанційні способи взаємодії можуть не відповідати всім потребам.

Джерела

1. Електронне урядування та електронна демократія: навч. посіб.: у 15 ч. / за заг. ред. А. І. Семенченка, В. М. Дрешпака. К., 2017. Ч. 15: Технології розвитку елек-

тронного урядування та електронної демократії / [Ю. Б. Пігарєв, А. Г. Ложковський, Т. М. Маматова]. К.: ФОП Москаленко О. М., 2017. 52 с.
2. *Кірєєва О.* Спільноти практики та електронне навчання як інструменти професіоналізації публічних службовців. *Держ. упр. та місцеве самоврядування*: зб. наук. пр. Д.: ДРІДУ НАДУ, 2014. № 4 (23). С. 181–191.

В. П. АНТОНЮК
д-р екон. наук, проф.,
Інститут економіки промисловості НАН України

Н. В. ОЛЕНЦЕВИЧ
канд. екон. наук, доц.,
Київський національний лінгвістичний університет

ПРОБЛЕМИ ДИСБАЛАНСІВ НА РЕГІОНАЛЬНИХ РИНКАХ ПРАЦІ ЯК ПЕРЕШКОДА НА ШЛЯХУ ВІДБУДОВИ

Внаслідок розв'язаної Росією війни Україна має величезні економічні й людські втрати та значні зміни в усіх сферах як національної, так і регіональних економік. Вони охопити у тому числі й *ринок праці*, який має важливе значення для суспільства, оскільки забезпечує економіку трудовими ресурсами, населення — можливістю зайнятості та отримання доходів. Нині в економіці регіонів відбувають суттєві структурні зміни, обумовлені воєнними діями, які пов'язані з втратами виробничої та соціальної інфраструктури, закриттям і релокацією підприємств, міграцією населення та робочої сили. Це призводить до дисбалансів на регіональних ринках праці.

Дисбаланс на ринку праці — це порушення економічної рівноваги між попитом та пропозицією робочої сили, розбалансованість процесів зайнятості у державі, регіонах, компаніях [1]. Слід відзначити, що повної рівноваги на регіональних ринках праці не було і в довоєнний період, на що вказувала розбіжність в показниках безробіття. Так, у 2021 році чисельність безробітних на одну вакансію у Дніпропетровській області складала 5 осіб, у Вінницькій області — 31 особу, у Запорізькій і Луганській областях — 25 осіб [2]. Однак війна посилила ці розбіжності які найбільш виражено проявляються в залежності від територіальної близькості до зони воєнних дій, що обумовлено: переміщенням підприємств та їх стратегією подальшого розвитку; зміною в ресурсних можливостях економічної діяльності бізнесу; зміною в системі професійної підготовки; міжрегіональним переміщенням працездатного населення. Виникли значні регіональні диспропорції у можливостях зайнятості та кадровому забезпечені економіки регіонів.

Не дивлячись на те, що зменшення суб'єктів бізнесу відбулася в усіх регіонах, однак релокація підприємств та міграція населення зі східних і південних регіонів у центральні та західні регіони України призвела до суттєвої зміни пропозиції вакансій та попиту на робочу силу. Так, в Донецькій обл. кількість вакансій у 2023 р. порівняно з 2021 р. зменшилася у 2,6 рази, в Запорізькій — у 5,5 разів, у Львівській і Тернопільській областях лише в 1,3 рази. Кількість безробітних в цих регіонах зменшилася приблизно однаково — в 2,9–3 рази. Однак переміщення значної кількість біженців від війни призвела до різного навантаження на ринку праці. Чисельність претендентів на 1 вакансію залишається високою у Донецькій обл. — 17 осіб, та Запорізькій — 22 особи. У Тернопільській цей показник знизився з 17 до 2, а у Львівській виникла ситуація дефіциту робочої сили — у 2023 р. на одного претендента було 2 вакансії [3].

Східні та південні регіони, які знаходяться в зоні бойових дій та наближені до неї, і надалі будуть активно втрачати населення і робочу силу внаслідок не лише воєнних загроз, але й звуження сфери зайнятості. Також у цих регіонах найбільше постраждала система професійної освіти, що створює проблеми з підготовкою нової робочої сили. Дефіцит кваліфікованих кадрів буде вагомою перешкодою для повоєнної відбудови економіки регіонів, які найбільше постраждали від війни. Створюється реальна загроза для занепаду цих територій.

У центральних та західних регіонах приплив бізнесу та робочої сили створює підґрунтя для більш динамічного зростання, оскільки ці регіони поповнилися висококваліфікованою робочою силою, яка хоч і мала на перших етапах труднощі з працевлаштуванням, однак по мірі інтеграції в нові громади стала чинником розвитку нових видів бізнесу та економіки цих регіонів. Однак тут зросло навантаження на соціальну інфраструктуру та на всі соціальні служби, які не були готові до обслуговування такої кількості населення, що викликає певне напруження у суспільстві.

Отже, дисбаланси на регіональних ринках праці суттєво вплинуть на подальші можливості розвитку територій. Їх зменшення або усунення вимагатиме виваженої регіональної політики, яка буде суттєво відрізнятися. У найбільш постраждалих регіонах — це політика відбудови виробничої та соціальної інфраструктури, забезпечення безпеки (розмінування тощо) та залучення робочої сили шляхом використання різноманітних методів (дистанційна зайнятість, вахтовий метод та ін.); у центральних і західних регіонах — це укорінення нових видів виробництва і бізнесу, модернізація структури економіки, вирішення соціальних проблем та забезпечення найбільш ефективного використання наявного трудового потенціалу.

Джерела

1. *Шаповалов В. В.* Теоретичне дослідження категорій ринку праці. *Економіка і суспільство*. 2016. Вип. № 5. С. 122–125. https://economyandsociety.in.ua/journals/5_ukr/21.pdf

2. Ситуація на зареєстрованому ринку праці та діяльність Державної служби зайнятості за січень-грудень 2021 року. *Державна служба статистики України*. URL: https://www.dcz.gov.ua/analitics/68
3. Ситуація на зареєстрованому ринку праці та діяльність Державної служби зайнятості за січень-грудень 2023 року. *Державна служба статистики України*. URL: https://www.dcz.gov.ua/analitics/68

Є. М. АРІСТАРОВ
канд. техн. наук, доц.,
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

Ю. С. БЕЗКОРОВАЙНА
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

ОЦІНКА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА З МЕТОЮ ВИЗНАЧЕННЯ ПРИОРІТЕТНИХ НАПРЯМІВ ЇЇ ПІДВИЩЕННЯ

Корпорація Рошен — одне з найбільших кондитерських підприємств України, що має кілька виробничих потужностей та понад 10 тисяч працівників. Компанія виробляє широкий асортимент кондитерських виробів під відомими брендами та активно експортує продукцію [1].

Метою дослідження є оцінка конкурентоспроможності продукції Рошен на прикладі флагманської лінійки шоколаду ТМ Roshen та визначення напрямів її підвищення.

Для аналізу була обрана маркетингова методика Р. Фатхутдінова, яка враховує технічні, економічні, нормативні та споживчі параметри продукції [2]. На першому етапі зібрано необхідні дані про продукцію Roshen та аналоги конкурентів — "АВК", "Монделіс Україна" і "Бісквіт-Шоколад".

Далі розраховано одиничні показники як співвідношення параметрів до еталонних значень, а також групові показники як середньозважені одиничних у межах кожної групи властивостей продукції. На завершення обчислено інтегральний показник конкурентоспроможності як середньозважене групових показників. Значення більше 1 свідчить про високу конкурентоспроможність.

Аналіз інтегрального та допоміжних показників виявив слабкі сторони шоколаду Roshen порівняно з аналогами конкурентів у таких сферах:

- склад, харчова цінність та органолептичні властивості (менша частка какао-продуктів, гірші смакові якості);
- споживчі характеристики (гірша упаковка, бренд, асортимент);

- економічні параметри (вища ціна, гірші умови постачання).

З огляду на виявлені недоліки, пропонуються наступні напрями покращення конкурентоспроможності:

- оптимізація рецептури та виробничих процесів для підвищення якості складу та смакових властивостей;
- проведення маркетингових досліджень та корегування брендингу, упаковки, асортименту й збутової політики для посилення споживчих переваг;
- перегляд ціноутворення, торгової націнки й умов постачання для підвищення економічної конкурентоздатності;
- модернізація обладнання для зниження собівартості виробництва.

Реалізація цих заходів дозволить вдосконалити конкурентні позиції шоколаду Roshen на ринку.

Наступні дослідження можуть бути присвячені поглибленому економічному обґрунтуванню рекомендацій та вивченню альтернативних методик оцінки конкурентоспроможності для різних продуктових ліній Рошен.

Джерела

1. Звітність Корпорації Рошен. https://www.finance.roshen.com/reports
2. *Фатхутдинов Р. А.* Управление конкурентоспособностью организации: учеб. пособие. М.: Эксмо, 2004. 544 с.

Є. М. АРІСТАРОВ
канд. техн. наук, доц.,
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

Д. О. КОШЕЛЕНКО
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

АНАЛІЗ ТА ОЦІНКА КОНКУРЕНТОЗДАТНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Конкурентоспроможність є найважливішою економічною категорією, що відображає ефективність діяльності суб'єкта господарювання. Вона виступає одним із найважливіших критеріїв оцінки економічної діяльності бізнесу. Без осмислення цього показника не можна передбачити можливі проблеми бізнесу у майбутньому та знайти шляхи їх вирішення. Аналіз конкурентоспроможності дозволяє розробити стратегію розвитку підприємства, розробити перелік необхідних заходів для того, щоб бути успішним на ринку.

Конкурентоспроможність підприємства — ключовий показник ефективності його діяльності, виражений у високій якості товарів та послуг, що нада-

ються споживачам, і відповідно найбільш повно задовольняють споживчому попиту, а також здатність підприємства оптимально використовувати виробничі, науково-технічні, комерційні та трудові потенціали, досягати конкурентної переваги у сфері його діяльності.

На функціонування будь-якого господарюючого суб'єкта впливають зовнішні та внутрішні чинники, виникнення яких обумовлено замкнутим циклом виробництва продукції та надання послуг підприємством та механізму управління ним, та фактори, що виявляються внаслідок відкритої взаємодії підприємства із зовнішнім світом.

До зовнішніх факторів належать: економічні та адміністративні заходи, які вживаються урядом країни; ключові характеристики ринку, на якому веде свою діяльність підприємство (тип та ємність ринку, присутність конкурентів та їх можливості); політика, яку веде країна щодо імпорту та експорту; ступінь розвитку держави; ступінь ефективності діяльності ринків капіталу та якість фінансових послуг, що надаються; ступінь розвиненості державної інфраструктури; рівень розвитку науково-технічного потенціалу; обсяг наявних трудових ресурсів, їх кваліфікаційні показники; функціонування недержавних та соціальних інститутів.

Внутрішні фактори — об'єктивні параметри безпосередньо самого господарюючого суб'єкта (підприємства), які впливають на його конкурентоспроможність: науково-технічні та виробничо-технологічні потужності; фінансово-економічний потенціал; кадрові ресурси (зокрема структура підприємства, кваліфікаційний склад персоналу); потенціал служб маркетингу; ефективність рекламної діяльності; ступінь розвитку мережі збуту (дилерська мережа); рівень використання Інтернету для реалізації товарів чи послуг; матеріально-технічне забезпечення; умови зберігання, транспортування, пакування товарів; рівень транспортних послуг із доставки продукції споживачеві; підготовка та побудова процесів виробництва, вибір кращої виробничої технології; ступінь використання сучасних інформаційних технологій; ефективність контролю за виробництвом або якістю послуг, що надаються; безпека системи інформаційного забезпечення; залучення інвестицій з метою покращення виробництва; обсяг бази постійних клієнтів; диференційована система знижок та бонусів для споживачів продукції; рівень сервісного та гарантійного обслуговування реалізованої продукції; репутація підприємства; використовувана конкурентна стратегія; інвестиційна привабливість (ціна бізнесу підприємства).

Комплексна оцінка конкурентоспроможності підприємства може бути проведена за кількома параметрами:

- показник виробничих витрат у розрахунку на товарну одиницю (ефективність витрат);
- фондовіддача — критерій, що визначає, наскільки ефективно використовуються основні засоби;
- рентабельність продукції чи послуг — критерій рівня прибутку під час виробництва та реалізації продукції чи послуг;
- продуктивність праці (ефективність використання трудових ресурсів);

- Коефіцієнт оборотності оборотних коштів — критерій для визначення ефективності їх використання;
- рентабельність продажів — визначення рівня прибутку підприємства, співвідношення цінових та якісних характеристик продукції;
- коефіцієнт завантаження потужностей виробництва — ділова активність підприємства, наскільки ефективна його діяльність з виробництва продукції;
- коефіцієнт ефективності рекламної діяльності та засобів, що стимулюють збут — цими критеріями визначають, наскільки економічно ефективними є зазначені дії;
- якісні характеристики продукції чи послуг — відповідність виробленої продукції або послуг, що пропонуються, рівню вимог споживачів;
- цінові характеристики продукції або послуг — критерії доступності їх споживачам.

Т. о. конкурентоспроможність підприємства визначається багатьма чинниками, для її забезпечення необхідно враховувати вплив кожного чинника та його взаємодія. Оцінка конкурентоспроможності підприємства є методологічною основою для аналізу та, як наслідок, виявлення шляхів підвищення його конкурентоспроможності. Для досягнення мети свого створення та оптимізації діяльності підприємство зобов'язане мати конкурентну стратегію, регулярно оцінювати свою конкурентоспроможність, вживати заходів щодо її підвищення.

Є. М. АРІСТАРОВ
канд. техн. наук, доц.
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

І. О. КРАВЦОВА
старший викладач
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

ОПТИМІЗАЦІЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ПРОДУКЦІЇ НА МЕТАЛУРГІЙНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Якість продукції є визначальним чинником конкурентоспроможності сучасних металургійних підприємств. В умовах глобалізації ринків та посилення вимог споживачів, компанії, що працюють в сфері обробки металів тиском, змушені постійно підвищувати якісні характеристики своєї продукції. Одним з ефективних шляхів вирішення цього завдання є оптимізація вну-

трішніх бізнес-процесів підприємства, у томі числі і технологічних, на основі сучасних концепцій менеджменту якості.

Вагомий внесок у формування та розвиток концепції ефективного виробництва зробили такі вчені, як, Дж П. Вумек, Т. Оно, С. Сігео, Д. Т. Джонс, М. Л. Джордж, Д. О. Барабас, А. В. Вакуленко, Т. В. Омельяненко, В. В. Баранов, Т. Лисенко, Г. Капінос, К. Ларіонова та ін. [1–4]. Аналіз теоретичних розробок з проблем створення та впровадження окремих елементів ефективного виробництва свідчить про високий рівень зацікавленості науковців і практиків цими питаннями, а також досвідом і проблемами їх впровадження на вітчизняних і закордонних підприємствах.

Аналіз наукових публікацій показує, що за роки військового стану в Україні дещо знизився інтерес до оптимізації виробничих процесів на основі концепцій бережливого виробництва, шести сигм тощо [1–3]. Корисність та ефективність. Навпаки, важливість їх впровадження на металургійних підприємствах саме у такий складний період набуває особливої цінності та актуальності. В останніх дослідженнях висвітлено ефективність застосування цих підходів у будівництві, машинобудуванні, харчовій та легкій промисловості. У той же час, особливості оптимізації бізнес-процесів саме на металургійних підприємствах в науковій літературі розкриті недостатньо.

Технологічний процес обробки металів тиском характеризується послідовним виконанням таких основних етапів:

- підготовка металу до деформації;
- нагрівання заготовки;
- безпосередня обробка тиском (пресування, кування, штампування);
- термічна обробка виробу;
- механічна обробка;
- контроль якості [4].

На кожному етапі існують резерви підвищення якості продукції шляхом оптимізації відповідних бізнес-процесів.

Одним з найперспективніших напрямків оптимізації при обробці металів тиском є скорочення втрат на етапі підготовки виробництва за рахунок впровадження методики швидкого переналагодження, або SMED (від англ. *Single Minute Exchange of Dies*, швидка заміна оснастки), яку було запропоновано Сігео Сінго. Ця технологія дозволяє скоротити час простою устаткування при переналагодженні, що підвищує продуктивність і якість. Ключовими елементами SMED є стандартизація операцій, чіткий розподіл зовнішніх і внутрішніх налагоджень, використання спеціальних пристосувань [5].

Ще одним важливим аспектом є оптимізація матеріальних потоків за принципами точно в строк, що дозволяє знизити запаси між операціями і скоротити таким чином частку браку, пов'язану з тривалим зберіганням напівфабрикатів, додатковими зайвими переміщеннями тощо [2].

Оптимізація процесів термічної обробки металів також відіграє важливу роль для забезпечення якості готових виробів. Впровадження автоматизованих систем контролю температурних режимів дозволяє уникнути браку через перегрів або недогрів заготовок. Крім того, застосування сучасного енер-

гоефективного обладнання (наприклад, високошвидкісних печей) оптимізує витрати ресурсів і скорочує час термообробки, що позитивно позначається на продуктивності та якості [5].

Не менш важливим є вдосконалення системи контролю якості за рахунок запровадження статистичних методів. Зокрема, контрольні карти дозволяють оперативно реагувати на зміну показників технологічного процесу і попереджувати появу дефектів [6]. Побудова QFD-матриць дає можливість систематизувати вимоги клієнтів і на їх основі формувати критерії якості на різних етапах виробництва.

Отже, оптимізація бізнес-процесів на засадах концепції бережливого виробництва має значний потенціал для підвищення якості металопродукції, що виробляється методами обробки тиском. Подальші дослідження доцільно присвятити розробці конкретних рекомендацій щодо впровадження інструментів оптимізації на підприємствах галузі. Запропонована в статті методологія оптимізації на основі інструментів бережливого виробництва може забезпечити значне підвищення якості продукції металургійних підприємств, особливо процесів обробки металів тиском.

Джерела

1. *Капінос Г., Ларіонова К.* Теоретико-методичні засади реалізації концепції ощадливого виробництва в практиці діяльності промислових підприємств. *Modeling the development of the economic systems*. 2022. С.173-181. DOI: https://doi.org/10.31891/mdes/2022-4-23
2. *Гурман О., Коханський Д.* Впровадження технології ощадливого виробництва Just-In-Time на підприємстві. *Collection of Scientific Papers "ΛΟΓΟΣ"*, (December 22, 2023; Boston, USA). 2023. С. 59–60. https://doi.org/10.36074/logos-22.12.2023.013
3. *Сеник Ю.* Метод "SMED", як один з елементів ощадливого виробництва. *Таврійський науковий вісник*. Серія: Економіка. 2023. Т 15. С. 216–224. https://doi.org/10.32782/2708-0366/2023.15.26
4. Інтегровані технології обробки матеріалів: підручник / Е. С. Геворкян, Л. А. Тимофеєва, В. П. Нерубацький та ін. Харків: УкрДУЗТ, 2016. 238 с.
5. SMED (single-minute exchange of die). *Lean Production*. URL: https://www.leanproduction.com/smed (дата звернення: 13.02.2024).
6. *Кравцова І. О.* Технологічні основи забезпечення якості в обробці тиском: інтерактивний навч. посіб. [Електронний ресурс]. URL: https://sites.google.com/view/zabezpechennia-jakosti/vstup (дата звернення: 13.02.2024)

Є. М. АРІСТАРОВ
канд. техн. наук, доц.
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

В. О. ТІХАНОВ
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

РИЗИКИ ВИРОБНИЧОЇ ДІЯЛЬНОСТІ І СПОСОБИ ЇХ ЗНИЖЕННЯ

У діяльності будь-якого підприємства, що випускає товарну продукцію, присутні як власне виробнича, так і комерційна складова, обумовлена реалізацією функцій збуту та закупівель сировини, матеріалів, обладнання тощо. Безумовно, і виробнича, і комерційна діяльність несуть у собі певні ризики, що відрізняються різноманіттям і різним ступенем впливу на кінцеві результати діяльності підприємства.

Ризики виробництва порівняно з комерційними більш конкретні, і управлінські рішення, що приймаються для їх усунення або зниження, відносяться до категорії високоструктурованих, адже вони розглядаються в рамках заданої ситуації, коли діяти можна за певним алгоритмом. Щодо комерційних ризиків, навпаки, частіше приймаються слабоструктуровані рішення, що відрізняються, зокрема, неточністю та невизначеністю інформації, відсутністю правил та процедур рішення.

Чітке розуміння керівником чи підприємцем потенційних ризиків може або запобігти їм, або елімінувати. Аналіз ризиків є важливою частиною процесу планування діяльності виробничого підприємства. Головне питання, на яке при цьому шукають відповідь, полягає у визначенні потенційного впливу можливості реалізації певного виду ризику на економічне та фінансове становище підприємства у коротко- та довгостроковій перспективі.

Враховуючи динамічний характер сучасного ринку, однією з умов виживання виробничого підприємства в конкурентному середовищі є вміння швидко адаптуватися до змін, у тому числі за рахунок ефективного управління ризиками [1].

Наведемо перелік груп ризиків виробничої діяльності та визначимо рекомендації щодо їх зниження.

Основною групою ризиків з даного переліку виступають ризики підвищення собівартості продукції. Їх джерелами можуть бути підвищення закупівельних цін, збільшення вартості кредитів, нестабільний курс валют, подорожчання енергоресурсів, неефективне управління ресурсами та витратами. Знизити даний вид ризику можливо шляхом підвищення відпускної ціни виробу, зменшення енергоспоживання, оптимізації витрат на оплату праці

залежно від обсягу виконаних робіт, мінімізації витрат за рахунок використання аутсорсингу та аутстаффінгу.

Наступною групою є технологічні ризики, причинами яких виступають застарілі технології та значний знос активної частини основних фондів. Вплив даної групи ризиків зменшується шляхом модернізації виробничих потужностей та підвищення рівня технологічної підготовки виробництва.

Далі можна виділити групу ризиків невиконання виробничої програми за обсягом виробництва або за термінами виготовлення. Для їх зниження необхідно забезпечити формування виробничої програми залежно від наявних виробничих потужностей, а, також, запровадити постійний аналіз та контроль виробничої програми.

Велику групу ризиків складають ризики, пов'язані з якістю продукції, причинами яких виступають низька кваліфікація персоналу, низька якість комплектуючих виробів, низький рівень системи менеджменту якості, виробництво продукції з недостатніми функціональними та споживчими властивостями та ін. Нівелювати ці ризики можливо за рахунок дотримання вимог галузевих нормативних документів, вдосконалення системи менеджменту якості, спрямованої на забезпечення та підвищення якості вироблених товарів, удосконалення системи навчання співробітників, перепідготовки, покращення системи мотивації персоналу.

Джерела

1. *Бондар О. В.* Ситуаційний менеджмент: навч. посіб. К.: Центр учбової літератури, 2012, 388 с.

Є. М. АРІСТАРОВ
канд. техн. наук, доц.
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

Ю. А. ШЕЛКОВИЙ
здобувач вищої освіти
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

СТРАТЕГІЧНІ МЕТОДИ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ В УМОВАХ ВІЙНИ

Актуальність теми дослідження антикризового управління підприємством (АУП) в умовах війни висока через непередбачуваність та волатильність. Військові конфлікти призводять до економічної, політичної та соціальної нестабільності. Підприємства стикаються з широким спектром викликів,

включаючи фізичні ризики для активів та персоналу, перебої в ланцюжках поставок, зміни у правовому середовищі та споживчій поведінці. Антикризове управління допомагає підприємствам ефективно реагувати на ці виклики та адаптуватися до швидко змінних умов. У цілому, дослідження АУП в умовах війни не тільки актуальне, але й критично важливе для розуміння того, як підприємства можуть навчитися виживати, адаптуватися та процвітати в надзвичайно складних та непередбачуваних умовах.

АУП в умовах війни вимагає особливого підходу, оскільки військові конфлікти вносять велику невизначеність та ризики в діяльність будь-якого бізнесу [2]. Цей процес включає ряд стратегій та заходів, спрямованих на мінімізацію втрат та підтримку стабільності підприємства, представлених в таблиці.

Ключові аспекти антикризового управління

Заходи АУП	Результат
Оцінка ризиків та планування	Розробка плану дій для мінімізації цих ризиків
Фінансове управління	Забезпечення зменшення витрат, перегляд інвестиційних планів, забезпечення наявності достатнього обсягу обігових коштів тощо
Комунікація із зацікавленими сторонами	Підтримка довіру та сприяти виробленню спільних стратегій подолання кризи
Гнучкість та адаптація	Зміна бізнес-моделі, перехід на нові ринки або зміна продуктової лінійки
Забезпечення безпеки та захисту	Захист своїх фізичних та цифрових активів, а також забезпечити безпеку своїх співробітників.
Співпраця та партнерство	Спільне вирішення проблем, пов'язаних з кризою
Відповідальність та етика	Соціальна відповідальність перед суспільством і співробітниками

Антикризове управління в умовах війни вимагає комплексного підходу та готовності до швидкого реагування на змінні обставини. Воно спрямоване не лише на мінімізацію втрат, але й на пошук нових можливостей для розвитку та адаптації до нових реалій.

Стратегічний підхід до антикризового управління підприємством в умовах війни передбачає довгострокове планування та системне мислення для захисту бізнесу, забезпечення його стійкості та виживання. Основними стратегічними аспектами такого підходу є [1]:

1. Стратегічна діагностика та аналіз ризиків.
2. Розробка стратегічного плану антикризового управління.
3. Формування стратегічних резервів.
4. Гнучкість та адаптивність стратегії.
5. Стратегічне партнерство та взаємодія з державою.
6. Стратегічне лідерство та управління змінами.

Стратегічний підхід до антикризового управління в умовах війни дозволяє підприємству не тільки вижити в складних умовах, але й зберегти потенціал для подальшого розвитку і зростання.

Ефективне антикризове управління в умовах війни вимагає від підприємств ретельного стратегічного планування, яке враховує різноманітні ризики та сценарії розвитку подій. Підприємства повинні розробляти гнучкі плани, які можуть бути швидко адаптовані до змінних умов.

У цілому, дослідження підкреслює, що стратегічні методи антикризового управління в умовах війни мають бути комплексними, гнучкими та інноваційними, з акцентом на етичність, соціальну відповідальність та активну взаємодію з усіма зацікавленими сторонами. Це допоможе підприємствам не тільки вижити в кризових умовах, але й відіграти ключову роль у відновленні та відбудові після завершення конфлікту.

Джерела

1. *Жеребчук М. Б.* Антикризове управління підприємством в умовах війни. Українське суспільство в умовах воєнного стану: сучасні виклики та напрямки розвитку: матеріали Всеукр. наук. конф. молодих вчених. Одеса : Фенікс, 2022. С. 586–588.
2. *Саврас І. З., Томаневич Л. М.* Проблеми та особливості застосування антикризових методів управління підприємствами в умовах війни. *Вісник Львівського торговельно-економічного університету*. Економічні науки. 2022. № 69. URL: http://journals-lute.lviv.ua/index.php/visnyk-econom/article/view/1275/1202.

Є. М. АРІСТАРОВ
канд. техн. наук, доц.
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

Д. А. ЯЦИНА
магістрантка
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

ОБҐРУНТУВАННЯ ВИБОРУ МЕТОДУ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПРОЄКТУ

Для забезпечення своєї конкурентоспроможності підприємству необхідно приділяти увагу оновленню наявної матеріально-технічної бази, вкладати кошти у ремонт та реконструкцію виробничих потужностей, нарощувати обсяги виробництва та впроваджувати нові види діяльності, диверсифікуючи джерела отримання прибутку, тобто, здійснювати інвестиційну діяльність.

В умовах наявності певної кількості альтернативних інвестиційних проєктів перед підприємством постає завдання обґрунтування вибору конкретного інвестиційного рішення, для чого необхідно врахувати ряд наступних факторів: тип інвестицій, вартість проєкту, множинність доступних проєк-

тів, обмежені фінансові ресурси, доступні для інвестицій, ризик, пов'язаний з прийняттям рішення і т. ін. [1, с. 8].

Глибина аналітичного підходу та ступінь відповідальності при ухваленні того або іншого інвестиційного рішення є відмінною, залежно від ситуації. У випадку обґрунтування проєкту модернізації наявних виробничих потужностей відповідне рішення може бути прийняте досить швидко і без особливих ускладнень, адже менеджмент підприємства має достатньо інформації щодо техніко-економічних характеристик такого проєкту. Тому основні зусилля концентруються на контролі за виконанням етапів проєкту та координації дій виконавців у просторі та часі.

Подібна задача може значно ускладнюватись у випадку, коли мова йде про інвестиції, пов'язані з розширенням основної діяльності, у тому числі, за рахунок диверсифікації видів діяльності. У цьому випадку необхідно враховувати ряд інших чинників, серед яких виділимо:

- можливість зміни ринкової частки підприємства;
- наявність додаткових обсягів трудових, матеріальних та фінансових ресурсів або необхідність пошуку джерел їх залучення;
- можливість виходу на інші ринки та ін.

У будь-якому випадку у процесі здійснення інвестиційній діяльності підприємства виникає завдання оцінки інвестиційної привабливості проєктів. Не дивлячись на дискусійність концепції інвестиційної привабливості та різноманітність практичних методів її оцінки, основними критеріями такої оцінки виступають прибутковість проєкти, наявність та рівень ризиків, які його супроводжують.

При цьому зазначимо, що певна величина ризику у значній мірі закладається на етапі визначення складу витрат проєкту, їх обґрунтування та розрахунку кількісної величини і пов'язана з неточністю відповідних оцінок. Зазначимо, що при всьому різноманітті існуючих методів інвестиційного аналізу, існують певні проблеми їх застосування у конкретній ситуації з причини їх множинності та відсутності відповідної систематизації використання. Це пов'язано з перевагами та недоліками окремих оціночних показників, а також, специфічними умовами та особливостями їх практичного застосування.

Розглянемо існуючі методи оцінки ефективності проєктів на прикладі проєкту розширення асортименту продукції ТОВ "Вестер". Серед методів, що розглядаються, виберемо традиційно-кількісні, ймовірнісно-прогностичні та евристичні. На підставі їх співставлення здійснимо підбір оптимального методу, який би дозволив максимально точно спрогнозувати результат від реалізації проєкту за умов мінімальних витрат часу.

Критеріями відбору виступили наступні: трудомісткість методу, період проведення оцінки (передінвестиційний, операційний, за фактичними даними), доступність інформації для здійснення оцінки проєкту, результативність оцінки.

Результати бального оцінювання методів оцінки аналізованого проєкту показали, що для оцінки ефективності проєкту розширення асортименту

будівельних матеріалів, що випускаються компанією, найбільше підходять традиційно-кількісні методи, а саме:

- метод чистого наведеного (дисконтованого) доходу;
- метод внутрішньої норми доходності;
- метод періоду окупності.

З огляду на те, що будь-який метод інвестиційного аналізу передбачає розгляд проєкту як умовно відокремленого економічного об'єкта, у подальшому аналізі необхідно визначити вплив поточної економічної діяльності компанії на результати аналізу проєкту.

Джерела

1. *Гуторов О. І.* Інвестиційний менеджмент. Харк. нац. аграр. ун-т. Харків. 2014. 203 с.

О. С. БАЗИК

Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

ЯВИЩЕ ПОЛІСЕМІЇ В АНГЛІЙСЬКІЙ НАУКОВО-ТЕХНІЧНІЙ ТЕРМІНОЛОГІЇ

Полісемія в термінології є ключовим аспектом, який впливає на якість наукового та технічного спілкування. Тож, розуміння причин її виникнення, різновидів та впливу на термінологію дозволяє вдосконалювати системи термінів, забезпечуючи точність та однозначність у комунікації між фахівцями.

Термін в науковій та технічній термінології є мовним засобом, який використовується для точного вираження специфічних понять. Його основними ознаками є спеціальне значення, використання у визначених контекстах та відсутність загальновживаних у загальній мові синонімів [1]. Терміни відіграють важливу роль у науковому та технічному мовленні, відображаючи специфіку досліджуваних областей знань. Їх лінгвістична природа визначається спеціалізованим значенням, відсутністю синонімів та використанням у визначених контекстах. Розуміння лінгвістичної природи та класифікацій термінів сприяє пошуку оптимальних перекладів та забезпечує точність та однозначність у використанні термінології [3].

Полісемія, або багатозначність, може виникати у термінології через різні способи тлумачення та використання термінів в різних контекстах, що може викликати непорозуміння та ускладнити переклад наукових та технічних текстів [2]. Проблема полісемії в термінологічній лексиці активно досліджується в роботах Л. Веклинець, В. Даниленко, Л. Симоненко, Л. Туровської, І. Волкової, Н. Нікуліної та інших представників лінгвістичної науки в різних контекстах та специфікаціях.

Результати проведеного дослідження теоретичних першоджерел та практичного матеріалу дозволяють виокремити наступні характеристики явища полісемії в англійській науково-технічній термінології:

1) екстралінгвістичні (культурно-історичні, фахово-теоретичні та інші аспекти) та інтралінгвістичні (семантичний розвиток, вплив запозичень тощо) причини [4];

2) внутрішня (всередині терміносфери), зовнішня (на межах терміносфер), загальнонаукова, міжгалузева, вузькогалузева та полісемія з відносинами метонімії [5];

3) вплив на розширення словникового складу та збагачення мови в загальній лексиці [4], однак невпорядкованість та плутанина у спеціалізованій термінології [5];

4) метонімія та синекдоха, як один з найпоширеніших механізмів виникнення полісемії, суть якої полягає в перенесенні значення, яке виникає на основі асоціативних зв'язків [5];

5) метафора, суть якої полягає у перенесенні найменування одного об'єкта чи явища на інший на підставі їхньої схожості, як надзвичайно продуктивний тип семантичних змін, що сприяє формуванню полісемії [5];

6) сприяння зазначених механізмів полісемії формуванню багатошарової та експресивної мови, збагаченню лексичного складу мови та наданню можливості точніше висловлювати складні концепти [5];

7) важлива роль полісемії в аспекті соціокультурних змін та психологічних аспектах [4];

8) явище граматичної полісемії, де розмежування між омонімією та полісемією базується на формальних властивостях слів [4];

9) зв'язок семантичних змін та полісемії, коли асоціативні зв'язки, диференціація синонімів і семантична аналогія, можуть впливати на багатозначність слів [4].

Таким чином, різні типи полісемії сприяють формуванню багатошарової та експресивної мови, збагачуючи її лексичний склад та дозволяючи точніше висловлювати складні концепти. Механізми виникнення полісемії, такі як перенесення значень на основі асоціативних зв'язків та вплив соціокультурних, психологічних та граматичних аспектів, сприяють розвитку мови та кращому розумінню природи мовлення.

Розуміння ж полісемії в термінології є важливим для забезпечення точності та чіткості в науковому спілкуванні, відповідно, дослідження полісемії допомагає вдосконалювати термінологічні системи та уникати непорозумінь у комунікації між фахівцями.

Джерела

1. *Білозерська Л. П., Возненко Н. В., Раденька С. В.* Термінологія та переклад: навч. посіб. Вінниця: Нова книга, 2010. 232 с.
2. *Карабан В. І.* Переклад англійської наукової і технічної літератури. Граматичні труднощі, лексичні, термінологічні та жанрово-стилістичні проблеми. Вінниця: Нова книга, 2004. 576 с.

3. *Opyr M., Dobrovolska S, Panchyshyn S.* Polysemy of English lexical units as a stone of translating scientific and technical terminology. *Закарпатські філологічні студії.* 2023. Вип. 27. Т. 2. С. 174–178.
4. *Agustín Vicente, Ingrid L. Falkum.* Polysemy. URL: https://oxfordre.com/linguistics/display/10.1093/acrefore/9780199384655.001.0001/acrefore-9780199384655-e-325
5. *Jalloh M.* Scientific Polysemy, Semantic Detoxification, and Sophisticated Operationalism. URL: http://philsci-archive.pitt.edu/20230/1/SSSArchival.pdf

Науковий керівник:
Г. А. Луканська, старший викладач

О. В. БАЛІХІН
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

В. Г. МАКАРЕНКО
канд. техн. наук
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ОРГАНІЗАЦІЇ СИСТЕМИ СТИМУЛЮВАННЯ ТА ОПЛАТИ ПРАЦІ ПЕРСОНАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Основною метою розробки та впровадження системи оплати праці та стимулювання персоналу є підвищення ефективності діяльності, що має бути досягнуто за рахунок єдності цілей та дій адміністрації та персоналу, за рахунок більш ефективної роботи кожного співробітника. Вже всім зрозуміло, що успіх організації безпосередньо залежить від того, як відбувається управління людськими ресурсами в ній.

Форми оплати та стимулювання мають відповідати профілю мотивації в організації, тобто мають бути залежними від прийнятої політики стимулювання. Кожному працівникові має бути відома та зрозуміла система стимулювання. Тільки володіючи цією інформацією, персонал зможе коригувати свою поведінку в організації. І кожен співробітник повинен бути впевнений, що стимулювання проводиться тільки відповідно до Положення про стимулювання в кожній із ситуацій, що виникають. Інакше вся система стимулювання матиме тільки деструктивний вплив на діяльність організації, оскільки працівникові не будуть зрозумілі критерії оцінювання його роботи.

Стратегія стимулювання та мотивації має бути покликана вирішувати завдання спонукання зростання економічної активності співробітника, стимулювати його сумлінну та продуктивну працю, формувати особисту та колективну зацікавленість у підвищенні ефективності діяльності.

Великою проблемою на сьогоднішній день є те, що в нашому суспільстві немає єдиного концептуального підходу до питань організації системи оплати праці, сутності заробітної плати та її ресурсного забезпечення.

Проблемою є те, що зберігається тенденція загального низького рівня оплати праці порівняно з економічно розвиненими країнами. За даними Держкомстату в Україні 600 тис. громадян у 2020 році отримували менше законодавчо встановленого прожиткового мінімуму, 8,8 млн — менше так званого фактичного прожиткового мінімуму [1].

Це також сприяє зростанню диференціації в заробітній платі між регіонами, галузями, підприємствами та окремими працівниками.

Кадри — головний ресурс будь-якої організації, від їх якості та ефективності залежать усі економічні результати підприємства. Отже, політика організації у сфері оплати праці є пріоритетом у ній, оскільки вона допомагає підприємству досягати його місії та мети [2].

Роботодавець повинен бачити перспективи розвитку своєї організації, усвідомлювати, що головний його ресурс та багатство — це персонал із його трудовим потенціалом. Персонал тим і цінний, що він здатний працювати творчо, а не просто відпрацьовувати робочий час. Саме цю його здатність і необхідно розвивати за допомогою оптимальної системи оплати праці в організації. Адекватна витраченим ресурсам заробітна плата сприятиме максимальній віддачі працівників, що безпосередньо позначиться на зростанні обсягів виробництва, якості продукції та зростанні прибутку та рентабельності, тобто на основних техніко-економічних показниках. Персонал організації та конкурентоспроможність компанії об'єднані загальними цілями. Працівники повинні чітко уявляти критерії, за якими їм нараховується заробітна плата. Основні знання, уміння, навички, рівень кваліфікації необхідно перевести у певні показники, які врешті-решт і вплинуть на розмір заробітної плати працівника. Така система дозволить роботодавцю проводити атестацію свого персоналу, встановлювати кваліфікаційні рівні, а згодом і розмір заробітної плати. Саме так ефективно функціонуватиме гнучка модель тарифного регулювання оплати праці.

Причому в основі оцінки діяльності як окремого працівника, так і підприємства в цілому повинні бути покладені головні ринкові критерії, тобто прибуток, витрати, продуктивність праці та якість продукції, що виробляється. Отримуючи свою заробітну плату та оцінюючи її розмір, кожен працівник повинен розуміти, що він отримує саме за те, що він щоденно робив для покращення та зростання економічно показників діяльності своєї організації. Будь-яке реформування чи оптимізація системи оплати праці обов'язково має сприяти посиленню трудової мотивації персоналу.

Отже, сьогодні актуальним для підприємств України є створення такої системи оцінки та формування мотиваційної політики, за якої одним із головних засобів та факторів спонукання до роботи стане саме заробітна плата та її система, а управління системою мотивації, стимулювання та оплата праці є важливим моментом у сфері управління людськими ресурсами.

Джерела

1. Графік дня: скільки українців отримують доходи, менші за мінімум. URL: https://texty.org.ua/fragments/103943/grafik-dnya-skilky-ukrayinciv-otrymuyut-dohody-menshi-za-minimum/.
2. *Горбоконь В. Ю.* До питання оцінки кадрового потенціалу підприємства. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. Серія Економічні науки. 2016. Вип. 17. Ч. 1. С. 64–69.

С. В. БЕНДЕРСЬКИЙ

Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

РОЗВИТОК БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ В СУЧАСНИХ РЕАЛІЯХ

На відміну від загальних економічних тенденцій банківська система показала здатності бути стійкою до нинішніх умов. Установи банків є ліквідними, забезпечують безперебійний режим роботи навіть за умов планових чи аварійних відключень електроенергії, створюють умови для кредитування фізичних та юридичних осіб, зростання депозитів, а також здійснюють відновлення діяльності територіальних відділень при звільненні від окупації. Крім того, банки України являються також важливим джерелом інвестування грошей для економічного сектору держави, виконуючи функції перерозподілу вільних фінансових ресурсів суб'єктів.

Протягом місяців війни кількість банків України скоротилася. Відразу від початку ведення повномасштабної війни кількість банківських установ скоротилася на 2 одиниці порівняно з показником на кінець січня 2022 р. — за рахунок припинення діяльності банків з іноземним капіталом. За період лютого-жовтня 2022 р. кількість банків зменшилася на 4 одиниці. Крім того, окремого скорочення відділень банківських установ зафіксовано за територіями, де велися чи ведуться бойові дії. З першого дня війни банки вимушено скоротили діяльність відділень на територіях, де існувала загроза безпеці персоналу. На початку березня в зоні ведення бойових дій або поблизу неї працювало лише 21 % відділень системно важливих банків, а загалом в Україні — 60 %.

За даними Нацбанку частка державних банків територій, де ведуться бойові дії, за підсумками 9 місяців 2022 р. склала 53,2 %. Відповідно до аналітичних даних, питома вага відділень держбанків на небезпечних для діяльності територіях залежить певною мірою від масштабів бойових дій.

Так, у регіонах, де висока частка окупації, частка функціонуючих відділень банківських установ з державним капіталом знаходиться у межах від 61,4 % до 91,3 %. Стосовно банків з приватним чи іноземним капіталом, то

ситуація є протилежною. “Частка функціонуючих відділень державних банків на ризикових для діяльності територіях варіюється залежно від ступеню ризику, а саме — масштабів бойових дій цих територій. Зокрема, у регіонах, де висока частка окупації російськими військами, частка функціонуючих відділень банківських установ з державним капіталом знаходиться у коридорі від 61,4 % (Херсонська область) до 91,3 % (Луганська область). Стосовно регіонів, які мають невеликі території бойових дій, то відповідна питома вага держбанків становить 46,4 % (Запорізька область) та 47,7 % (Харківська область)”.

За даними Національного банку України “банки успішно впоралися з першими викликами війни: вони продовжують діяльність та надають якісні послуги там, де це можливо. Безперебійно працює система електронних платежів та переказів. Це зберігає довіру клієнтів до фінустанов та знижує ризики ліквідності. Однак понесені банками втрати, оцінки яких поки що попередні, негативно позначаться на їхній рентабельності та капіталі. Збитки можуть зростати через тривалий ефект від реалізації окремих операційних ризиків”.

Досліджено, що серед джерел розміщення ресурсів банків виділяються 2, які у сукупності займають понад половину усіх активів: це кредити, що надаються юридичними особам, та купівля банками облігацій внутрішніх держпозик. При цьому висока питома вага коштів, вкладених в ОВДП, вказує на окремі недоліки стосовно монетарно-кредитної політики. Зобов’язання ж установ банків в основному концентруються за вкладами фізичних та юридичних осіб — 86,8 % усіх зобов’язань.

Джерела

1. *Еркес О., Калита О., Сундук Т.* Банківська система України в умовах війни. *SCIENTIA FRUCTUOSA*. 2022.
2. Банківська система: навч. посіб. / Н. С. Ситник, А. В. Стасишин, Н. З. Блащук-Девяткіна, Л. О. Петик; за заг. ред. Н. С. Ситник. Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2020.
3. *Заєць І. І.* Забезпечення якості банківських послуг як перспективний напрям функціонування банківської системи України. “Фінансове забезпечення економіки” : матеріали VI науково-практичної студентської конференції (20 червня 2022 р., м. Житомир, Поліський національний університет).

Науковий керівник:
А. Г. Єфременко, канд. екон. наук, доц.

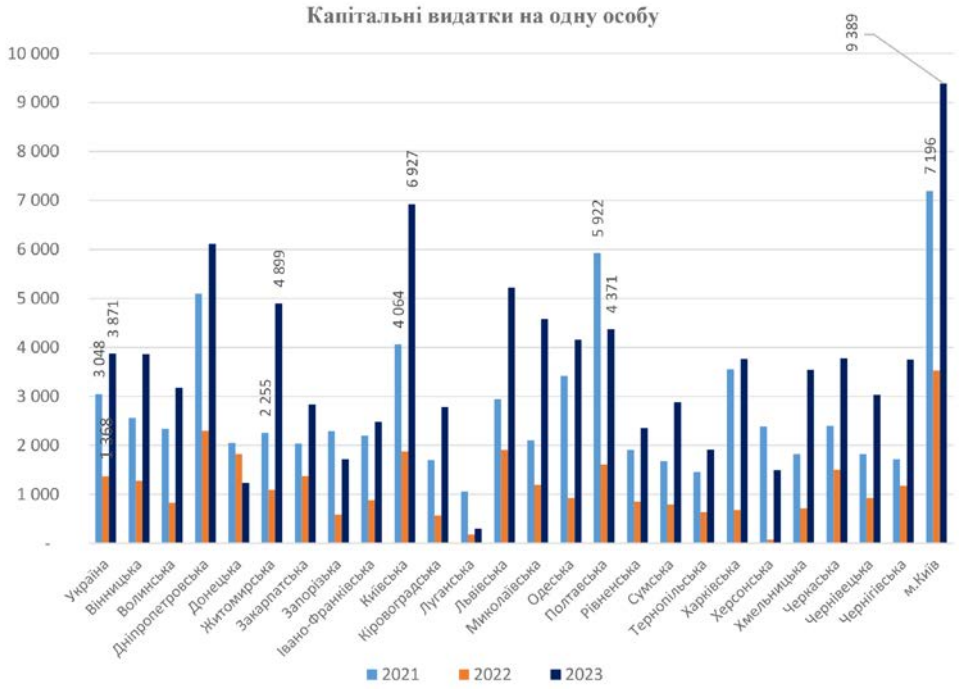
Л. Я. БЕНОВСЬКА
канд. екон. наук, старший дослідник,
ДУ "Інститут регіональних досліджень ім. М. І. Долішнього НАН України",
м. Львів

КАПІТАЛЬНІ ВИДАТКИ МІСЦЕВИХ БЮДЖЕТІВ В УМОВАХ ВІЙНИ

Різні види видатків місцевих бюджетів мають не рівноцінний вплив на економічне зростання та можуть впливати на рівень фінансової стійкості бюджетів, зокрема співвідношення між поточними та капітальними видатками. Капітальні видатки інвестиційного характеру забезпечують збільшення податкової бази та відповідно забезпечують у перспективі зростання фінансового потенціалу та дохідності місцевих бюджетів. Тому вибір оптимального співвідношення видатків є ключовим завданням формування видаткової частини бюджету. Висока частка соціальних видатків у структурі видатків характеризує не лише рівень фінансового забезпечення соціальної сфери, але і прогалини у розвитку інших галузей, зокрема економічної діяльності, житлово-комунальної сфери тощо.

Порівняльний аналіз поточних та капітальних видатків місцевих бюджетів дозволив виявити різке скорочення поточних видатків місцевих бюджетів в розрахунку на одну особу у 2022 році у регіонах де проходить лінія фронту — Херсонській, Харківській, Луганській, Запорізькій областях, тоді ж як приріст спостерігався у тилових регіонах, столиці, Полтавській, Дніпропетровській, Вінницькій областях. Така тенденція пояснюється переміщенням населення в безпечніші регіони.

Капітальні видатки місцевих бюджетів у довоєнний період в країні становили 3048 грн на одну особу, а у столиці, Полтавській, Дніпропетровській, Київській областях перевищували середнє значення у 1,5–2 рази. Початок війни мав шоковий вплив на економіку країни, зменшились власні надходження місцевих бюджетів, субвенції розвиткового характеру з державного бюджету, що відобразилось на рівні обсягу капітальних видатків місцевих бюджетів, які у 2022 році в середньому по країні скоротились більше ніж у двічі до 1368 грн на особу. Іншою причиною різкого скорочення капітальних видатків стала Постанова КМУ № 590. Відновлення економічної активності у 2023 році та поступове збільшення переліку видатків місцевих бюджетів, що можуть здійснюватися в умовах воєнного стану призвело до зростання середнього обсягу капітальних видатків на одну особу в країні у 2023 році до 3871 грн на особу, що вище довоєнного рівня. У всіх областях капітальні видатки на одну особу у 2023 році перевершили довоєнний рівень, окрім прифронтових територій — Херсонська, Запорізька, Луганська, Донецька області.



Динаміка капітальних видатків 2021–2023 рр., грн на особу
Побудовано автором з використанням https://openbudget.gov.ua/

У 2022 році для всіх регіонів характерним було скорочення частки капітальних видатків у загальних видатках місцевих бюджетів, зокрема в опорних, тилових регіонах вона скоротилась більше, ніж у двічі. Проте уже у наступному 2023 році частка капітальних видатків у загальних видатках місцевих бюджетів зросла більше ніж у двічі у всіх регіонах, а найбільше у опорних регіонах — 2,44 рази. У 2023 році найвищою частка капітальних видатків у загальних видатках була в регіонах з відновленим контролем — 26 %, зокрема за рахунок відновлення інфраструктурних об'єктів у м. Київ (33 %). Водночас різке зростання коефіцієнта співвідношення капітальних видатків та власних доходів місцевих бюджетів (у опорних регіонах — 3,1 рази, у тилових регіонах та регіонах з відновленим контролем — 2,8 рази) свідчить про те, що капітальні видатки зростали вищими темпами ніж власні доходи місцевих бюджетів, а отже фінансувались за рахунок інших надходжень.

Джерела

1. Державний веб-портал бюджету для громадян. https://openbudget.gov.ua.

М. О. БЕРЕЗОВЧУК
Харківський національний університет міського господарства ім. О. М. Бекетова

СУТНІСНА ХАРАКТЕРИСТИКА ЛЕГАЛІЗАЦІЇ ДОХОДІВ, ОТРИМАНИХ ЗЛОЧИННИМ ШЛЯХОМ

Глобалізація світової економіки та розвиток фінансових технологій приносять не лише позитивні зрушення, але й ставлять перед суспільством низку викликів, серед яких особливо важливою є проблема легалізації доходів, отриманих злочинним шляхом. Ця проблема є серйозною загрозою фінансово-економічній стабільності держави та впливає на її соціально-економічний розвиток.

Легалізація злочинних доходів має глобальний характер, оскільки різноманітні схеми "відмивання" грошей перетинають національні кордони і часто пов'язані з міжнародною організованою злочинністю, такою як фінансові афери, наркотичний бізнес, фінансування тероризму тощо. Ці явища потребують уваги та спільних зусиль з боку міжнародної спільноти для ефективного протидії та запобігання негативним наслідкам для економіки та суспільства в цілому.

Термін "легалізація" в законодавство України введений Кримінальним кодексом в 2001 р. Ч. 1 ст. 209 Кримінального кодексу України кваліфікує легалізацію (відмивання) доходів, одержаних злочинним шляхом як "вчинення фінансової операції чи правочину з коштами або іншим майном, одержаними внаслідок вчинення суспільно небезпечного протиправного діяння, що передувало легалізації (відмиванню) доходів, а також вчинення дій, спрямованих на приховання чи маскування незаконного походження таких коштів або іншого майна чи володіння ними, прав на такі кошти або майно, джерела їх походження, місцезнаходження, переміщення, а так само набуття, володіння або використання коштів чи іншого майна, одержаних внаслідок вчинення суспільно небезпечного протиправного діяння, що передувало легалізації (відмиванню) доходів" [1].

Згідно з чинним законодавством, під "легалізацією (відмиванням) доходів, одержаних злочинним шляхом", розуміються будь-які дії, пов'язані з фінансовими операціями або правочинами, що виконуються з активами, отриманими в результаті вчинення злочину. Це також включає будь-які дії, спрямовані на приховання або маскування нелегального походження таких активів, прав на них, джерел їхнього походження, місцезнаходження, переміщення та зміну їх форми (перетворення). Також це охоплює набуття, володіння або використання активів, одержаних в результаті вчинення злочину.

Світовий та вітчизняний досвід дозволяє виокремити основні методи, які використовують організовані злочинні групи для легалізації доходів, отриманих злочинним шляхом:

• способи легалізації готівкових коштів: контрабанда валюти, тобто нелегальний ввіз або вивіз грошей через кордон; розміщення брудних коштів дрібними внесками на депозитні рахунки (смарфінг), тобто розподіл суми на невеликі внески для уникнення підозрювань; використання підприємницьких структур, що постійно здійснюють операції готівкою; придбання цінних паперів на предявника, тобто придбання активів, що можуть бути легко конвертовані у готівку; отримання спочивчих кредитів із наступним їх достроковим погашенням.

• способи легалізації безготівкових коштів: закупівля та продаж імпортних товарів; структурування безготівкових коштів; використання фондових бірж; укладання правочинів для подальшого використання грошових коштів, отриманих злочинним шляхом, у господарській діяльності.

Починаючи з 2002 року, уряди по всьому світу активно удосконалюють законодавство щодо відмивання грошей та системи моніторингу фінансових операцій. У багатьох економічно розвинених країнах була створена законодавча база, яка чітко регулює заходи з протидії легалізації доходів, отриманих злочинним шляхом, і встановлює вимоги щодо обмеження банківської та комерційної таємниці. Крім того, багато країн впровадили або посилили прикордонний контроль за кількістю грошових коштів, які можна перевозити, і встановили централізовані системи звітності про фінансові операції, що здійснюються в усіх фінансових установах у формі електронних документів.

Отже, ефективна боротьба з легалізацією злочинних доходів базується на комплексному підході, що включає досконале законодавство та високий рівень кваліфікації службовців, забезпечуючи необхідні умови для подальшого розвитку країни. Також важливим є активна участь у розробці міжнародних програм протидії легалізації доходів, отриманих злочинним шляхом, укладення багатосторонніх договорів про правову допомогу у цій сфері, обмеження використання готівки, посилення нагляду за офшорним сектором економіки, а також створення та публікація списку країн, які не ефективно борються з легалізацією злочинних доходів на своїй території. Крім того, важливими заходами є блокування банківських активів при виявленні підозрілих операцій та інші дії, спрямовані на запобігання фінансовій злочинності.

Джерела

1. Кримінальний кодекс України : Закон України від 05.04.2001 р. № 2341-III. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2341-14#Text

О. О. БІГУН
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

СОЦІАЛЬНА РОБОТА З БАТЬКАМИ ДІТЕЙ, ХВОРИХ НА АУТИЗМ

Сучасний світ, що характеризується активною урбанізацією та перенасиченістю суспільства інформацією, демонструє зростаючу тенденцію до збільшення чисельності дітей з розладами аутистичного спектру (РАС). За оцінками ВООЗ, 1 дитина із 160 має будь-який з зазначених розладів [7]. В Україні обліковано 20936 дітей з діагнозом "аутизм" [1]. Загалом же у світі є 2 мільйони 400 тисяч таких осіб [6].

Розлади аутичного спектра — це наскрізне порушення розвитку, що має неврологічну природу, і виявляється у складнощах соціальної взаємодії, якісних розладах комунікації, стереотипних діях та інтересах [5]. Оскільки незалежно від ступеню тяжкості розладу ключовою ознакою дітей з РАС є брак соціальних якостей, зокрема, відсутність цікавості до інших людей та невміння спілкуватися вербальним або невербальним шляхом [2], аутизм називають переважно не вадою чи хворобою, а особливістю розвитку, що вимагає особливої уваги до формування навичок соціальної взаємодії, націлених на пом'якшення труднощів у соціалізації та інтеграції в соціум.

Життя батьків дітей з аутизмом супроводжується постійним стресом, що викликається різноманітними внутрішніми та зовнішніми факторами. Зокрема, до внутрішніх відносять вплив розладу дитини на повсякденне життя; прояви агресії та аутоагресії; стосунки дитини-аутиста з братами та сестрами; порушення у стосунках батьків та дітей; невпевненість батьків у власній компетентності; обмеження власного особистого життя тощо. Зовнішніми факторами впливу є тривалий процес встановлення діагнозу дитини; труднощі пересування; стигматизація тощо [4]. Опорним потенціалом, необхідним для виконання виховних завдань та створення оптимальних умов життя для дитини є ресурси батьків: індивідуальні (насамперед переконання у власній ефективності), сімейні та суспільні (усвідомлення соціальної підтримки, особливо у кризових ситуаціях), фінансові та матеріальні, професійні [4].

Напрямки соціальної роботи з батькам дітей з РАС мають на меті насамперед забезпечити полегшення негативного впливу стресових факторів та підтримувати спроможність забезпечити належну якість життя. Вагома роль в соціальній роботі з батьками, що виховують дітей з аутизмом належить соціальній підтримці. Вона володіє рядом технологій, має свою специфіку та особливості і, відповідно, може бути: 1) офіційною (сервісною) та ґрунтуватися на співпраці з окремими організаціями, сервісами, установами тощо; 2) частково професійною чи змішаною (гібридною); 3) неофіційною, коли основою підтримки є найближче оточення сім'ї, члени родини, громада, релігійна община тощо [3]. Окрім цього, соціальна підтримка може бути со-

ціально-економічною (фінансова та натуральна допомога, пільги, субсидії, допомога в працевлаштуванні та здобутті професії); соціально-психологічною (консультування, соціально-психологічна реабілітація, психологічна допомога у кризових ситуаціях, соціальна терапія тощо); інструментальною (асистування дитині, побутова допомога по господарству чи догляду за дитиною, захист інтересів сім'ї та дитини, організація дозвілля тощо) [3].

Доведено, що як емоційна, так і інструментальна соціальна підтримка, сприяє батьківській успішності, вдосконалює здатність сім'ї стійко та гнучко реагувати на кризові ситуації та є передумовою високої якості життя сімей, які виховують дітей з РАС.

Таким чином, потреба створення гарантованої системи соціальної допомоги для сімей, які виховують дітей з аутизмом, що передбачає як вдосконалення організації координаційних механізмів, корекційно-розвивальної роботи та освітнього середовища, так і посилення здатності інтегрувати та скеровувати професійні зусилля на продуману та цілеспрямовану командну роботу з метою створення сприятливих умов для відновлення потенціалу розвитку цих дітей, набуття ними життєвих компетентностей та максимально можливого включення у життя суспільства, є беззаперечною.

Джерела

1. Електронна система охорони здоров'я в Україні. URL: https://ehealth.gov.ua/
2. *Скрипник Т. В.* Стандарти психолого-педагогічної допомоги дітям з розладами аутичного спектра: навч.-метод. посіб. К. : Гнозіс, 2013. 60 с.
3. *Столярик О., Семигіна Т.* Соціальна робота із сім'ями, які виховують дітей з аутизмом: інтервенція з розвитку сильних сторін: монографія. Таллінн: Teadmus, 2022. 188 с.
4. *Hartley S. L., DaWalt L. S. & Schultz H. M.* Daily Couple Experiences and Parent Affect in Families of Children with Versus Without Autism. *Journal of Autism and Developmental Disorders*, 2017. Volume 47. P. 1645-1658.
5. Autism Speaks. URL: https://www.autismspeaks.org/
6. World Autism Organisation. URL: https://worldautismorganisation.com/
7. World Health Organization. URL: https://www.who.int

Науковий керівник:
Г. А. Луканська, старший викладач

Ю. А. БІЛА
канд. екон. наук, доц.,
Західноукраїнський національний університет

БІОМАСА ЯК ОБ'ЄКТ ОБЛІКУ: ПРОБЛЕМИ ІНТЕРПРЕТАЦІЇ

Сучасний стан енергетичної та екологічної системи у світі вимагає пошуку альтернативних шляхів отримання електроенергії з дотриманням страте-

гії декарбонізації. Враховуючи, що викопні палива не задовольняють вище зазначених вимог, все більшої актуальності набуває використання відновлювальних джерел енергії (ВДЕ). Енергетична стратегія України до 2050 року має на меті стимулювати використання ВДЕ та мінімізувати обсяг постачання первинної енергії з викопного палива. Сонячна, вітрова, гідро та термальна енергії не можуть забезпечити великий обсяг виробництва електроенергії, тому левова частка припадає на біомасу.

Для ідентифікації біомаси як об'єкта обліку необхідно дослідити проблеми інтерпретації визначення у міжнародному та вітчизняному законодавствах. В нормативно-правових актах Європейського союзу поняття "біомаса" трансформується та еволюціонує відповідно до розвитку біоенергетики. Починаючи з 2001 року, кожне наступне визначення подане у Директиві ЄС розширює перелік галузей, у результаті діяльності яких формується біомаса. Відповідно до Директиви Європейського Парламенту і Ради (ЄС) 2018/2001 від 11 грудня 2018 року про стимулювання використання енергії з відновлюваних джерел: "біомаса — біорозкладана фракція продуктів, відходів і залишків сільського господарства біологічного походження, включно з речовинами рослинного та тваринного походження, лісового господарства та суміжних галузей, у тому числі рибальства та аквакультури, а також біорозкладану фракцію відходів, у тому числі промислових і побутових відходів біологічного походження" [1]. Примітним є те, що у визначенні відсутня інформація про те, що ця речовина є енергетичним ресурсом та одним з продуктів біоенергетики.

Щодо вітчизняного законодавства, то вперше дефініція поняття "біомаса" була подана у Законі України "Про електроенергетику" від 1 квітня 2009 р. № 1220-VI. Однак, визначення суттєво відрізнялося від поданих у нормативних актах ЄС в частині віднесення до складу біомаси лише речовин рослинного походження. Даний недолік був усунений змінами, внесеними Законом України № 5485-VI від 20 листопада 2011 р. Проте визначення терміну все ще не було гармонізовано з міжнародними нормами ЄС, оскільки біомасою вважалися лише відходи органічного походження, тоді коли у Директиві 2001/77/ЄС ще у 2001 році до складу біомаси було включено окрім відходів, ще й продукти від сільського господарства. Уніфікація підходів вітчизняного та європейського законодавства відбулася у 2015 році, коли набули чинності зміни до Закону України "Про альтернативні види палива" (Закон № 514-VIII від 04.06.2015 р.). Згідно з даним нормативним актом: "біомаса — невикопна біологічно відновлювана речовина органічного походження, здатна до біологічного розкладу, у вигляді продуктів, відходів та залишків лісового та сільського господарства (рослинництва і тваринництва), рибного господарства і технологічно пов'язаних з ними галузей промисловості, а також складова промислових або побутових відходів, здатна до біологічного розкладу" [2].

Однак, у даному визначенні є певні неузгодженості. Вважаємо, що така ознака біомаси, як органічне походження, одразу засвідчує здатність до біологічного розкладу, оскільки відповідно до тлумачного словника:

"органічний — який характеризується життєвими процесами; який утворився з решток тваринних або рослинних організмів" [3]. Звідси всі органічні речовини є біорозкладними. Тому вважаємо, що дублювання цих ознак та зайве розширення дефініції є недоцільним.

У одному з підзаконних нормативно-правових актів — Наказі Міністерства охорони навколишнього природного середовища України від 13 жовтня 2009 р. № 540 "Про затвердження Технологічних нормативів допустимих викидів забруднюючих речовин у атмосферне повітря із котелень, що працюють на лушпинні соняшнику", зазначене застаріле визначення, оскільки не включає до складу біомаси речовини тваринного походження. Вважаємо, що даний недолік повинен бути усунений шляхом гармонізації визначення відповідно до вітчизняного (актів вищої юридичної сили) та міжнародного законодавства.

Не вся біомаса може бути визнана активом і об'єктом обліку. Біомаса, яка ідентифікується як об'єкт обліку, має бути включена у склад відповідних оборотних або необоротних активів із врахуванням критеріїв визнання зазначених у Національних положеннях (стандартах) бухгалтерського обліку.

Джерела

1. Про стимулювання використання енергії з відновлюваних джерел: Директива Європейського Парламенту і Ради (ЄС) 2018/2001 від 11 грудня 2018 р. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/984_039-18#Text
2. Про альтернативні види палива: Закон України від 14 січня 2000 р. № 1391-XIV в ст. 1. (із змін. та доповн.) URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1391-14#Text
3. Словник української мови: в 11 т. Т. 5. 1974. С. 741. URL: http://sum.in.ua/s/orghanichnyj

С. В. БІЛАЛОВА

Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

ЦИФРОВИЙ МАРКЕТИНГ (DIGITAL-МАРКЕТИНГ)

У перехідний період між тисячоліттями людство почало все більше переходити до використання цифрових технологій. Це змінило підхід до бізнесу, викликавши з'явлення цифрового маркетингу.

Бо цифровий маркетинг, або digital marketing, використовує цифрові технології для взаємодії з клієнтами та партнерами. Поняття з'явилося ще у 90-х роках разом із поширенням Інтернету, але його визначення постійно змінюється та адаптується до сучасних потреб.

Цей маркетинг, орієнтований на цифрові технології, це сукупність методів і стратегій, які використовуються для реклами товарів та послуг через різноманітні цифрові канали. Це не просто просування в мережі Інтернет, але і використання різних цифрових платформ, включаючи мобільні пристрої, цифрове телебачення та локальні мережі. У рамках digital-маркетингу включаються наступні елементи:

- Оптимізація для пошукових систем (SEO): Процес вдосконалення веб-сторінок з метою забезпечення їх високого рейтингу в пошукових системах і, відповідно, залучення більшої кількості відвідувачів.
- Електронна розсилка (email-маркетинг): Стратегія відправлення електронних повідомлень або розсилання листів клієнтам і потенційним клієнтам з метою просування продуктів або послуг компанії.
- Маркетинг в соціальних мережах: Використання соціальних мереж як засобу спілкування з аудиторією, будування відносин та просування бренду через публікації, рекламу та взаємодію зі спільнотою користувачів.

Тож для ефективного використання будь-якого інструменту, в тому числі і digital-маркетингу, необхідно розуміти принципи його роботи та завдання. Це є ключовим аспектом у співвідношенні між брендом та споживачем, який може бути описаний у чотирьох фазах:

- Споживач спочатку має виявити інтерес до вашої компанії та її продуктів або послуг.
- Він аналізує різні альтернативи для вирішення своїх потреб та завдань.
- Приймає рішення про покупку.
- Отримує досвід використання продукту або послуги.
- При необхідності повторно звертається до вашої компанії.

Тобто з діджиталізацією усі етапи цього процесу тепер присутні в Інтернеті, від пошуку інформації до купівлі і використання продукту. Отже, маркетинг повинен впливати на споживача на всіх цих етапах через відповідні digital-стратегії. Формуванням і впровадженням цих стратегій зазвичай займаються агентства з інтернет-маркетингу та digital-маркетингу. Важливо розрізняти ці поняття, оскільки вони не є тотожними і вимагають різних підходів до роботи.[2] Наприклад, інтернет-маркетинг використовує мережу Інтернет, тоді як цифровий маркетинг включає в себе більше комунікаційних мереж, таких як gsm, gps, gprs, bluetooth, Wi-Fi та Інтернет. Крім того, цифровий маркетинг поступово проникає і в традиційні види комунікації, такі як рекламні плакати і журнали, через QR-коди, які забезпечують можливість взаємодії з віртуальним світом. Використання цифрового маркетингу дозволяє підприємствам отримати переваги в проведенні ефективної комунікаційної політики.

Джерела

1. Digital-маркетинг: у ногу з технологічним прогресом.URL: https://fractus.com.ua/uk/blog/korysni-statti/marketyng/digital-marketing-u-nogu-z-tehnologichnim-progresom/

2. Digital-маркетинг, і його важливість для бізнесу. URL: https://vikna.if.ua/cikavo/120271/view
3. *Рубан В. В.* Цифровий маркетинг: роль та особливості використання. *Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії.* 2017. Вип. 2(2). С. 20–25.URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/evzdia_2017_2%282%29__5

Науковий керівник:
В. Г. Гноєвий, канд. екон. наук, доц.

Ю. В. БІЛЬЧИЧ
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

ПРОЦЕС ТРАНСФОРМАЦІЇ ЛЕКСИЧНОГО ПРОСТОРУ ЯК НАСЛІДОК ІНТЕРНЕТИЗАЦІЇ СУСПІЛЬСТВА

Найвпливовішим фактором лексичних інновацій сучасної англійської мови на початку XXI століття продовжує бути інформаційна революція. Процес інтернетизації суспільства тісно пов'язаний із поповненням словникового складу мови. І ця трансформація лексичного простору проходить невпинно та виливається у зв'язок лінгвістичної системи з іншими сферами суспільного життя. Очевидно, що чим інтенсивніше змінюється інформаційний простір, тим динамічніше це відображається на кожному етапі розвитку лексики. Лексико-семантичні інновації сфери інформаційних технологій позначають вплив всесвітньої комп'ютерної мережі та новітніх технологій на різноманітні сторони громадського життя, розкривають, як переваги, так і певні негативні наслідки процесу інтернетизації [2].

Досліджуючи історію розвитку неологізмів комп'ютерної сфери та Інтернету, можна виявити глобальні суспільні процеси та явища, які вже проявилися на мовному ґрунті, але яким ще не приділяється належна увага в політичному ракурсі.

До таких суспільних явищ і процесів можна віднести наступні:

1) виникнення нових соціальних груп — фахівців, що займаються фізичною роботою, але розвинулися до категорії кваліфікованих робітників з високим рівнем знань для виконання роботи з програмування, розв'язання аналітичних задач та обслуговування сучасної техніки (*knowledge technologist*);

2) зростання випадків переходу на дистанційну форму праці, яка стала реалією життя і обов'язково враховується працедавцями;

3) незадоволеність значної частини студентів та учнів старших класів програмою навчання та педагогами, оскільки "інтернет-грамотні" (*net-savvy*) здобувачі знань вважають використання Інтернет-ресурсів для пошуку інформації ефективнішим і цікавішим способом навчання порівняно з методиками вчителів у класі (*digital disconnect*);

4) активний розвиток системи штучного інтелекту (ШІ), що перебирає на себе значну кількість напрямків людської діяльності, що зі свого боку вимагає конструктивного перегляду освітніх програм навчання та підготовки спеціалістів, щоб не конкурувати із ШІ, а створювати ефективний синергічний тандем та бути максимально продуктивними;

5) широке використання комп'ютерної техніки в медицині (*cybermedicine, virtual medicine*), судочинстві, біології, криміналістиці (*biometric identification*), тенденції які необхідно враховувати, як при інструментальному оснащенні закладів медицини, науки та криміналістики, так і при підготовці кваліфікованих кадрів;

6) використання комп'ютеризованих "розумних мультфільмів" — *smartoon* (*smart* + *cartoon*) для забезпечення наочності при навчанні дітей анатомії в школі [1].

Фахівці сфери розробки комп'ютерної техніки та програмного забезпечення зазначають, що в найближчому майбутньому можна очікувати, що наслідками інформаційної революції стане:

1) розгортання "біологічної революції", метою якої буде створення "автономних комп'ютерів" (*genetically modified computers*), які постійно вдосконалюватимуть свої "розумові центри" і можуть виявитися більш розумними, ніж їхні творці, що стане реальним шляхом копіювання біологічних процесів;

2) створення "квантових комп'ютерів" (*quantum computers*), які будуть здатні перевершити найпотужніший суперкомп'ютер.

Однак не тільки блага і вигоди для суспільства приніс комп'ютерний прогрес, а й нові проблеми. Сучасна інформаційна техніка зробила свій "внесок" в загострення проблеми злочинності: по-перше, були створені ширші технічні можливості для порушників закону, по-друге, виникли нові види злочинності й правопорушень, які об'єднуються під загальною назвою "комп'ютерних", "кібернетичних" (*computer crime, cybercrime*). Відзначається, що ця злочинність значно випереджає можливості "кіберполіції" (*cyberpolice*) [3].

Таким чином можна зробити висновок, що дослідження комп'ютерної лексики знаходиться в стадії постійного розвитку. Інтенсивні зміни в технологічній та інформаційній сферах відображаються відповідними динамічними змінами в пов'язаному з ними шарі лексики. І актуальним завданням філологів і лінгвістів стає використання цих досліджень, як джерело раннього виявлення нових соціально-економічних процесів, для ініціювання подальшого адекватного реагування науковців інших сфер знань.

Джерела

1. *Мирошниченко В. М., Шишкова І. С.* Англійські лексичні новоутворення у сфері комп'ютерних технологій та особливості їх перекладу українською мовою. *Вісник Національного технічного університету*. 2019. № 1. С. 87–92.
2. *Остафійчук О. Д.* Неологізми англійської мови в сучасному суспільстві. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського*. Серія: Філологія. Соц. комунікації. 2020. Т. 31 (70). № 3. С. 156–160.

3. *Ситенко О. О.* Лексичні інновації у сфері інформаційних технологій англійської мови. *Науковий вісник.* Вінниця. 2019. № 37. С. 42–53.

Науковий керівник:
Г. А. Луканська, старший викладач

О. І. БОГДАН
канд. екон. наук, доц.
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

Т. В. БУГАЙЧУК
канд. екон. наук, доц.
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

ПРОГНОЗУВАННЯ ВПЛИВУ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА НА ЙОГО КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ

У сучасних умовах діяльності українських підприємств їх виживання та сталий розвиток потребує підвищеної уваги до процесів управління підприємства, його ринкового поведінки та стратегічного планування. Диверсифікація діяльності, як варіант стратегії розвитку підприємства, у загальному вигляді передбачає перерозподіл ресурсів на користь нехарактерних для минулого досвіду підприємства напрямів діяльності.

Складність підприємства як системи, багатоваріантність економічних відносин у сфері виробництва та реалізації, різноманітність ринків та споживачів визначає множинність підходів до розуміння поняття диверсифікації, її характеристик та факторів успішності. Нами це явище розглядається як процес, який реалізується у рамках певної системи (підприємства), мета якого полягає у підвищенні ефективності функціонування цієї системи шляхом перерозподілу наявних ресурсів.

У практиці функціонування компаній диверсифікація може бути застосована до таких об'єктів, як продукти (послуги), ринки, технології, постачальники, покупці, джерела фінансування, інвестиції, ризики та ін. Класифікувати диверсифікацію також можна за різними ознаками, стосовно стратегії часто використовують класифікацію І. Ансоффа, який розрізняв горизонтальну, вертикальну, концентричну та конгломеративну [1]. Кожен із видів диверсифікації має свої особливості, сильні та слабкі сторони, а також зумовлений можливостями організації у сфері наявності тих чи інших ресурсів.

Отже, у загальном випадку, диверсифікація — це діяльність різних організаційних підсистем підприємства, пов'язана з перерозподілом ресурсів за

різними напрямками для досягнення певних організаційних цілей. Дослідимо зв'язок диверсифікації та конкурентоспроможності. Конкурентоспроможність у загальному розумінні цього явища — це здатність організації (товару, послуги, робіт) успішно протидіяти конкурентам, досягаючи визначених ринкових цілей. Конкурентоспроможність організації — це здатність виробляти продукцію, послуги, роботи краще, ніж у конкурентів, в рамках конкретного ринку або споживчого сегменту. Конкурентоспроможність — це системна характеристика організації, яка відображає її можливості щодо формування та використання власних фінансових, матеріальних, технологічних, інформаційних, кадрових, управлінських та інших ресурсів у конкурентній боротьбі.

Сучасне середовище характеризується безперервними змінами, високим ступенем невизначеності, що призводить організацію до необхідності приймати рішення з урахуванням цих характеристик, формувати умови для постійної готовності змін. У цьому важливим чинником успіху багатьом організацій є здатність до диверсифікації. Диверсифікація у цьому випадку є результатом втілення розробленої стратегії змін, організаційно-економічної здатності підприємства до змін, їх планування, реалізації та контролю.

Диверсифікація впливає на конкурентоспроможність підприємства завдяки тому, що зміни в рамках диверсифікації спрямовані на підвищення результативності підприємства та його ефективності. Застосовуючи диверсифікацію, підприємство розробляє нові продукти, що підвищує його конкурентні можливості, освоює нові ринки, впроваджує нові технології, що дозволяє підвищити його ринковий потенціал.

Загалом успішність диверсифікації обумовлена переважно тими самими чинниками, що і конкурентоспроможність. Тому, при визначенні можливостей підвищення своєї власної конкурентоспроможності підприємство повинно оцінити свої можливості щодо диверсифікації діяльності. Таким чином, результативність процесу диверсифікації залежить від ефективності управлінських процесів, можливостей підприємства у перерозподілі наявних кадрових, фінансових, виробничих, технологічних та інших ресурсів на нові напрями.

Джерела

1. *Король Б. О.* Удосконалення моделі Ансоффа при інвестуванні програми диверсифікації. URL: https://ena.lpnu.ua:8443/server/api/core/bitstreams/829c15aa-b3ff-48f5-af99-13b4bc25b735/content.

О. І. БОГДАН
канд. екон. наук, доц.
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

Т. В. БУГАЙЧУК
канд. екон. наук, доц.
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

СОЦІАЛЬНЕ ПРОГНОЗУВАННЯ, ЯК МЕТОД УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Соціальне прогнозування використовується для створення інформаційної бази розробки планів соціального розвитку та застосування методів соціального впливу у конкретному трудовому колективі. Параметри соціального прогнозу включають такі показники: вікові і статеві зміни в колективі; зміни загальноосвітнього та кваліфікаційного рівня працівників; зміни в матеріальному забезпеченні та в побутових умовах працівників; динаміку-співвідношення фізичної і розумової праці та ін. [2].

Соціальне нормування як метод управління полягає у наявності таких соціальних норм, які встановлюють порядок поведінки окремих осіб і їхніх груп у колективі. Під нормою звичайно розуміють певний, визнаний обов'язковим, порядок, правило. Відповідно до цього соціальні норми регулюють різні сторони господарського і соціального життя колективу і підпорядковують їх єдиним цілям та завданням, які визначені характером виробничих відносин та призначенням системи.

Соціальне управління ґрунтується на використанні великої різноманітності соціальних норм, оскільки різноманітні регульовані ними відносини людей і соціальних систем. Проте вони можуть бути згруповані за ознакою формування та реалізації їх. Розрізняють норми права, норми моралі і авторитет громадської думки. Інакше кажучи, управлінські відносини регулюються трьома видами соціальних норм:

- юридичними (правовими) нормами, які встановлюються або санкціонуються державою;
- суспільними (неюридичними) нормами, які встановлюються громадськими організаціями і товариствами;
- нормами моралі, які формуються в свідомості людей у процесі виховання і життєдіяльності їх.

Усі названі методи операційного менеджменту організації виробництва реалізуються у відповідності з принципами (правилами) прийняття управлінських рішень, найважливіші з них наступні:

- пошуки менеджером індивідуальних підходів до прийняття того чи іншого управлінського рішення спираючись на їх економічне обґрунтування;

- управлінські рішення приймаються у послідовному, цілеспрямованому руслі для досягнення кінцевої мети;
- оптимальне поєднання централізованого управління підприємством і його окремими структурами;
- врахування якісних фахових показників персоналу, з врахуванням його соціально-психологічного стану;
- у відповідності з правами, обов'язками і відповідальністю працівників, відсутність яких веде до значних неприємностей;
- забезпечення менеджером спільної зацікавленості усіх працівників підприємства в досягненні поставлених цілей;
- заохочення працівників по просуванні їх службової кар'єри [1].

Управлінське рішення є комплексний процес, який включає правовий, соціальний, психологічний і інші аспекти суб'єкта управління. В правовому, соціальному, психологічному і інших аспектах, суб'єкт управління дає розпорядження на виконання управлінських рішень і несе повну відповідальність за їх своєчасне виконання і кінцевий результат отримання прибутку. З точки зору економічного обґрунтування управлінських рішень необхідно мати достовірну техніко-економічну інформації, після обробки якої здійснюється вибір серед можливих варіантів такий, який найбільше близький до оптимального, найкращого.

Першочерговою метою функціонування управлінської підсистеми є забезпечення ефективної взаємодії між усіма ланками підприємства та спрямовування діяльності в необхідному напрямку, який забезпечує реалізацію основних стратегічних цілей.

Джерела

1. *Колот А. М.* Соціально-трудові відносини: теорія і практика регулювання. К: КНЕУ, 2005. 230 с.
2. *Прощаков В.* Як зміцнити соціальне партнерство. *Праця і зарплата*. 2003. № 48. С. 4–5.

О. І. БОГДАН
канд. екон. наук, доц.
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

О. В. ВАЛЕНТІЄВА
канд. екон. наук, доц.
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

ІНДИКАТОРНИЙ МЕТОД ОЦІНКИ КАДРОВОЇ БЕЗПЕКИ ЯК ІНСТРУМЕНТ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ

Багато підприємств зіштовхуються із загрозами власній економічній безпеці, які не мають стандартних шляхів вирішення. У той же час, для збереження бізнесу необхідно діяти швидко, креативно і максимально ефективно, перебудовуючи роботу всієї компанії з урахуванням нових реалій. У таких жорстких умовах необхідна злагоджена робота всієї команди підприємства, прийняття зважених управлінських рішень. У таких умовах питання забезпечення кадрової безпеки на підприємстві виходять на перший план і обговорюються на найвищому рівні [2].

Аналіз робіт з тематики кадрової безпеки показав, що дане поняття науковці характеризують у двох аспектах. З одного боку кадрова безпека розглядається як захист підприємства від дій співробітників (запобігання збиткам, пов'язаним з діями персоналу), а з іншого — як комплекс заходів, спрямований на забезпечення безпечного функціонування співробітників у компанії. Інтегрально кадрову безпеку можна охарактеризувати як захищеність життєво важливих інтересів співробітників, з метою забезпечення та збереження економічної безпеки підприємства, його захисту від зовнішніх та внутрішніх загроз.

Одним з основних етапів забезпечення кадрової безпеки є її оцінка. Оцінка кадрової безпеки передбачає визначення кількісних і якісних показників, які охарактеризують її рівень, а також оцінюють вплив окремих індикаторів (коефіцієнтів) на загальний рівень захищеності.

Індикаторний підхід базується на оцінці кадрової безпеки, за допомогою індикаторів. Цей метод визначення рівня кадрової безпеки набув широкої популярності через простоту і наочність його застосування. Сутність індикаторного підходу полягає в порівнянні фактичних величин індикаторів з пороговими значеннями. Вибір індикаторів є індивідуальним, для кожного підприємства. Необхідно враховувати індивідуальний характер, що відповідає стилю, вимогам, нормам, характеру зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства. Головна складність полягає у виборі таких індикаторів, за допомогою яких можна не просто констатувати наявність загроз кадровій безпеці, але й кількісно оцінювати рівень їх прояву [1].

До складу таких індикаторів належать наступні:

- чисельного складу персоналу та його динаміка, показники плинності кадрів;
- інтелектуальний потенціал, освітній склад персоналу, кількість винаходів та пропозицій раціоналізаторського характеру на одного працюючого;
- ефективність використання персоналу (продуктивність праці, частка виручки, валовий та чистого прибутку організації на одного працюючого);
- якість мотиваційної системи, середня заробітна плата співробітників, умови праці;
- соціальне забезпечення персоналу, відповідність кваліфікації персоналу рівню складності виконуваних робіт.

Для оцінки отриманих результатів вводять шкалу стану кадрової безпеки, на підставі якої присвоюється рівень стану кадрової безпеки на даному підприємстві та пропонуються необхідні заходи для виходу з кризи. Таким чином, кількісні характеристики стану кадрової безпеки дозволяти наочно оцінити рівень безпеки на підприємстві, що дозволить прийняти виважені управлінські рішення і, при необхідності, скоригувати подальші дії від ділового підрозділу або підприємства в цілому. За низького рівня кадрової захищеності керівництву необхідно більше уваги приділити кадрової стратегії та вжити заходів для виходу з кризи. При стабільному рівні стану кадрової безпеки, варто розглядати можливість перетворення окремих виробничих одиниць або зміну стратегічних планів компанії, які надалі призведуть до економічного зростання.

Джерела

1. *Дідик А. М.* Економічна безпека підприємства : підручник. Львів : Львівська політехніка, 2019.
2. *Варічева Р. В.* Методичні підходи до оцінки якості економічної безпеки підприємства: облікове забезпечення. *Вісник Хмельницького національного університету*. Економічні науки. 2016. № 3(1). С. 88–93. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vchnu_ekon_2016_3(1)__20. (дата звернення: 07.02.2024).

Н. Я. БОЙЧУК
ст. викладач кафедри економіки і підприємництва
Національний технічний університет України
"Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського"

А. В. ПАВЛЕНКО
студент кафедри економіки і підприємництва
Національний технічний університет України
"Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського"

АКТУАЛЬНІ АСПЕКТИ ОРГАНІЗАЦІЇ ПРОЦЕСІВ ЕКОЛОГІЗАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ ЯК ФАКТОР СТАЛОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНІВ

Одним із фундаментальних підходів до побудови підприємницьких систем сучасності є концепція сталого розвитку, що інтегрує у собі базові функціональні компоненти організації господарських взаємодій, зокрема економічну, соціальну та екологічну.

Важливим елементом даної концепції є саме екологічна складова, що покликана на забезпечення гармонізації як внутрішніх процесів функціонування різнорідних напрямків діяльності підприємства, так і зовнішніх екстернальних впливів, втілених у можливих негативних наслідках діяльності підприємства на природно-екологічне середовище. Означені процеси, спрямовані на забезпечення збалансованого функціонування підприємства та навколишнього середовища у його внутрішньому та зовнішніх вимірах, отримали назву екологізації.

Особливої актуальності проблема екологізації набуває сьогодні, в умовах повномасштабної війни, за час якої було зафіксовано близько 2,5 тис. фактів завдання збитків довкіллю, 14 фактів екоциду, водночас, обсяг щоденної шкоди природному середовищу досягає 102 млн євро [1]. Саме тому, забезпечення сталого розвитку регіональних утворень в умовах дії правового режиму воєнного стану та обмеженості державних видаткових коштів, потребує проактивного підходу з боку підприємницького сектору у частині забезпечення їх екологічної сталості.

Узагальнюючи результати проведеного дослідження, можна виокремити наступні перспективні напрямки забезпечення екологізації діяльності підприємницьких структур в контексті сприяння сталому розвитку регіональних утворень:

• провадження практик поглибленого ресайклінгу, повторного використання допоміжних матеріалів, формування повноцінної політики з управління зворотними відходами;

• організація комплексного виробничо-управлінського екологічного аудиту, покликаного на зіставлення фактичних та нормативних показників екологічної безпеки за основними бізнес-процесами, виявлення недобросовісних господарських практик у частині дотримання господарського законодавства, сприяння їх оперативному усуненню;

• діджиталізація управлінського апарату підприємницької структури у частині поступового переходу до електронних систем документообігу, оцифрування паперових носіїв інформації, сприяння загальному скороченню обігу паперових засобів обміну інформацією [2, с. 56];

• проведення екологічної модернізації основного електроенергетичного устаткування підприємницької структури з метою скорочення витратних показників використання енергетичних ресурсів і відповідно пов'язаних з ними шкідливих викидів;

• сприяння формуванню екологічно свідомої поведінки персоналу підприємства, що виявляється в організації спеціальних просвітницьких та тімбілдінгових заходів відповідного спрямування, заохочення раціонального користування ресурсами на робочому місці, запровадження практики сортування сміття тощо;

• налагодження комунікаційних взаємодій з місцевими владними органами з метою узгодження актуальних потреб у покращенні екологічного стану регіону, відповідних потреб локальних громад, організації спільних екологічних проєктів та масових заходів;

• впровадження на підприємстві сучасних форм нефінансової звітності, що окрім загальнокорпоративних переваг надає можливість менеджменту здійснювати періодичний моніторинг стану екологізації;

• мобілізація громадянського суспільства шляхом заснування регіональних корпоративних "зелених" ініціатив, що може бути використано з одного боку, як інструмент сприяння екологізації зовнішніх впливів підприємства, а з іншого у якості сталого підходу в організації маркетингової політики, формування іміджу підприємства як екологічно свідомого господарюючого суб'єкта.

Підсумовуючи, можна стверджувати що провадження ефективних практик екологізації у контексті сприяння сталого розвитку регіональних економічних систем потребує, з одного боку, формування підприємствами цілеспрямованої внутрішньої політики орієнтованої на забезпечення динамічних процесів екологічної модернізації, а з іншого, здійснення продуктивної двосторонньої співпраці між локальними владними структурами та бізнес-сектором.

Джерела

1. У Мінекономіки розповіли, скільки збитків завдає довкіллю один день війни. *Слово і діло*. 2023. URL: https://www.slovoidilo.ua/2023/10/22/novyna/bezpeka/minekonomiky-rozpovily-skilky-zbytkiv-zavdaye-dovkillyu-odyn-den-vijny.
2. *Нагара М.Б.* Сутність та фактори екологічної стійкості підприємства. *Науковий вісник Ужгородського університету*. 2022. № 1 (59). С. 90–97.

І. М. БОЛГАР
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО РОЗРОБКИ РЕКЛАМНОЇ КАМПАНІЇ СУБ'ЄКТА ГОСПОДАРЮВАННЯ

Завдання рекламної компанії полягає у створенні та розповсюдженні рекламної інформації про продукт або послугу з метою привернення уваги цільової аудиторії та збільшення обсягів продажів. Окрім того, завдання рекламної компанії можуть включати:

• аналіз ринку та визначення цільової аудиторії: рекламна компанія повинна визначити, кому з масового ринку вона спрямована, щоб зрозуміти, яку рекламну стратегію використовувати для досягнення бажаних результатів;

• розробка рекламної стратегії: для досягнення бажаного результату, враховуючи бюджет та цільову аудиторію;

• створення рекламного контенту: рекламна компанія повинна створювати ефективний рекламний контент, який буде привертати увагу та зацікавленість цільової аудиторії та переконувати її купувати продукт або послугу;

• проведення рекламної кампанії: рекламна компанія повинна забезпечити розповсюдження рекламної інформації через визначені рекламні канали та інструменти;

• аналіз результатів: рекламна компанія повинна аналізувати ефективність рекламної кампанії та її результати, щоб у майбутньому вдосконалювати свої стратегії та досягати кращих результатів [1].

Основна мета рекламної компанії — створити рекламну стратегію, яка допоможе досягти бажаного результату, такого як збільшення обсягів продажу, підвищення свідомості бренду або залучення нових клієнтів [2]. Для досягнення цих цілей рекламна компанія використовує різноманітні рекламні канали та інструменти, такі як телебачення, радіо, преса, соціальні медіа, рекламні щити, пакування тощо. Окрім того, рекламна компанія повинна забезпечити ефективне впровадження своєї рекламної стратегії та постійно відстежувати її результати, щоб вчасно коригувати дії та досягати бажаного ефекту [3].

Слід зазначити, що рекламна кампанія — це складний процес, який вимагає попереднього детального планування усіх її стадій, кожна з яких вирізняється своєю специфікацією.

Розробка рекламної кампанії складається з кількох етапів. Нижче наведені загальні етапи розробки рекламної кампанії для внутрішнього та зовнішнього ринків.

Для внутрішнього ринку:

• визначення цілей та аудиторії. Рекламна кампанія має бути націлена на досягнення конкретних цілей, таких як збільшення продуктивності, підви-

щення мотивації, підвищення задоволеності роботою тощо. Також важливо визначити цільову аудиторію рекламної кампанії — працівників конкретних відділів або всієї компанії;

• розробка концепції рекламної кампанії. На цьому етапі потрібно створити концепцію, яка відображає головну ідею кампанії та її ключові повідомлення. Також потрібно визначити канали комунікації, які будуть використовуватися для розповсюдження повідомлень;

• розробка креативної стратегії. На цьому етапі створюють рекламні матеріали, які відображають концепцію кампанії, такі як відео, пости в соціальних мережах, банери тощо;

• розгортання рекламної кампанії. Коли всі рекламні матеріали готові, їх потрібно розмістити на внутрішніх ресурсах компанії, таких як інтернет, електронна пошта тощо [4].

Для зовнішнього ринку підхід зазвичай передбачає більш прямолінійну стратегію. Спочатку необхідно визначити цільову аудиторію і визначити, які її потреби можуть бути задоволені продуктом чи послугою. Далі необхідно вирішити, як найкраще презентувати продукт чи послугу, щоб привернути увагу цільової аудиторії, та визначити, які канали масової комунікації найбільш ефективні для досягнення цілей рекламної кампанії.

У разі розробки рекламної кампанії для внутрішнього ринку підхід може бути більш комплексним. Оскільки співробітники вже мають знання про продукт чи послугу, реклама може бути спрямована на збільшення мотивації та залучення співробітників до досягнення певних цілей. Рекламна кампанія може включати такі елементи, як мотивуючі лозунги, рекламні банери та рекламні матеріали для внутрішнього використання. Реклама також може спрямовуватися на підвищення знань співробітників про продукт чи послугу, щоб вони могли бути більш ефективні у своїй діяльності [5].

Основні етапи розробки рекламної компанії зазвичай включають наступні кроки:

• аналіз ринку та цільової аудиторії. На цьому етапі рекламна компанія досліджує ринок, визначає конкурентну ситуацію, ідентифікує потреби та бажання цільової аудиторії;

• визначення мети та завдань. Рекламна компанія формулює свої цілі та завдання, які повинні бути досягнуті за допомогою рекламної кампанії;

• розробка стратегії. На цьому етапі створюється стратегія рекламної компанії, яка включає в себе вибір рекламних каналів та інструментів, залучення креативних команд для створення рекламного контенту та визначення бюджету;

• розробка та тестування концепції. Рекламна компанія розробляє концепцію рекламної кампанії та тестує її на малій групі цільової аудиторії, щоб перевірити її ефективність та коректність;

• виконання та запуск кампанії. Рекламна компанія виконує стратегію, створює та запускає рекламну кампанію;

• відстеження та аналіз результатів. Рекламна компанія відстежує результати своєї кампанії, аналізує їх та забезпечує корекцію стратегії в разі потреби;

• оцінка ефективності. На завершення кампанії рекламна компанія оцінює її ефективність та визначає, чи були досягнуті поставлені цілі та завдання [6].

Джерела

1. *Kennedy D., Welsh-Phillips K. No B. S.* Guide to Direct Response Social Media Marketing. Entrepreneur Press, 2015. 262 p.
2. *Kotler, P., & Armstrong., G.* Principles of marketing, Prentice Hall, 1999, 1033 p.
3. *Watson, J. B.* (1919). Behaviorism. Chicago: University of Chicago Press. 9.
4. *Levitt E.* Marketing Myopia, Harvard Business Review, 1960.
5. *Lewis, E. S.* (1898). The psychology of advertising. New York: Appleton.
6. *McCosker A., Gerrard Y.* Hashtagging Depression on Instagram: Towards a More Inclusive Mental Health Research Methodology. *New Media & Society*. 23 (7) (2021). P. 1899–1919.

Науковий керівник:
Ю. М. Заволока, канд. екон. наук, доц.

Т. М. БОЛГАР
д-р екон. наук, проф.
Університет імені Альфреда Нобеля

ОСОБЛИВОСТІ НОРМАТИВНО-ПРАВОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНО-ТЕХНІЧНОЇ БЕЗПЕКИ

У сучасних умовах господарювання чітко простежується кількісний пріоритет нормативно-правових актів, спрямованих на врегулювання інформаційно-технічної безпеки щодо інформаційно-психологічної та інформаційної безпеки у сфері прав та свобод і це пов'язано, на нашу думку, з інтенсивним розвитком інформаційних технологій, а отже, з необхідністю оперативного реагування щодо зміни певних стандартів у цій сфері.

Особливим недоліком нормативно-правового регулювання інформаційної безпеки України є розпорошення його у численних нормативно-правових актах різної юридичної сили. Причому важливі проблеми нормативно закріплюються підзаконними нормативно-правовими актами. Не менш важливою проблемою для ефективного забезпечення інформаційної безпеки України є неузгодженість нормативно-правових актів як між собою, так і з чинною Конституцією [1, с. 133].

Характерною рисою національного інформаційного законодавства є декларативність значного масиву норм без указівок на шляхи їх реалізації, внаслідок чого спостерігається низький рівень правореалізації норм права, що регулюють суспільні відносини у сфері забезпечення інформаційної без-

пеки. Крім того, наявність численних бланкетних чи відсильних норм права, багатьох абстрактних, суб'єктивних понять, що потребують офіційного тлумачення чи чіткого визначення, а також відсутність закріплення фундаментальних, базових дефініцій (наприклад, інформаційна безпека) є джерелами загроз інформаційній безпеці України.

Аналіз нормативно-правових актів у сфері забезпечення інформаційної безпеки України дозволяє дійти висновку про необхідність удосконалення інформаційного законодавства. В. А. Ліпкан зазначає, що інформаційна безпека України є органічною складовою національної, відтак її розгляд є необхідним для формування базових знань та уявлень про національну безпеку [2].

Нормальна життєдіяльність суспільства визначається рівнем розвитку, якістю функціонування і безпекою інформаційного середовища, а також рівнем і станом нормативно-правового забезпечення даних процесів.

Інформаційне законодавство спрямоване на закріплення державної інформаційної політики, яка передбачає забезпечення гарантованого рівня національної безпеки в інформаційній сфері, нормального розвитку інформаційних технологій і засобів захисту інформації, виключення монополізму в даній області, запобігання розроблення інформаційно-деструктивних технологій впливу на антропогенну популяцію, захист авторських і суміжних прав тощо.

Проблема забезпечення національних інтересів і національної безпеки в інформаційній сфері поки що перебуває на стадії розроблення. Інформаційна безпека забезпечується проведенням єдиної державної політики національної безпеки в інформаційній сфері, системою заходів економічного, політичного й організаційного характеру, адекватних загрозам та небезпекам національних інтересів особи, суспільства та держави в інформаційній сфері.

Для створення і підтримання належного рівня національної безпеки в інформаційній сфері розробляється система правових норм, що регулюють відносини в інформаційній сфері, визначаються основні напрями діяльності органів державного управління, формуються або перетворюються органи та сили забезпечення інформаційної безпеки і механізм контролю та нагляду за їх діяльністю.

Офіційні та періодичні друковані видання надають інформацію для масового користування, яка характеризується доступністю і низькою вартістю. Однак ці дані можуть бути неповними, непорівнянними, мати якісний (описовий) характер. Основне призначення інформації з цих джерел — загальне розуміння процесів, що відбуваються на ринку, усвідомлення необхідності в певній інформації, підготовка попередньої інформації для більш глибокого розуміння.

Щодо рекламних видань, то тут слід зазначити, що вони містять інформацію, яка володіє високою доступністю і низькою вартістю. Однак відомості, наведені в рекламі, дуже часто можуть бути неповними і не цілком достовірними. Як правило, в рекламних виданнях згадуються тільки позитивні сторони продукції і підприємства.

Джерела

1. *Олійник О. В.* Нормативно-правове забезпечення інформаційної безпеки в Україні. *Право і суспільство*. 2012. № 3. С. 132–137.
2. *Ліпкан В. А.* Сучасний зміст інформаційних операцій проти України. *Актуальні проблеми міжнародних відносин*. 2011. Вип. 102. С. 34–43.

О. І. БОЦУЛА
канд. екон. наук
Інститут агроекології і природокористування НААН, Київ

О. Л. ГОЛОВІНА
канд. екон. наук
Інститут агроекології і природокористування НААН, Київ

СТРАТЕГІЯ ОЦІНКИ ЗЕМЕЛЬ ЛІСОГОСПОДАРСЬКОГО ПРИЗНАЧЕННЯ

Однією із необхідних умов успішного функціонування ринку землі в Україні є створення методики об'єктивного визначення оцінки використання землі як головного засобу виробництва в сільському і лісовому господарстві з урахуванням різних чинників впливу. Формування ціни починає істотно впливати на перерозподіл прав власності на землю. Крім того, точна оцінка вартості землі є основою ефективної системи оподатковування, а також сприяє правильному прийняттю рішень у галузі землекористування як у державному, так і приватному секторі.

Головною особливістю лісів як об'єкта управління є тривалий процес відтворення. Здатність лісів до відтворення створює основу для ведення в експлуатаційних лісах лісового господарства (лісовідновлення на вирубках, формування продуктивних деревостанів, охорони і захисту лісу) і тим самим дає можливість довготривалої експлуатації лісових ресурсів. З урахуванням цієї особливості фахівцями лісового господарства обґрунтовано вимогу, яка полягає у принципі сталості користування лісом, тобто безперервного невиснажливого лісокористування [1].

Вибір методів оцінки лісових земель визначається передусім метою оцінки і доступною інформацією, призначенням лісових ресурсів і видом використання лісових земель. На формування вартості лісових земель впливає велика кількість факторів.

Серед найбільш суттєвих можна виділити [2]:

- наявність транспортних шляхів та іншої інфраструктури, що забезпечує процес лісозаготівлі;

- наявність ринків збуту продукції лісу;
- забезпеченість робочою силою;
- породний склад насаджень;
- середній об'єм хлиста;
- середній експлуатаційний запас деревини на гектар лісонасаджень;
- рельєф місцевості та стан ґрунтів;
- відстань доставки лісоматеріалів до пункту призначення чи нижнього складу;
- співвідношення об'ємів зимової та літньої заготівлі;
- ринкова ціна одиниці кінцевої продукції з заготовленої деревини;
- ринкова ціна кубометра деревини.

За результатами проведеної аналітичної оцінки виявлено, що ліси та землі лісогосподарського призначення мають певні особливості у порівнянні з іншими європейськими країнами: обмежений режим використання; особливості відомчого розподілу; недосконаліть та недостатність існуючого законодавчого поля лісокористування та землекористування. Адже дослідження дають підстави стверджувати, що на ефективність землекористування впливають макро-, мікро- та внутрішні фактори. Звичайно, на макрофактори важко вплинути, тому що вони здійснюються на державному рівні, мікрофактори є частково контрольованими, а внутрішні — прямо залежать від господарювання фізичної або юридичної особи [3].

Для переходу на модель сталого землекористування слід рішуче запроваджувати організаційну, структурну і техніко-технологічну перебудову лісового господарства на основі еколого-економічних принципів і критеріїв ефективності впроваджувальних заходів.

На нашу думку, механізм забезпечення ефективного використання земель лісогосподарського призначення — це система організаційно-правових, економічних та інших заходів, що вживаються наднаціональними, національними та приватними інституціями і спрямовані на збалансоване використання, збереження і відтворення земельних і лісових ресурсів.

Джерела

1. Особливо цінні для збереження ліси: визначення та господарювання (Практичний посібник для України) [Електронний ресурс]. Підготовлено за підтримки Дунайсько-Карпатської Програми (WWF-DCP) на основі Глобального практичного посібника компанії ProForest. 2008. 146 с. Режим доступу: http://assets.panda.org/downloads/oczl.pdf.
2. *Фурдичко О. І., Артюшок К. А.* Еколого-економічна оцінка лісових земель як особливого ресурсу ноосфери. *Агросвіт*. 2012. № 2. С. 2–6.
3. *Врублевська О. В.* Проблеми формування теоретичних засад економічної оцінки природних благ. *Регіональна економіка*. 2004. № 2. С. 154–166.

Т. В. БУГАЙЧУК
канд. екон. наук, доц.
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

О. А. ІВКО
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

ОБҐРУНТУВАННЯ ВИБОРУ СТРАТЕГІЇ ЦІНОУТВОРЕННЯ ПІДПРИЄМСТВА

Підприємство, що функціонує у ринковій системі, встановлює ціни на свою продукцію відповідно до обраної цінової стратегії. Як основну особливість цінових стратегій можна назвати те, що вони переважно визначається попередньо прийнятими рішеннями щодо позиціонування на ринку. На підприємстві, в умовах роботи на ринок та отримання всіх вихідних факторів виробництва з ринку, повинна бути організована спеціальна, системна робота зі спостереження, вивчення, вироблення стратегії та тактики в галузі цін, як на продукцію та послуги підприємства, так і на фактори виробництва, які купує підприємство на ринку.

При виборі цінової стратегії підприємство, передусім, вирішує питання цілей, яких воно прагне досягти за допомогою конкретного товару. Якщо вибір цільового ринку та ринкове позиціонування ретельно продумані, то підхід до формування ціни досить зрозумілий, оскільки стратегія ціноутворення переважно визначається попередньо прийнятими рішеннями щодо позиціонування на ринку.

У якості іншої особливості цінових стратегій можна назвати ту обставину, що формування і оцінка стратегії підприємства у сфері ціноутворення є складним процесом, що вимагає переважно колективного підходу до прийняття відповідальних рішень. Цей процес починається із загального визначення цілей, завдань, їх попередньої оцінки на експертному рівні, та в подальшому має бути підкріплений аналізом результатів та реалізації та відповідного коригування прийнятих рішень.

Наступною особливістю цінових стратегій є виконання певної послідовності у встановленні ринкової ціни на продукт підприємства, що визначається методологією ринкового ціноутворення.

Методологія єдина для всіх рівнів встановлення цін. Насамперед підприємство має визначитися з цілями, які воно прагне досягти за допомогою виробництва та продажу конкретного товару. Потім проводиться аналіз попиту на товар, оцінюються необхідні витрати виробництва, аналізуються ціни конкурентів. Після цього необхідно вибрати метод, на підставі якого підприємство встановлюватиме ціну, і провести розрахунок остаточної ціни.

Розглянемо специфічні особливості кожного з перерахованих етапів розробки цінової стратегії підприємства. Визначення цілей, яких підприємство прагне досягти за допомогою виробництва та продажу конкретного товару.

Процес ринкового ціноутворення може будуватися з урахуванням досягнення різноманітних цілей: забезпечення виживання підприємства; максимізація прибутку; завоювання лідерства; максимальне збільшення збуту; зняття вершків; лідерства.

Мета забезпечення виживання підприємства встановлюється у разі, коли на ринку існує гостра конкуренція, або змінилися запити споживачів для того, щоб продовжити бізнес і ліквідувати запаси товару, що утворилися, підприємство знижує ціни. Прибуток у цьому випадку може втрачати своє початкове значення. Виробництво може тривати, доки ціна реалізації перекриває витрати.

При встановленні мети максимізації прибутку підприємство встановлює таку ціну товар, що забезпечує максимум прибутку. І на підставі цього визначається потенційний попит і попередні витрати у кожному варіанті ціни. З альтернатив вибираються саме та, яка принесе у короткостроковій перспективі максимальний прибуток. Довгострокові перспективи розвитку у цьому випадку не враховуються.

Ціну, спрямовану на завоювання лідерства за показником "частка ринку", застосовують тоді, коли товар виробляється у кооперації з іншими підрозділами (підприємствами), і важко визначити його структуру і розподіл витрат. У цьому випадку важливо оцінити попит. Реалізувати мету можна у вигляді встановлення відсотка комісійних від обсягу збуту.

Збільшення обсягу збуту призводить до зниження витрат за одиницю продукції до збільшення прибутку. Виходячи з можливостей ринку, підприємство знижує ціни на свою продукцію до мінімально допустимого рівня і тим самим підвищує свою частку ринку, домагається зниження витрат на одиницю товару і на цій основі може далі знижувати ціни. Подібна політика приносить успіх тільки в тому випадку, якщо чутливість попиту до цін велика, і, якщо в результаті розширення обсягів виробництва та зниження цін є реальна можливість зменшити витрати виробництва, що може створити перевагу перед конкурентами.

Чутливість споживачів до ціни визначається низкою психологічних та економічних чинників. Споживачі незначно реагуватимуть на зміну ціни у таких випадках: споживачам не відомі товари-замінники; продукт позиціонується на ринку окремо від інших товарів; споживачам складно порівняти якість різних взаємозамінних товарів; витрати споживача товар є невеликими порівняно з його доходами; придбаний товар можна використовувати разом із раніше придбаними продуктами.

За стратегії "зняття вершків" підприємство встановлює на кожен новий виріб максимально можливу ціну завдяки порівняльним перевагам новинки перед товаром. Коли збут новинки скорочується, підприємство знижує ціну, залучаючи до своєї продукції наступний менш платоспроможний прошарок

клієнтів. Таким чином, у кожному сегменті ринку досягається максимально можлива кількість продажів.

Підприємство, яке має репутацію виробника якісної продукції (лідера), може встановити високу ціну, щоб покрити додаткові витрати, пов'язані з подальшим підвищенням якості товару.

Аналіз попиту на вироблений товар є необхідною умовою формування цінової стратегії підприємства. Необхідність аналізу попиту товар, що виробляється, визначається тим, що попит є найважливішою категорією, оскільки саме він, в кінцевому рахунку, визначає ціни на різні товари, визначає ресурси по галузях і видах виробництва.

Т. В. БУГАЙЧУК
канд. екон. наук, доц.
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

О. Л. ПЛАХОВ
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

СТРАТЕГІЧНІ ПІДХОДИ ДО ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНУ В УМОВАХ СУЧАСНИХ ГЛОБАЛЬНИХ ВИКЛИКІВ

У сучасному світі регіони зіткнулися зі складними викликами, які вимагають комплексних стратегій для забезпечення сталого соціально-економічного розвитку. Зміни клімату, економічні коливання, технологічні перетворення та демографічні зміни стають ключовими факторами, що впливають на добробут регіонів і вимагають уваги та дії від місцевих урядів, громад та бізнес-середовища.

Зміна клімату є однією з найбільш серйозних загроз, з якими стикаються регіони. Підвищення рівня моря, екстремальні погодні явища та зміни в розподілі опадів можуть призвести до серйозних екологічних та економічних проблем. Це вимагає розробки адаптаційних стратегій, інвестування в інфраструктуру та енергоефективність, а також співпраці з іншими регіонами для зменшення викидів парникових газів та пристосування до змін клімату [1].

Економічні нестабільності та торговельні конфлікти є ще однією проблемою, що впливає на регіональний розвиток. Глобальні фінансові кризи та тарифні війни можуть призвести до зменшення обсягів торгівлі та інвестицій, що має негативний вплив на економічний розвиток регіонів. Регіональні уряди повинні розвивати стратегії міцного економічного зростання, залучення інвестицій та диверсифікації економіки для зменшення вразливості перед економічними коливаннями [2].

Технологічний прогрес може стати як великим каталізатором розвитку, так і причиною економічної та соціальної дисрупції. Швидкий розвиток автоматизації, штучного інтелекту та інших нових технологій може змінити ландшафт робочих місць та вимагати нових навичок у працівників. Регіони повинні розвивати програми перепідготовки та навчання, щоб забезпечити, що їхнє населення має необхідні навички для успішного конкурування на ринку праці [3].

Враховуючи ці виклики, регіони також мають безліч перспектив. Зокрема, зростання свідомості про екологічні проблеми відкриває нові можливості для зеленої економіки та відновлюваної енергетики. Інвестування в енергоефективність, відновлювані джерела енергії та зелену інфраструктуру може стати новим джерелом росту та просування регіонів уперед у майбутньому.

Крім того, цифрова трансформація відкриває безліч можливостей для покращення ефективності, інновацій та розвитку нових галузей бізнесу. Регіони, які зможуть успішно адаптуватися до цифрових технологій та використовувати їх для свого розвитку, матимуть значні переваги в глобальній економіці.

Отже, перспективи соціально-економічного розвитку регіонів в умовах сучасних глобальних викликів залежать від їхньої здатності ефективно реагувати на виклики та використовувати можливості, які вони принесуть. Створення стратегій адаптації, інвестування в інфраструктуру та людські ресурси, а також співпраця на міжнародному рівні можуть стати ключовими чинниками успіху для регіонів у цьому складному інтернаціональному середовищі.

Джерела

1. https://www.un.org/en/climatechange/science/climate-issues/water?gad_source=1&gclid=CjwKCAiA29auBhBxEiwAnKcSqpMLJNREhzXlsv1F7kqtny-_jpqD-jeginz6Q6uTu0PzQNIDsiadPxxoCr0MQAvD_BwE
2. https://www.studysmarter.co.uk/explanations/macroeconomics/economic-performance/economic-instability/#:~:text=Causes%20of%20economic%20instability%20include,cycle%2C%20inflation%2C%20and%20unemployment.
3. https://amazoniainvestiga.info/index.php/amazonia/article/view/1937/2576.

Т. В. БУГАЙЧУК
канд. екон. наук, доц.
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

В. Ю. СИЧ
студент, ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

ЕКОНОМІЧНИЙ ЗМІСТ ПРОЦЕСУ ПЛАНУВАННЯ НА КОМЕРЦІЙНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Планування відіграє дуже важливу роль у діяльності підприємств.

В умовах ринкової економіки підприємствам для того, щоб досягти стабільного успіху на ринку, необхідно мати гнучкість, вміти адаптуватися до умов, що постійно змінюються, а також раціонально використовувати всі свої ресурси. Це значною мірою залежить від ефективності управління та здійснення однієї з найважливіших функцій управління — планування. Підприємствам необхідно систематично займатися плануванням своєї діяльності, оскільки в умовах зовнішнього середовища, що стрімко змінюється, неможливо досягти позитивних результатів, не плануючи своїх дій і не прогнозуючи наслідків даних дій.

Більшість економістів вважає, що планування є діяльністю вищого порядку та сприяє вирішенню цілої низки важливих управлінських проблем: допомагає керівництву підприємств мислити перспективно та орієнтуватися на майбутнє, сприяє чіткій координації діяльності підприємства, формує систему цільових показників діяльності підприємства для подальшого контролю та аналізу, готує підприємство до можливим ринковим змінам.

В управлінні підприємством будь-якого виду діяльності основним завжди є процес постановки мети та пошуку шляхів її досягнення. До цього етапу управління та відносять такі процеси, як передбачення, прогнозування та планування. Результатом цього етапу є розробка моделі управління, спрямованої на досягнення головної мети підприємства — отримання прибутку.

Сам процес управління підприємством складається з низки основних функцій, спрямованих на досягнення цілей управління. Виділяють такі функції: планування та прогнозування, організація, координація та регулювання, облік та аналіз, контроль, а також активізація та стимулювання.

Функція планування в системі функцій управління підприємством є центральною і служить основою для прийняття управлінських рішень. Функція прогнозування відбиває наукове дослідження перспектив розвитку чи будь-якого іншого процесу для підприємства. В управлінському циклі прогнозування завжди передує плануванню, його прийнято розглядати як підфункцію планування та його складову.

Планування є однією з основних функцій управління, але в нинішніх умовах розглядати його тільки як управлінську функцію неправильно. Оскільки саме з планування починається створення та функціонування будь-якої організації, то часто його виділяють як окрему самостійну діяльність.

В економічній літературі наводяться різні погляди щодо планування на підприємстві. Немає єдиного підходу до визначення даного поняття, однак, виходячи з відмінностей, можна виділити два основні напрямки.

Одні автори розглядають планування, передусім як функцію управління, як одну з функцій менеджменту, яка є вмінням передбачати майбутнє підприємства та використовувати це передбачення. Таким чином планування — це функція, що є основою до ухвалення управлінських рішень і є управлінською діяльністю із вироблення цілей і завдань управління виробництвом, та щодо визначення найкращих шляхів досягнення поставлених целей.

Інші визначають планування як самостійний процес діяльності у відриві від його залежності від управління, планування — це процес безперервної діяльності, який є науково обґрунтованою системою вільного вибору основних видів продукції та послуг підприємства, найважливіших економічних та соціальних цілей його перспективного розвитку, найкращих технічних засобів та організаційних способів вирішення висунутих перспективних цілей та завдань.

Таким чином, одна група науковців розглядає планування як функцію управління, а інша — як окремий процес зі своїми цілями та особливостями.

О. В. ВЕЛИЧКО

Депутат Полтавської обласної ради VIII скликання

СПЕЦИФІКА ДІЯЛЬНОСТІ ОРГАНІВ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ В КРИЗОВИХ СИТУАЦІЯХ ВИКЛИКАНИХ ЗБРОЙНОЮ АГРЕСІЄЮ

Збройна агресія однієї держави проти іншої не лише порушує міжнародне право та принципи суверенітету, але і безумовно породжує кризові ситуації в країні, що стала жертвою агресії. Кризовою слід вважати ситуацію, що є певним викликом суспільним уявленням про належний стан речей, традиції, цінності, захищеність, безпеку або цілісність держави [1]. Кризи викликані збройною агресією мають масштабні та негативні наслідки для всього суспільства, економіки та гуманітарної ситуації.

По-перше, збройний конфлікт приводить до тяжких гуманітарних криз, включаючи велику кількість біженців і внутрішньо переміщених осіб, які потребують негайної гуманітарної допомоги. Це ставить під загрозу не тільки

фізичне, але і соціальне благополуччя тисяч людей, які опинилися в екстремальних умовах.

По-друге, агресія може призвести до руйнування інфраструктури, включаючи медичні заклади та інші соціально-економічно важливі об'єкти. Це створює серйозні проблеми для забезпечення медичної допомоги та інших основних послуг населенню, що є необхідними для виживання та нормального функціонування суспільства.

По-третє, виникає економічна криза внаслідок знищення виробництва, торгівлі та інших економічних секторів, розриву налагоджених логістичних ланцюгів, що в свою чергу призводить до збільшення безробіття, зменшення доходів населення та загострення проблем бідності.

По-четверте, в атмосфері загострення конфлікту може виникнути політична непевність та внутрішні протиріччя, що подальше ускладнює управління країною та сприяє загрозі політичної нестабільності.

Характеристики кризової ситуації, як об'єкту управління, мають об'єктивні та суб'єктивні компоненти. Об'єктивні компоненти включають наявність загрози, невизначеність, ескалацію подій, втрату контролю, наростання втручання зовнішніх сил, паніку та інші.

Загалом, ОМС в кризових ситуаціях діють в умовах ризику та невизначеності, що визначає необхідність швидкого прийняття нестандартних рішень з урахуванням норм чинного законодавства, одночасно вирішують комплекс нетипових задач, що вимагає від них адаптивності, розширення співпраці з громадськими та міжнародними організаціями, налагодження ефективних комунікацій. Специфікою діяльності органів місцевого самоврядування в кризових ситуація визначено (табл.):

Специфічна риса діяльності	**Опис**
Необхідність швидкої реакції	В кризових ситуаціях час є критичним фактором. ОМС повинні бути здатні швидко реагувати на виниклу ситуацію, приймати оперативні рішення та координувати дії з іншими службами.
Гнучкість та адаптивність	Кризові ситуації можуть розвиватися динамічно, і ОМС повинні бути гнучкими, здатними швидко змінювати стратегії та плани в залежності від обставин.
Увага на місцеву специфіку	Робота повинна бути орієнтована на вирішення конкретних проблем і врахування місцевих реалій
Поглиблення співпраці з громадою	ОМС повинні сприяти взаємодії з громадою, включаючи волонтерську допомогу та інші форми взаємодії.
Діяльність в умовах обмеженості ресурсів	У кризових ситуаціях зазвичай є обмежені ресурси. ОМС повинні бути ефективними у використанні наявних можливостей та шуканні інноваційних рішень.
Забезпечення і підтримка ефективних комунікацій	Ефективна комунікація є ключовою в кризових ситуаціях. ОМС повинні володіти навичками зв'язку як внутрішнього, так і зовнішнього, забезпечуючи зв'язок з різними сторонами.

Таким чином для забезпечення ефективності діяльності органів місцевого самоврядування в кризових ситуаціях, необхідно мати наступні складові:

- Ефективне керівництво та висока якість управління.
- Здатність приймати виважені та результативні рішення.
- Наявність стратегії подолання можливих кризових ситуацій.
- Наявність необхідних ресурсів і відповідної інфраструктури.
- Ефективні комунікації як між членами органу самоврядування, так і з населенням та іншими зацікавленими сторонами.
- Гармонійна співпраця з громадськими організаціями та міжнародними фондами.

Джерела

1. Guide to emergency management. The emergency management system (ICS). *US Coast Guard*. Washington, DC, 20593. 2001. 254 p. URL: https://catalogue.nla.gov.au/catalog/4536272.

С. І. ВЛАДОВ
Кременчуцький льотний коледж
Харківського національного університету внутрішніх справ

В. В. ГОЛОВЕНСЬКИЙ
Кременчуцький льотний коледж
Харківського національного університету внутрішніх справ

В. В. ЄМЕЦЬ
Кременчуцький льотний коледж
Харківського національного університету внутрішніх справ

РОЗВИТОК АВТОНОМНИХ СИСТЕМ ДЛЯ ПОКРАЩЕННЯ УПРАВЛІННЯ ТА АВАРІЙНОГО РЕАГУВАННЯ У ВЕРТОЛЬОТНІЙ АВІАЦІЇ

Задачі автономних систем у цьому контексті включають у себе підвищення рівня безпеки, ефективності та зменшення ризику аварій. Авіаційна галузь постійно знаходиться в пошуку інноваційних рішень для підвищення безпеки та забезпечення оптимального управління повітряним транспортом. Вертольоти, як особливий клас літальних апаратів, потребують особливої уваги через їхню специфіку та високий рівень складності в управлінні. Автономні системи в управлінні вертольотами:

1. Системи штучного інтелекту (ШІ) в навігації:

- використання алгоритмів машинного навчання для аналізу даних з сенсорів та камер для покращення точності навігації;
- автономні алгоритми, що дозволяють вертольотам ефективно реагувати на зміни у середовищі та уникати колізій.

2. Системи автоматичного керування при аваріях:
- розробка автономних систем, що можуть самостійно реагувати на виникнення аварійних ситуацій;
- автоматизовані системи, що допомагають вертольотам автоматично керувати процесом аварійного приземлення та збереження життя екіпажу та пасажирів.

Вигоди від впровадження автономних систем:

1. Підвищення безпеки:
- зменшення людського фактору та його впливу на безпеку польоту;
- швидка реакція на аварійні ситуації та шляхи їхнього уникнення.

2. Ефективність управління:
- оптимізація траєкторій та енергоефективність управління вертольотом;
- забезпечення автоматичного вибору оптимальних стратегій польоту.

3. Редукція витрат та обслуговування:
- зменшення необхідності великої кількості людських ресурсів для підтримки безпеки польотів;
- зниження витрат на навчання та утримання пілотів.

За останні роки, дослідники активно використовують мережі глибокого навчання для аналізу великих обсягів даних та покращення систем розпізнавання об'єктів і рішень в реальному часі. Розробка мереж глибокого навчання спеціально для вертольотів дозволяє враховувати їхню унікальну динаміку та особливості об'єктів у повітрі.

Дослідження в області квантових обчислень відкриває нові можливості для оптимізації алгоритмів штучного інтелекту, забезпечуючи їхню більшу швидкість та ефективність. Інтеграція квантових обчислень у системи автономії може розширити їхню потужність та здатність адаптуватися до швидко змінюючого середовища.

Важливим аспектом є розвиток міжнародних стандартів для впровадження автономних систем у вертольотах. Співпраця між виробниками, дослідниками та регуляторами може сприяти створенню єдиних технічних вимог та забезпеченню безпеки та надійності автономних систем у різних країнах.

Завдяки швидкому розвитку технологій у галузі автономних систем, можливості вдосконалення управління та аварійного реагування в вертольотах стають все більш реалізованими. Впровадження таких систем принесе значний внесок у підвищення безпеки та ефективності авіаційного транспорту. Разом з тим, це відкриває нові перспективи для подальшого розвитку і удосконалення авіаційної індустрії.

Розвиток автономних систем для управління та аварійного реагування в вертольотах представляє собою новий рівень інтеграції передових технологій, таких як штучний інтелект, мережі глибокого навчання, квантові обчислення та стандартизація. Використання цих інноваційних підходів дозволяє

не лише підвищити безпеку та ефективність, але і забезпечити адаптивність до змін у динамічному повітряному середовищі. Ця наукова новизна створює перспективи для подальших досліджень та розвитку технологій, що визначатимуть майбутнє авіаційної індустрії.

С. І. ВЛАДОВ
Кременчуцький льотний коледж
Харківського національного університету внутрішніх справ

В. В. ЄМЕЦЬ
Кременчуцький льотний коледж
Харківського національного університету внутрішніх справ

К. С. СЕМЕНОВА
Кременчуцький льотний коледж
Харківського національного університету внутрішніх справ

ІНТЕГРАЦІЯ БЕЗПІЛОТНИХ ВЕРТОЛЬОТІВ ТА ДРОНІВ В СИСТЕМУ МІНІСТЕРСТВА ВНУТРІШНІХ СПРАВ УКРАЇНИ

Сучасні технології надають нові можливості для удосконалення роботи правоохоронних органів, зокрема, використання безпілотних вертольотів та дронів в системі Міністерства внутрішніх справ України. Ця інтеграція може принести значні переваги в забезпеченні безпеки та ефективності правопорядку.

Безпілотні вертольоти і дрони дозволяють здійснювати патрулювання важкодоступних місць та місцевості, що прискорює виявлення та відслідковування порушників. Вони можуть служити для моніторингу громадських подій та контролю за масовими заходами, сприяючи оперативності реагування на можливі загрози.

Дрони обладнані тепловізійними та іншими датчиками, що полегшує пошук пропаж та організацію рятувальних операцій в умовах обмеженої видимості. Інтеграція цих технологій дозволить ефективно керувати екстреними ситуаціями та забезпечити швидку допомогу.

Застосування безпілотних вертольотів для моніторингу дорожнього руху дозволить виявляти порушення правил та вчасно реагувати на аварійні ситуації. Зменшення кількості патрульних автомобілів у місцях заторів та збільшення покриття мережі моніторингу.

Безпілотні апарати можуть допомагати у виявленні та слідуванні за злочинцями, записуючи відеоматеріали та забезпечуючи оперативний аналіз.

Застосування технологій штучного інтелекту дозволяє автоматизувати аналіз інформації та розпізнавання об'єктів на відео.

Використання безпілотних вертольотів та дронів може значно знизити витрати на патрулювання, охорону та моніторинг. Технічна інтеграція може сприяти оптимізації роботи працівників та зменшенню ризиків, пов'язаних із виконанням службових обов'язків.

Застосування безпілотних апаратів в області кордону дозволить ефективно виявляти та відслідковувати незаконні переміщення та контрабандні операції. Точні датчики і системи навігації сприятимуть удосконаленню моніторингу кордонів та підвищенню загальної безпеки країни.

Дрони можуть бути використані для отримання доказової бази в кримінальних справах, зокрема, фіксації місця події та збору даних. Зображення високої роздільності та 3D моделі злочинних місць можуть допомагати в розслідуванні та судовому процесі.

Використання безпілотних апаратів може служити не тільки для операційної роботи, але й для тренування правоохоронців у віртуальних умовах. Симуляції дозволяють навчати працівників реагуванню на різноманітні ситуації та підвищують їхню готовність. Важливо враховувати аспекти конфіденційності та захисту особистої інформації під час використання безпілотних технологій. Розробка та впровадження відповідних протоколів та систем шифрування є ключовим елементом для забезпечення прав та свобод громадян.

Успішна інтеграція вимагає співпраці з іншими країнами, обміну технічним досвідом та розробки єдиної методології використання безпілотних апаратів в правоохоронній сфері. Така співпраця може сприяти створенню стандартів та нормативів для використання та розвитку цих технологій.

Інтеграція безпілотних вертольотів та дронів в систему Міністерства внутрішніх справ України визначається як ключовий напрямок для підвищення ефективності та оперативності правоохоронної діяльності. Сприятливі умови для впровадження та розвитку цих технологій вже створені, і це відкриває нові можливості для забезпечення безпеки та захисту прав і свобод громадян України. Врахування різноманітних аспектів та постійне вдосконалення технологій дозволять досягти максимальної ефективності та забезпечити безпеку громадян та території країни.

С. І. ВЛАДОВ

Кременчуцький льотний коледж
Харківського національного університету внутрішніх справ

В. В. ГОЛОВЕНСЬКИЙ

Кременчуцький льотний коледж
Харківського національного університету внутрішніх справ

С. Д. ГВОЗДІК
Кременчуцький льотний коледж
Харківського національного університету внутрішніх справ

ВПРОВАДЖЕННЯ ІНТЕГРОВАНИХ СИСТЕМ БЕЗПЕКИ ВЕРТОЛЬОТІВ

У сучасних умовах, коли вертолітна авіація відіграє ключову роль у виконанні різноманітних завдань, питання безпеки вирішується з особливою увагою та використанням передових технологій.

Інтегровані системи безпеки для вертольотів є важливою складовою стратегії поліпшення ефективності та забезпеченням найвищого рівня безпеки польотів. Одним з головних напрямків цієї стратегії є впровадження інтегрованих систем, які поєднують у собі різноманітні технології та аспекти безпеки.

Однією з ключових переваг інтегрованих систем безпеки є їхня здатність до комплексного моніторингу різних аспектів польоту. Такі системи включають в себе сенсори, камери, системи виявлення та реагування на загрози, а також алгоритми штучного інтелекту, які сприяють автоматизації контролю та прийняттю рішень.

Інтегровані системи також враховують глобальну концепцію безпеки, що включає в себе не лише аспекти технічної безпеки, а й аспекти кібербезпеки та захисту від несанкціонованого доступу. Це дозволяє захистити вертолітні системи від потенційних кібератак та забезпечити конфіденційність інформації.

Однак важливо відзначити, що впровадження інтегрованих систем безпеки вимагає не лише технічних рішень, але й системного підходу до підготовки екіпажів. Навчання та тренування з використанням цих систем є важливою частиною процесу, оскільки компетентність персоналу є ключовим чинником в успішному впровадженні цих технологій.

Наукова новизна полягає в розгляді та обговоренні інноваційних підходів до створення інтегрованих систем безпеки для вертольотів, враховуючи сучасні вимоги безпеки, технологічний прогрес та специфіку вертолітних операцій. Отримання наукової новизни в контексті розробки інтегрованих систем безпеки для вертольотів є важливим етапом, щоб забезпечити передові та ефективні технологічні рішення. Основні шляхи досягнення наукової новизни у цьому напрямі є такими:

1. Дослідницька активність — здійснення обширних досліджень у галузі аеродинаміки, авіаційної техніки та безпеки польотів, спрямованих на виявлення сучасних викликів та проблем в цій області.

2. Інноваційні технології — використання передових технологій, таких як штучний інтелект, машинне навчання, алгоритми обробки великих

обсягів даних та кіберфізичні системи, для створення інтегрованих систем безпеки.

3. Міждисциплінарний підхід — об'єднання зусиль фахівців з різних областей, таких як інженерія, кібербезпека, авіаційна медицина та психологія, для створення комплексного підходу до безпеки вертолітних систем.

4. Тестування та моделювання — використання віртуальних середовищ для моделювання та тестування інтегрованих систем безпеки в різних умовах, що дозволяє визначити їхню ефективність та виявити можливі ризики.

5. Створення прототипів — розробка прототипів інтегрованих систем та їхнє практичне випробування в реальних умовах, що дозволяє отримати конкретні дані та вдосконалити рішення.

6. Взаємодія з індустрією — установлення партнерств з авіаційними компаніями, виробниками вертольотів та постачальниками технічних рішень для інтеграції новаторських безпечних систем.

7. Публікації та обмін досвідом — активна участь у наукових конференціях, публікації статей у наукових журналах та обмін досвідом з вченими та фахівцями в суміжних галузях.

Ці шляхи дозволяють не лише розвивати інтегровані системи безпеки для вертольотів, але і вносити суттєвий внесок у науковий прогрес, забезпечуючи найвищий рівень безпеки та ефективності у вертолітній авіації.

С. І. ВЛАДОВ
Кременчуцький льотний коледж
Харківського національного університету внутрішніх справ

В. В. ГОЛОВЕНСЬКИЙ
Кременчуцький льотний коледж
Харківського національного університету внутрішніх справ

С. Д. ГВОЗДІК
Кременчуцький льотний коледж
Харківського національного університету внутрішніх справ

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НАВЧАННЯ ТА ПІДГОТОВКИ ЕКІПАЖІВ ВЕРТОЛЬОТІВ З УРАХУВАННЯМ ВИКОРИСТАННЯ НОВІТНІХ ТЕХНОЛОГІЙ ТА СИСТЕМ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ

З розвитком авіаційних технологій, особливо у сфері вертольотобудування, важливим етапом стає підготовка та навчання екіпажів вертольотів.

Сучасні вимоги до безпеки та ефективності роботи вимагають впровадження новітніх технологій та систем штучного інтелекту в процес навчання та підготовки. Ця доповідь розгляне важливі аспекти цього питання та визначить переваги використання новітніх технологій.

Технології в сучасній вертолітній підготовці:

1. Віртуальні та розширені реальності (VR/AR):
- використання VR/AR дозволяє екіпажам отримати віртуальний досвід управління вертольотом в умовах, які можуть бути важко відтворити в реальному житті;
- імітація різних погодних та технічних умов для підвищення реалістичності.

2. Системи штучного інтелекту (AI):
- AI може використовуватися для аналізу великої кількості даних про експлуатацію та польотні умови для прогнозування можливих проблем та підвищення надійності вертольотів;
- персоналізована система навчання, яка адаптується до індивідуальних навичок та слабкостей члена екіпажу.

3. Симулятори пілотування:
- використання сучасних симуляторів дозволяє ефективно тренувати пілотів у віртуальних умовах перед фактичними польотами;
- сценарії, що відтворюють небезпечні ситуації, що допомагають екіпажам реагувати на екстрених ситуації.

Переваги використання новітніх технологій:

1. Збільшення безпеки:
- віртуальні симуляції дозволяють практикувати управління вертольотом в різних умовах без реальних ризикі;
- AI може виявляти потенційні небезпеки та допомагати пілотам у прийнятті виважених рішень.

2. Ефективність навчання:
- використання технологій дозволяє прискорити процес навчання та підготовки, забезпечуючи велику кількість практичних сценаріїв;
- персоналізовані підходи до навчання зменшують час, потрібний для досягнення необхідного рівня компетентності.

3. Зменшення витрат:
- використання симуляторів та інших технологій дозволяє економити витрати на реальні польоти та обслуговування вертольотів;
- AI може сприяти оптимізації експлуатаційних процесів та підтримувати економію пального.

У світлі стрімкого розвитку інформаційних технологій та штучного інтелекту, виникає необхідність удосконалення методів навчання та підготовки екіпажів вертольотів. Однією із перспективних напрямків в цьому контексті є використання нейронних мереж для оптимізації навчання та вдосконалення реакцій пілотів на різноманітні ситуації під час польотів.

Забезпечення навчання та підготовки екіпажів вертольотів з використанням новітніх технологій та систем штучного інтелекту є важливим кроком у

напрямку підвищення ефективності та безпеки авіаційних операцій. Інтеграція цих технологій в процес навчання дозволяє створити оптимальні умови для формування висококваліфікованих та надійних екіпажів вертольотів.

Використання нейронних мереж у підготовці екіпажів вертольотів відкриває нові горизонти для оптимізації процесів навчання та тренувань. Ця новизна в сфері авіаційної підготовки визначає новий стандарт ефективності та безпеки в пілотажних операціях, сприяючи подальшому розвитку вертолітної індустрії.

С. І. ВЛАДОВ
Кременчуцький льотний коледж
Харківського національного університету внутрішніх справ

В. В. ЄМЕЦЬ
Кременчуцький льотний коледж
Харківського національного університету внутрішніх справ

Д. С. ХОДІН
Кременчуцький льотний коледж
Харківського національного університету внутрішніх справ

ЗДІЙСНЕННЯ РЕКОНСТРУКЦІЇ ТА МОДЕРНІЗАЦІЇ ВЕРТОЛЬОТНОГО ПАРКУ МІНІСТЕРСТВА ВНУТРІШНІХ СПРАВ УКРАЇНИ З ВИКОРИСТАННЯМ НОВІТНІХ ТЕХНОЛОГІЙ

Україна, як сучасна держава, постійно розвиває свої сили та засоби для забезпечення національної безпеки. Однією з ключових складових цього процесу є модернізація та реконструкція вертолітного парку МВС.

Метою цього заходу є підвищення безпеки польотів та ефективності місій за допомогою використання новітніх технологій, зокрема систем штучного інтелекту.

Сучасні виклики та загрози вимагають високої реакції та адаптації від правоохоронних органів. Застосування новітніх технологій у сфері авіації, зокрема у вертолітному парку, є стратегічно важливим напрямком. Забезпечення безпеки польотів та підвищення ефективності місій визначається можливістю використання штучного інтелекту для аналізу даних та прийняття рішень у реальному часі.

Модернізація вертолітного парку включає у себе оновлення та заміну старіших моделей вертольотів на сучасні, з вдосконаленими технічними харак-

теристиками. Це дозволяє підняти загальний стандарт парку та покращити його здатність виконувати різноманітні завдання.

Системи штучного інтелекту грають ключову роль у покращенні безпеки та ефективності вертолітних місій. Аналіз сенсорних даних, виявлення аномалій та автоматизоване прийняття рішень роблять можливим попередження аварій та оптимізацію використання ресурсів.

Впровадження новітніх технологій та систем штучного інтелекту призведе до збільшення реакційності вертолітного парку, зниження ризику аварій, підвищення точності навігації та покращення ефективності виконання завдань. Це важливий крок у напрямку забезпечення безпеки громадян та успішного виконання місій правоохоронців.

Здійснення реконструкції та модернізації вертолітного парку Міністерства внутрішніх справ України є стратегічно важливим завданням. Використання новітніх технологій та систем штучного інтелекту в цьому процесі є необхідним етапом для досягнення високих стандартів безпеки та ефективності в роботі правоохоронних органів. Цей захід відкриває нові перспективи для розвитку авіаційного сектора та підвищення загальної безпеки в країні.

Покращення вертолітного парку також включає в себе розвиток систем освітлення та комунікації. Використання передових світлодіодних технологій для навігації та освітлення підземних платформ дозволяє забезпечити безпечний зліт та посадку вертольотів у різних умовах.

Важливим елементом модернізації є впровадження сучасних симуляторів для тренування пілотів. Це дозволяє ефективно навчати пілотів реагувати на непередбачені ситуації, а також вдосконалювати їхні навички у безпечному середовищі. Системи штучного інтелекту також можуть бути використані для створення високодеталізованих сценаріїв для тренувань.

Ефективне використання вертолітного парку вимагає інтеграції з системами обліку та управління ресурсами. Використання інтелектуальних систем для моніторингу та прогнозування технічного стану вертольотів дозволяє знижувати ризик технічних поломок та забезпечує оптимальне планування технічного обслуговування.

Успішна модернізація вертолітного парку Міністерства внутрішніх справ України також передбачає активне міжнародне співробітництво та обмін досвідом. Взаємодія з іншими країнами дозволяє використовувати передові розробки та технології, що сприяє подальшому розвитку національного вертолітного флоту.

Майбутнє модернізації вертолітного парку Міністерства внутрішніх справ України вимагає постійного вдосконалення та адаптації до новітніх технологічних тенденцій. Спільна робота з науково-дослідними установами та приватним сектором, а також залучення талановитих фахівців, стане запорукою невпинного розвитку вертолітного парку для ефективного виконання завдань на благо нації.

Завершуючи, хочу підкреслити, що реконструкція та модернізація вертолітного парку Міністерства внутрішніх справ України з використанням

новітніх технологій є ключовим елементом стратегії забезпечення національної безпеки та відповіді на сучасні виклики. Цей напрямок розвитку має великий потенціал для підвищення ефективності правоохоронних органів та захисту громадян.

В. І. ГАВРЮШЕНКО
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

ПРОБЛЕМА СОЦІАЛІЗАЦІЇ РОМСЬКОЇ ГРОМАДИ В СУЧАСНОМУ УКРАЇНСЬКОМУ СУСПІЛЬСТВІ

Результати Всеукраїнського перепису 2001 року свідчать, що ромська спільнота в Україні становить близько 47,6 тис. осіб, але в дійсності цей показник є набагато вищим. Порівняно з іншими національними меншинами, ромська громада є найменш інтегрованою в Україні. Попри те, що держава володіє нормативно-правовою базою в сфері етнонаціональної політики згідно з міжнародними стандартами, ромська спільнота залишається найменш захищеною в Україні. Якщо більшість етнічних спільнот найбільше потребують допомоги в культурно-мовному аспекті, то для ромської громади пріоритетними потребами є підвищення освітнього рівня, поліпшення стану здоров'я, покращення житлових і побутових умов [2, с. 35; 3].

Соціалізація ромської меншини в Україні має уповільнений характер через стереотипні уявлення про ромів, які найчастіше мають негативний відтінок. Оскільки роми є частиною українського суспільства, то розв'язання цієї проблеми потребує низки заходів, що насамперед спрямовані на захист їхніх прав та успішну соціальну інтеграцію. Соціалізація — це процес, внаслідок якого індивід вчиться адаптуватися до соціального середовища, отримує знання, навички, цінності та норми, які є характерними для свого суспільства. Цей процес включає в себе взаємодію з іншими людьми, а також освоєння культурних та соціальних аспектів життя [1, с. 222].

Активність є головним принципом у процесі соціалізації. Існує декілька причин, через які представники ромської меншини не мають можливості здійснювати свою активність, а саме: проблеми з працевлаштуванням, житлом, здобуттям освіти, отриманням медичних послуг, оформленням документів тощо. Але на думку ромів, найбільшою перепоною на шляху до гармонійної соціалізації є упереджене ставлення з боку суспільства.

Соціальна інтеграція ромської громади може бути досягнута за допомогою різних заходів та програм у таких аспектах:

1. Боротьба з дискримінацією. Програми та ініціативи, які спрямовані на усунення стереотипів і боротьбу з дискримінацією, створюють сприятливе середовище для соціальної інтеграції ромів.

2. Освіта. Забезпечення рівного доступу до якісної освіти є ключовим елементом соціальної інтеграції. Залучення ромських дітей до освітніх установ визначить їхню майбутню успішність у суспільстві.

3. Забезпечення зайнятості. Створення можливостей для працевлаштування ромів допоможе поліпшити їхні економічні умови. Програми підтримки для знаходження роботи, професійного навчання та розвитку навичок можуть бути важливими для соціальної інтеграції.

4. Культурна самосвідомість. Упровадження заходів, що спрямовані на збереження та вивчення ромської мови, традицій, мистецтва та інших аспектів культури.

5. Участь у прийнятті рішень. Важливо включати ромську громаду в процеси прийняття рішень, що стосуються їхнього життя та спільноти. Це може підсилити відчуття приналежності та взаємодії.

6. Міжкультурний обмін. Заохочення міжкультурного обміну й взаєморозуміння може сприяти покращенню відносин між різними етнічними групами та сприяти соціальній інтеграції.

Важливо зазначити, що вищенаведені заходи потребують комплексного підходу з урахуванням специфічних потреб ромської громади, а також їх потрібно здійснювати в партнерстві з самою громадою..

Джерела

1. *Городяненко В. Г.* Соціологія : підручник, 3-тє вид., перероб. та допов. Київ : Вид. центр "Академія", 2008. 544 с.
2. *Мелеганич Г. І.* Особливості реалізації етнонаціональної політики в Україні щодо ромської меншини: досвід Закарпаття. Ромологія: історія та сучасність : матеріали Міжнародних наукових читань. Ужгород : Поліграфцентр "Ліра", 2013. С. 35–39.
3. Указ Президента України № 201/2013 "Про Стратегію захисту та інтеграції в українське суспільство ромської національної меншини на період до 2020 року": офіційне інтернет-представництво Президента України. URL: http://www.president.gov.ua/documents/15628.html (дата звернення: 12.02.2024).

Науковий керівник:
П. І. Сокуренко, канд. екон. наук, проф.

Ю. С. ГЕРАСИМОВ
Державний біотехнологічний університет

СУЧАСНІ ВЕКТОРИ ВІДНОВЛЕННЯ ТА ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ НА ЗАСАДАХ СТАЛОСТІ

Україна, як країна з багатою історією та культурним надбанням, пережила ряд випробувань та викликів у минулому, а також зіштовхнулася зі складни-

ми викликами сучасності. Два роки повномасштабної війни істотно змінили українську економіку та економічний потенціал, частину якого втрачено, а розбудова нового залежить від обраних векторів для відновлення та розвитку на принципах сталості й безпеки. Одним з ключових аспектів в цьому процесі є впровадження інноваційних рішень, які стимулюють економічне зростання, підвищення конкурентоспроможності та створення нових ринків. Прискорений розвиток інновацій формує сприятливе середовище для підприємництва, стимулює інвестиції та привертає талановитих фахівців. Україна має значний потенціал у галузі інформаційних технологій, агропромислового комплексу та відновлювальних джерел енергії. Розвиток цих секторів, впровадження та підтримка інноваційних ідей та проектів в Україні сприятиме створенню нових можливостей для економічного зростання на засадах сталості. Інновації можуть допомогти Україні відновити свою інфраструктуру, економіку та соціальну сфери.

Під час презентації Глобальної інноваційної візії України 14 грудня 2023 року було оприлюднено "Стратегію інноваційного розвитку України до 2030 року", яка базуватися на таких принципах:

• допомога науково-дослідницьким інституціям, інноваційним стартапам та технологічним компаніям (потрібно для розвитку української екосистеми інновацій і циркулювання ідей між фахівцями);

• багатостороння державна політика підтримки інновацій: від дерегуляції до національних програм;

• стимулювання інновацій та розвиток технологій, які розв'язуватимуть актуальні проблеми — як сучасні, так і майбутнього [1].

Реалізації даної стратегії потребує розроблення принципів розвитку інноваційної економіки України, на основі яких згодом можна будувати інноваційну політику. Для функціонування успішної цілісної інноваційної системи необхідно вжити низку заходів:

• формування техніко-технологічної бази для розроблення наукомістких технологій і високотехнологічної продукції та впровадження їх у виробництво у вигляді промислових округів, технопарків і технополісів;

• об'єднання організаційних структур і ресурсів, що наявні в Україні у кластери, для концентрації на основних напрямах розвитку сфери інновацій;

• використання приватного капіталу для фінансування проектів технологічного переоснащення сфер виробництва, підвищення рівня попиту на інновації;

• створення прогресивного технологічного і привабливого інноваційного простору з інноваційною інфраструктурою;

• врегулювання ресурсно-кредитної, інституційної, тарифної, податко-бюджетної та митної політики на державному рівні;

• залучення механізмів страхового захисту для скорочення ризиків під час реалізації інноваційних проектів, та інші заходи щодо зменшення транзакційних витрат інноваційних процесів;

• використання науково-технічного потенціалу України в процесі інновацій [2, с. 97].

Таким чином, засновані на принципах сталості та безпеки сучасні вектори відновлення та розвитку України визначають шлях до стабільного та процвітаючого майбутнього. Вони охоплюють енергетику, інфраструктуру, економіку, сільське господарство, освіту, науку, цифровізацію, управління та екологію, потребуючи комплексного підходу та спільних зусиль всіх зацікавлених сторін [3, с. 250]. Російська війна проти України спричинила значні руйнування та економічні втрати, тому відновлення та подальший розвиток країни мають відбуватися з урахуванням екологічних, соціальних та економічних аспектів. При цьому, важливо залучити до процесу відновлення та розвитку України всіх зацікавлених сторін, включаючи громадянське суспільство, бізнес та міжнародну спільноту. Необхідно враховувати досвід інших країн, які успішно подолали подібні виклики, забезпечити прозорість та підзвітність у процесі відновлення та розвитку.

Джерела

1. Уряд напрацьовує Стратегію інноваційного розвитку України до 2030 року URL: https://www.kmu.gov.ua/news/uriad-napratsovuie-stratehiiu-innovatsiinoho-rozvytku-ukrainy-do-2030-roku-premier-ministr
2. *Нестеренко І. В., Чміль Є. Л.* Моделювання облікової політики в контексті забезпечення інноваційного розвитку підприємства. *Електронний науково-практичний журнал "Цифрова економіка та економічна безпека"*. 2022. Вип. 1(01). С. 92–99. DOI: https://doi.org/10.32782/dees.1-15
3. *Kashchena N, Nesterenko I.* Digitalization of the innovative development management information service of the enterprise. Mechanisms for ensuring innovative development of entrepreneurship. Monograph. Tallinn: Teadmus OÜ, 2022. P. 238–254 URL: https://repo.btu.kharkov.ua//handle/123456789/31559

Науковий керівник:
І. В. Нестеренко, канд. екон. наук, доц.

В. Г. ГНОЄВИЙ
канд. екон. наук, доц.
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

Д. І. ЖИТНЯК
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

НОВІ МОЖЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ РИЗИКАМИ ПРИ ЗАЛУЧЕННІ ІНВЕСТИЦІЙ

Інвестиції відіграють ключову роль в забезпеченні сталого економічного зростання та модернізації виробництва. Однак повномасштабне вторгнення

Росії спричинило різке погіршення інвестиційного клімату в Україні через суттєве зростання ризиків ведення бізнесу, у тому числі, фінансових.

У 2022 році спостерігався масовий відтік іноземного капіталу з країни. Війна завдала значних збитків економіці, поглибивши дефіцит довгострокового фінансування модернізації та інновацій.

В таких умовах актуалізується питання використання новітніх фінансових механізмів управління ризиками при пошуку альтернативних джерел інвестиційних ресурсів. Йдеться про венчурне інвестування, краудфандинг, ICO та інші інноваційні інструменти.

Венчурне інвестування передбачає вкладення капіталу в перспективний інноваційний стартап, що має високий потенціал зростання, але несе значні ризики. В обмін інвестор отримує частку в компанії. За прогнозом аналітичної компанії Statista, загальний обсяг залучених коштів на українському ринку венчурного капіталу складав 881 млн доларів у 2023 році, при цьому основним сегментом був ранній етап. Для порівняння, у США було залучено рекордні 195,7 млрд доларів венчурних інвестицій того ж року [1].

На думку фінансового експерта М. Корецького, найбільш привабливими сферами для венчурних інвестицій в Україні є IT, фінтех, електронна комерція, агротехнології, біотехнології, "зелені" технології та освітні технології. Він пояснює свою оцінку наявністю в Україні великої кількості талановитих IT-фахівців, сприятливим географічним положенням, низьким рівнем конкуренції на внутрішньому ринку та підтримкою міжнародних організацій та інвесторів [2].

Краудфандинг передбачає залучення фінансування від великої кількості людей (натовпу) за допомогою онлайн-платформ. Краудфандинг може здійснюватися у формах:

1. Краудінвестинг — передбачає отримання у майбутньому певної винагороди від ініціаторів проекту (дивіденди, частка прибутку, знижки на продукцію).
2. Краудлендинг — дозволяє отримувати проценти від суми інвестицій, але без частки у власності.
3. Краудфандинг на основі винагород — внесок коштів без наступних виплат, як правило для соціальних проектів.

Станом на 1 січня 2024 року в Україні налічується 29 зареєстрованих краудфандингових платформ, згідно з даними Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг, ці платформи надають можливість збирати кошти для реалізації різноманітних проектів — від стартапів до благодійних ініціатив — шляхом залучення фінансування від зацікавлених осіб та організацій. Серед популярних українських краудфандингових майданчиків варто відзначити "Спільнокошт", яка допомагає втілювати творчі проекти, підтримувати благодійність та інвестувати в стартапи, а також "RazomGo", що пропонує можливості для збору коштів на різноманітні цілі [3].

Отже, краудфандинг в Україні надає альтернативний спосіб фінансування ідей та ініціатив без потреби залучення банківських кредитів, використо-

вуючи громадську підтримку та зацікавленість. Це сприяє розвитку інновацій та підприємництва в країні.

Первинна емісія токенів (ICO) — це залучення інвестицій в криптовалюті або токенах під обіцяний проект на основі технології блокчейн. На відміну від краудфандингу, інвестори можуть потім продати отримані токени на біржах криптоактивів.

У 2021 році низка українських технологічних стартапів продемонстрували успішне залучення інвестицій через механізм первинного розміщення токенів. Зокрема, стартап Esper Bionics, що спеціалізується на розробці біонічних протезів з інтуїтивними технологіями керування, залучив кошти на подальшу розробку медичних імплантатів-сенсорів. Ще один успішний приклад — проєкт DressX, який створює віртуальний цифровий одяг без фізичних аналогів [4].

Успіх цих та інших українських стартапів свідчить про високий потенціал вітчизняної інноваційної екосистеми та готовність українських підприємців впроваджувати проривні технології в різних галузях економіки. Для стимулювання розвитку нових форм фінансування:

• доцільно відповідним чином удосконалювати законодавчу базу венчурного фінансування та на початковому етапі впровадити відповідні податкові пільги;

• популяризувати краудфандинг серед підприємців як інструмент реалізації інновацій та проектів;

• сприяти розвитку екосистеми блокчейну та криптоекономіки для розширення можливостей залучення інвестицій через ICO;

• забезпечити законодавчий захист прав інвесторів для підвищення довіри до інноваційних фінансових інструментів.

Джерела

1. Прогноз аналітичної компанії Statista. URL: https://www.statista.com/outlook/fmo/capital-raising/traditional-capital-raising/venture- capital/ukraine?ssp=1&setlang=ru&cc=UA&safesearch= moderate
2. Прогноз Максима Корецького. URL: https://www.liga.net/ua/all/opinion/koly-i-kudy-investuvaty-u-2024- rotsi?ssp = 1&setlang=ru&cc=UA&safesearch=moderate
3. Краудфандинг в Україні. URL: https://thepage.ua/business/kraudfanding-ukraina-chto-takoe-kakie-platformy-sushestvuyut-i-kakie-preimushestva
4. Успішні українські стартапи. URL: https://thepage.ua/ua/business/top-10-ukrayinskih-startapiv-u-2021-roci- spisok?ssp=1&setlang=ru&cc=UA&safesearch=moderate. Інвестиції в українські стартапи. URL: https://ain.ua/2023/07/03/ investycziyi-v-ukrayinski-startapy-za-q2-2023/?ssp=1&setlang=ru&cc=UA & safesearch=moderate

В. Г. ГНОЄВИЙ
канд. екон. наук, доц.
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

А. Б. САГАЙДАК
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВИМИ КОМУНІКАЦІЯМИ У СИСТЕМІ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ

Дослідження маркетингової діяльності компаній продуктового ритейлу дозволяє визначити ряд проблемних напрямів у сфері управління маркетинговими комунікаціями. При їх вирішенні, на нашу думку, необхідно сфокусуватись на наступних аспектах.

Перш за все, відзначимо важливість діяльності торгівельних компаній та мереж, пов'язану з ціноутворенням. Ефективність процесів формування ціни на товари, номенклатура і асортимент яких представлені у підприємства, безпосередньо впливає на обсяг його валових продажів та фінансовий результат. Цінова еластичність попиту напряму визначає здатність покупців купити певний товар, виходячи з категорії маржинальної корисності товару.

У цьому аспекті важливим є те, що споживачі часто не усвідомлюють, у чому полягає додаткова цінність компанії і як вона реалізує процес ціноутворення. У контексті формування власної політики маркетингових комунікацій компаніям необхідно більш активно підходити до врахування цього аспекту та відповідним чином інформувати покупців. При правильному вирішенні завдання позиціонування компанії усвідомлення цієї цінності може стати головним мотиватором при купівлі товару [1]. Відповідним чином поставлена і реалізована за допомогою реклами мета ідентифікації компанії із цінністю у свідомості покупця дозволить сформувати коло стійких прихильників компанії та забезпечити стійкий обсяг торгівельного обороту.

Наступним важливим елементом є асортиментна політика торгівельного підприємства. Відомо, що в межах будь-якої торгівельної точки споживач бажає отримати вибір як у гіпермаркеті. Зрозуміло, що будь-який товар спрямований на задоволення конкретної потреби конкретного кола покупців. Конкурентна боротьба за споживача враховує відому правило Парето, згідно з яким лише 20 % асортименту забезпечує отримання 80 % прибутку, а інші елементи товарного ряду з цієї точки зору виступають своєрідним баластом, "надлишком", який, тим не менш, виконує ту саму надважливу функцію забезпечення різноманітності вибору, яка, як і у попередньому твердженні, значно підвищує цінність торгівельного підприємства. Це суттєво допомагає підприємству утримувати позиції у конкурентній боротьбі.

Також необхідно вказати на необхідність розширення каналів комунікації зі споживачем, у тому числі, враховуючи тенденції розвитку медіаринку, рекламних каналів та ринку реклами загалом. Особливо, якщо компанія ставить перед собою мету розширення бізнесу та пошуку нових каналів комунікації з цільовою аудиторією. Зокрема, перспективи подальшого розвитку соціальних медіа підвищують цінність даного каналу комунікацій.

Також, необхідно відзначити тенденцію до активної побудови та використання брендами власних метавсесвітів, щоб максимально наблизитись до молодого сегменту потенційних споживачів. Зараз у форматі метавсесвіту здійснюються не лише продажі, а й інші комунікативні заходи, зокрема, такі як концерти, виставки, розпродажі та інше. Все це вказує на подальше зростання впливу зовнішнього середовища на розвиток торгівельного бізнесу.

Окремо необхідно відзначити необхідність досягнення високого рівня обслуговування покупців, навіть якщо безпосереднього контакту з покупцем не відбувається. Значимість такого фактору, як рівень сервісу, у забезпеченні власної стратегічної конкурентоздатності та прибутковості бізнесу визнає переважаюча кількість торгівельних компаній. З іншого боку відзначимо, що значна частина покупців готова платити більше за підвищений рівень торгівельного сервісу. Як відомо, залучення кожного нового клієнта обходиться набагато дорожче, ніж утримування існуючих. Це зумовлює важливість забезпечення якісної роботи онлайн-сервісів підтримки споживачів, що, в свою чергу, дозволить забезпечити реферальний продаж та, відповідно, знизити вартість залучення нових клієнтів.

Також, в умовах розширення торгівельної мережі, ускладнення зв'язків та відповідне підвищення складності контролю за окремими точками продажу, проблема забезпечення високого рівня сервісу зростає. Це зумовлює важливість створення систем моніторингу якості обслуговування та сервісів зворотного зв'язку з покупцями. Це в однаковій мірі стосується як онлайн-торгівлі (сервіси доставки та самовивезення), так і офлайн магазинів, де людський фактор проявляється більш чітко і потребує відповідного моніторингу і, за необхідності, втручання з боку керівництва [2]. Побудова системи підтримання сервісу та рівня обслуговування також вимагає значної уваги з боку менеджменту торгових підприємств.

І, звичайно, не можна обійти увагою популярний тренд на екологічність бізнесу та його соціальну відповідальність. У першу чергу це стосується упаковки, адже пластикова тара від харчових продуктів створює одну з основних глобальних проблем для екології.

Тому еко-маркетинг для сучасного бізнесу виступає одним із реальних інструментів утримання клієнтів. Даний напрямок діяльності передбачає наявність можливості здати пластик у магазини, інформування про пункти переробки та потужності з вторинної переробки, інші еко-ініціативи компанії. Підвищення обізнаності покупців про еко-діяльність торговельного підприємства підвищує його цінність у очах постійних покупців та розширює коло потенційних.

Джерела

1. *Алданькова Г. В.* Проблеми управління маркетинговими комунікаціями підприємств роздрібної торгівлі. *Вестник Одесского национального университета*. Экономика. 2014. Т. 19. Вып. 4.
2. *Проскурніна Н. В.* Аналіз маркетингових комунікацій підприємств роздрібної торгівлі зі споживачами. *Management and administration in the field of services: selected examples*. Editors: Tadeusz Pokusa, Tetyana Nestorenko. Monograph. Opole: The Academy of Management and Administration in Opole. 2020. С. 62–72.

В. Г. ГНОЄВИЙ
канд. екон. наук, доц.
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

М. І. ШЛЯХОВА
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

ЕВОЛЮЦІЯ МАРКЕТИНГУ ЯК КОНЦЕПЦІЇ УПРАВЛІННЯ ВЗАЄМОДІЄЮ НА РИНКУ

Кадрова політика впливає на вирішення найважливіших виробничо-технічНаприкінці XIX століття, в умовах "дикого ринку", хаосу та неорганізованої конкуренції, де було відсутнім врахування потреб споживача, спостерігалась концентрація промислового капіталу у рамках монополій, зароджувались передумови виникнення сучасного маркетингу. Визначившись як самостійна наука на початку XX століття, маркетинг посів своє гідне місце серед досягнень економічних наук та практики бізнесу [1].

Маркетинг, як концепція управління взаємодією на ринку, отримав широке визнання завдяки успішному впровадженню в комерційному та некомерційному секторах. Його розвиток та перетворення на дієвий інструмент ефективного бізнесу відбувався в рамках окремих часових інтервалів, які можна назвати етапами еволюції маркетингу:

Перший етап (1860–1950 рр.) відзначався зосередженням виробництва, його механізацією та автоматизацією, а також збільшенням концентрації капіталу, що зумовило значене зростання обсягів виробництва та стимулювало запит на науково обґрунтований підхід, який би дозволив максимізувати збут виробленої продукції.

На другому етапі (1951–1970 рр.) було сформовано три основоположних підходи — товарний, функціональний та інституційний, — які склали фундамент маркетингової діяльності. В рамках товарного підходу передбачався аналіз товару з урахуванням його ринкових проблем та етапів життєвого

циклу. Функціональний підхід ґрунтувався на визначенні маркетингу через виконання конкретних функцій фірмою. Інституційний підхід передбачав фокусування маркетингової діяльності на кінцевому продажу та роздрібній реалізації продукції.

На третьому етапі (1971–1990 рр.) відбулася трансформація маркетингу в комплексну системну діяльність. Маркетингова діяльність перетворюється з однобічного зв'язку підприємства з ринками збуту в діалог підприємства з покупцями. В рамках цього етапу все більшу увагу в маркетингу приділяється дослідженню та активному моделюванню поведінки споживача на ринку, активно проявляються підходи соціально-етичного маркетингу.

Четвертий етап еволюції маркетингу розпочався у 1991 р. та продовжується у теперішній час). У міру наближення до XXI ст. відбувалося посилення тенденції індивідуального підходу до споживача. Так, зокрема, у США існують понад 200 компаній, що виробляють пластівці із злаків до сніданку і які конкурують між собою за місце на прилавках американських магазинів [2].

За результатами еволюційних перетворень на даний момент можна спостерігати формування ряду аспектів маркетингу, які визначають різні сторони стратегічного підходу до бізнесу. Зокрема, аналітичний аспект дозволяє освоювати ринки та розуміти їх, активний аспект включає визначення пріоритетних ринків та проникнення на них, а ідеологічний аспект формулює основні принципи маркетингової стратегії на конкретному ринку.

Відповідним чином були сформовані концепції маркетингу, які фактично розкривають підходи до ведення бізнесу. Так концепція вдосконалення виробництва спрямована на підвищення ефективності, а концепція вдосконалення товару фокусується на поліпшенні якості та характеристик товарів. Концепція інтенсифікації зусиль збуту надає пріоритет продажам та розповсюдженню товарів. Традиційна концепція маркетингу зосереджена на вирішенні потреб споживачів, тоді як соціально-етичний маркетинг враховує інтереси суспільства та етичні норми і стандарти.

Також в процесі еволюції маркетингу були сформовані ряд його функцій, серед яких виділимо:

- аналітичну функцію, яка передбачає вивчення ринку, споживачів та конкурентів;
- виробничу функцію, яка орієнтована на організацію виробництва нових товарів та управління якістю продукції;
- функція збуту, яка включає організацію руху товарів, проведення товарної політики та обслуговування споживачів;
- управлінська та контрольна функції, які охоплюють планування, інформаційне та комунікаційне забезпечення, а також моніторинг та аналіз маркетингових процесів.

Очевидно, що цей склад далеко не останній, а еволюційні процеси у маркетингу не припинились. Діалектичний розвиток соціуму обов'язково приведе до удосконалення маркетингового підходу як концепції управління взаємодією на ринку, що дозволить маркетингу і надалі у максимально сприяти підвищенню ефективності діяльності суб'єктів господарювання.

Джерела

1. Еволюція маркетингу. URL: https://stud.com.ua/15035/marketing/evolyutsiya_marketingu
2. Організація бізнесу. Маркетинг. Сутність і функції маркетингу. URL:https://pidru4niki.com/1819100342072/menedzhment/funktsionalniy_pidhid

В. Г. ГНОЄВИЙ
канд. екон. наук, доц.
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

В. А. ЯРЕМЕНКО
канд. екон. наук, доц.
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

ТРАНСФОРМАЦІЯ МАРКЕТИНГОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ ІНФРАСТРУКТУРИ ТОВАРНОГО РИНКУ

Процес розвитку інфраструктури товарного ринку відзначається перманентним пошуком нових форм співробітництва між її суб'єктами, метою якого виступає підвищення ефективності їх діяльності. Аналіз процесів оптимізації товарного руху та розподілу засвідчує високу значимість роздрібної торгівлі з точки зору її як інфраструктурного елемента, ефективність діяльності якого забезпечується переважно за рахунок отримання релевантної інформації щодо характеристик споживчого попиту та її використання при розробці політики просування та збуту продукції.

Еволюційні процеси у системі ритейлу показали важливість пошуку сучасних підходів до маркетингового управління системою розподілу на основі змін характеру впливу факторів зовнішнього середовища, стадії життєвого циклу та ринкової кон'юнктури, що зумовлює необхідність своєчасного впровадження інновацій у комплекс маркетингового забезпечення розвитку інфраструктури товарного ринку. Дослідження вказаних змін дозволяє виробити нові підходи до підвищення ефективності діяльності підприємств роздрібної торгівлі як інфраструктурного елементу товарного ринку.

Одним з найбільш продуктивних інструментів підвищення ефективності роздрібної торгівлі є мерчандайзинг. Він забезпечує зростання обсягів реалізації товарів, можливість управління ціновою політикою, комунікаціями та збутом, а також, планування та оптимізації товарної політики.

Головним трендом системи роздрібної торгівлі у останні декілька років залишається розвиток онлайн-торгівлі. Суттєве зростання інтернет-продажів визначило стабільну тенденцію до розвитку відповідних інтернет-інструментів, досліджень купівельної поведінки у мережі, технологій збору

та обробки клієнтських даних, використання комунікаційних можливостей соціальних мереж для просування та реклами, застосування онлайн-майданчиків та мобільних додатків для здійснення торговельних операцій [2]. Також, це надало значний імпульс для розвитку сфери логістичних послуг, що забезпечують формування, зберігання, упаковку та трансфер замовлення до покупця.

Карантинні обмеження внаслідок пандемії Covid-19 актуалізували використання методів багатоканального збуту та удосконалення технологій онлайн-маркетингу. У той же час відзначимо перспективність розвитку омніканального просування та збуту, який на відміну від багатоканального дозволяє застосувати існуючі технології онлайн-маркетингу у поєднанні одна з одною [1]. Це, у свою чергу, забезпечує можливість синхронізації та оптимального комбінування потоків даних про споживчий попит з методами інтернет-просування.

Використання елементів омніканального маркетингу дозволяє здійснити повноцінне визначення споживчих потреб та інтересів. На відміну від традиційної торгівлі, можливості інтернет інструментарію дозволяють не тільки дослідити характер поведінки споживача в процесі прийняття рішення про покупку, а й активно впливати на цей процес, відстежуючи реакцію споживача та підлаштовуючись під менталітет конкретної людини. Можливість персоналізації впливу визначає широкі перспективи застосування омніканального маркетингу, у тому числі, за рахунок поєднання отримуваної інформації про споживачів з різноманітних джерел. З іншого боку, очевидно, що процес збирання інформації про людину функціонує на грані втручання в її особисте життя, що, ймовірніше за все, у недалекому майбутньому приведе до законодавчого урегулювання цього питання і у деякій мірі обмежить маркетинговий функціонал і можливості відповідних інтернет-інструментів.

Джерела

1. *Бондар С. В.* Омніканальний маркетинг. Актуальні проблеми та перспективи розвитку маркетингового управління: Матеріали Всеукраїнської наукової конференції молодих вчених (Київ, 9 листопада 2017р.). URL: http://biblio.knutd.edu.ua/conference/2017/APPRMU2017.pdf
2. *Котлер Ф.* Маркетинг 4.0. Від традиційного до цифрового. К.: Вид. група КМ-Букс, 2018. 208 с.

В. О. ГОНДАР,
М. В. СІДНЕНКО
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ ПРІОРИТЕТНИХ НАПРЯМІВ МАШИНОБУДУВАННЯ В КОНТЕКСТІ ПРОМИСЛОВОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ

На державному рівні досить довгий час не було системного підходу до модернізації промислового потенціалу, була відсутня чітка координація в розробці і реалізації державних програм розвитку галузей. Взаємодія між державою і промисловою спільнотою часто носила формальний характер, ринковий механізм і конкуренція не могли ефективно регулювати усі виробничі та фінансові відносини між суб'єктами господарської діяльності. Крім того, відсутність стратегій розвитку привели до скорочення потенціалу і навіть закриття підприємств. У наукових установах і вузах накопичився цілий ряд передових інноваційних розробок, які роками не були затребувані на виробництві. Відсутні самі механізми їх реалізації та впровадження.

Особливо сильно від такого походу до виробництва страждає машинобудування. Інвестування цього напряму в Україні сьогодні істотно відстає від середньосвітового рівня.

У даний час рентабельність машинобудівної продукції набагато нижче рентабельності продукції інших галузей і нижче середнього показника по промисловості в цілому [1]. Наприклад, у 2021 році частка промисловості у ВВП склала 20,58 %, тоді як торгівлі — 13,83 %, а сільського господарства — 10,63 %. Частка машинобудування в структурі промисловості України за останні 15 років зменшилася майже у 3 рази — з 16,7 % у 2007 році до 5,1 % у 2022-му. Розвинені країни світу вже вступили в період шостого технологічного укладу, що характеризується розвитком нанотехнологій, мембранних і квантових технологій, мікромеханіки, термоядерної, відновлюваної енергетики та ін. В Україні даний технологічний уклад поки не сформований, і ми спостерігаємо замкнене коло проблем вітчизняного машинобудування: зношені фонди – низька якість продукції – низька конкурентоспроможність – малі обсяги продажів – нестача обігових коштів – нестача інвестицій в модернізацію обладнання та технологій. І, як наслідок, відсутність можливостей не тільки для інновацій, а й для збереження темпів зростання виробництва на достатньому рівні.

Головною причиною такого становища стала відсутність обґрунтованої державної стратегії розвитку вітчизняного машинобудування, що базується на досягненнях науки і техніки. Тому першочерговими задачами стають необхідність дослідження стану та структури ринку машинобудівної сфери, визначення проблемних аспектів і формування напрямів їх подальшого усунення.

Переорієнтація машинобудування на інтенсивний шлях передбачає вирішення комплексу взаємопов'язаних і взаємообумовлених проблем в технологічній, технічній, законодавчій, нормативно-правовій, фінансово-економічній, освітній, кадровій та інших областях. Світовий досвід показує, що стійкою може бути тільки та економіка, в якій основні галузі машинобудування задовольняють 70 % внутрішнього попиту. При цьому в вартості продукції машинобудівної галузі частка власних елементів повного циклу повинна бути не менше 40 %. У нашій країні внутрішній попит забезпечується поки на 35 %, а частка власних елементів становить 25 %.

З урахуванням величезного відставання в технологічному рівні машинобудівних галузей вони мали б перебувати серед лідерів як у зростанні інвестицій, так і за співвідношенням інвестицій і валової доданої вартості галузі в порівнянні із загальносвітовими показниками.

Для переходу до сталого інноваційного розвитку українському машинобудуванню необхідна, перш за все, модернізація. Насичення виробництва новими технологіями і технічними засобами є основним джерелом економічного зростання, підвищення ефективності та продуктивності праці, зростання добробуту населення країни.

Промислова політика України потребує проведення цілого комплексу синхронізованих заходів структурного, технологічного та організаційного характеру. Розробка нових треків розвитку галузей промисловості вимагатиме переосмислення меж технологічного суверенітету та вибудовування нових альянсів із закордонними партнерами [2].

Джерела

1. Сучасний стан і проблеми розвитку промисловості України: регіональний вимір: наукова доповідь; НАН України. ДУ "Ін-т регіональних досліджень імені М. І. Долішнього Національної академії наук України"; [наук. ред. С. О. Іщук]. Львів, 2022. 93 с.
2. Чи потрібна Україні промислова політика? *Аналітична записка Центру економічної стратегії.* URL: http://ces.org.ua/wpcontent/uploads/2015/07/ces_industrial_policy_20150810_ukr.pdf. 1.

П. О. ГОНЕЦЬ

Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

ПРОБЛЕМИ ТА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЗА НЕ ВИКОНАННЯ ПРАВИЛ НА БЕЗОПЛАТНУ МЕДИЧНУ ДОПОМОГУ

Визнання будь-якої держави правовою та демократичною за формою свого управління повинно виражатися у забезпечені прав, свобод та інтересів людини та громадянина.

Одне із важливіших прав людини та громадянина є забезпечення надання державою медичною допомоги, оскільки реалізація саме цього права передбачає здорову націю тієї чи іншої держави.

Саме тому національне законодавство визнає право людини на медичну допомогу на конституційному рівні. Ст. 49 Конституції України закріплює право кожної людини на охорону здоров'я, медичну допомогу та медичне страхування. При цьому зазначається, що у державних і комунальних закладах охорони здоров'я медична допомога надається безоплатно, а існуюча мережа таких закладів не може бути скорочена.

Під медичною допомогою зазвичай розуміють лікування, профілактичні заходи, а також різні види медичних послуг, що надаються при захворюваннях, травмах, пологах тощо.

Державними є такі заклади охорони здоров'я, які створені на базі державної власності й отримують фінансування з державного бюджету.

Комунальними є такі заклади, які створені органами місцевого самоврядування як особисто, так і спільно з місцевою державною адміністрацією на базі комунальної власності та за фінансування з місцевого бюджету.

Можливі види порушення права на отримання безоплатної медичної допомоги:

- вимагання коштів за використані матеріали та лікарські засоби під час надання медичних послуг, передбачених програмами медичних гарантій від держави;
- надання неякісних медичних послуг передбачених програмами медичних гарантій від держави;
- вимагання коштів за надання медичних послуг, які передбачені державою як безкоштовні, укладання декларацій;
- створення фіктивних електронних медичних записів, декларацій;
- відмова прийняти пацієнта, якому потрібна невідкладна медична допомога;
- надання неякісної, халатної медичної допомоги через легковажне відношення до пацієнтів та й взагалі до виконуваних обов'язків;
- вчинення інших можливих порушення права на отримання безоплатної медичної допомоги.

Правові, організаційні, економічні та соціальні засади охорони здоров'я в Україні визначають Основи законодавства України про охорону здоров'я.

Так, відповідно до статті 80 Основ особи, винні у порушенні законодавства про охорону здоров'я, несуть цивільну, адміністративну або кримінальну відповідальність згідно із законодавством.

Кримінальна відповідальність є найбільш суворим видом юридичної відповідальності медичних працівників за правопорушення, що вчиняються ними під час здійснення професійної діяльності. Медичні працівники відповідальні за вчинення злочинів на загальних засадах, до того ж у ККУ є ряд складів злочинів, які мають відношення саме до професійної діяльності лікарів.

Адміністративна відповідальність є різновидом юридичної відповідальності, яка настає за правопорушення, передбачені Кодексом України про адміністративні правопорушення.

Адміністративна відповідальність за правопорушення, передбачені цим Кодексом, настає, якщо ці порушення за своїм характером не тягнуть за собою відповідно до закону кримінальної відповідальності.

Цивільно-правова відповідальність у сфері медичної діяльності — це вид юридичної відповідальності, який виникає внаслідок порушення у галузі майнових або особистих немайнових благ громадян у сфері охорони здоров'я і який полягає переважно в необхідності відшкодування шкоди. До особистих немайнових благ громадян, які безпосередньо пов'язані з медичною діяльністю, належать перш за все життя і здоров'я.

Джерела

1. Конституція України від 28 червня 1996 року. *Відомості Верховної Ради України*. 1996. № 30.
2. Кодекс України про адміністративні правопорушення: Постанова Верховної Ради Української РСР від 07 грудня 1984 р. (зі змінами та доповненнями, внесеними Законом України № 5518-VI від 06.12.2012. *Відомості Верховної Ради Української РСР*. 1984.
3. Кримінальний Кодекс України: Закон України від 05 квітня 2001 р. *Відомості Верховної Ради України*. 2001. № 34.
4. Цивільний Кодекс України: Закон України від 16 січня 2003 року № 435. *Відомості Верховної Ради України*. 2003. № 40–44. Ст. 356.

Науковий керівник:
В. М. Прилипко, канд. пед. наук, доц.

Я. Р. ГОНЧАРЕНКО
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

ЕКОНОМІКА ВІЙНИ ТА ПОВОЄННИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК УКРАЇНИ

Сучасна економічна сфера України переживає небачений у своїй історії шок. Руйнівне вторгнення зі сторони північних сусідів нанесло важкий удар по всім секторам економічної системи країни. Виробництво основних товарів значно зменшилося, особливо тих, що становлять основу можливостей для експорту. Крім того, порти перебувають у блокаді, що призводить до серйозних перешкод у зовнішній торгівлі. Інфраструктура транспорту, логістики, соціальна, маркетингова та інженерна підривається в регіонах. Велика кількість фахівців залишає країну та переїжджає за кордон, що призводить

до втрати активного економічного потенціалу та відсутності можливостей для сотень тисяч, або навіть мільйонів людей.

Вже після першого етапу конфлікту на Донбасі у 2014 році було зазначено необхідність зміни підходів у економічній політиці для більш ефективного протидії агресору. Спеціально відзначалося, що розвиток приватного підприємництва стає пріоритетом у протистоянні централізованій економіці РФ, оскільки індивідуальний підхід є ключем до вільного суспільства та конкурентоспроможного бізнесу. Для максимізації економічного потенціалу підприємництва владі слід відмовитися від усталеної доктрини про переважну роль державного бюджету у житті країни, яка залишилася ще з радянської епохи.

Протягом першого місяця конфлікту лише 17 % великих підприємств продовжували свою роботу без будь-яких обмежень, ще 30 % змогли перейти на дистанційну форму роботи, а решта або припинили свою діяльність повністю, або тимчасово призупинили її, чекаючи на спокійніші часи. Понад 10 % обробітної землі країни стали недоступними для проведення посівної кампанії, що серйозно ударило по експортному потенціалу країни та доходам державного бюджету. Хоча фермери швидко адаптувалися до цієї складної ситуації та знаходять способи для посівної, менш гнучкі агрохолдинги мають більше труднощів у пристосуванні до нових реалій.

Уряд негайно ввів ряд важливих регуляторних новацій, спрямованих на зменшення фіскального тиску на бізнес та підтримку розвитку малого підприємництва. Зокрема, дозволено перехід на спрощену систему оподаткування для підприємств з оборотом до 10 мільярдів гривень та необмеженою кількістю працівників. Платники спрощеної системи тепер сплачують 2 % податку зі свого доходу замість податку на прибуток та ПДВ.Також розширено перелік операцій, щодо яких платники звільнені від ПДВ. Уряд також вніс певні ліберальні зміни в митне законодавство, в частині скасування обов'язкових платежів при імпорті товарів та автомобілів.

Що означає такий економічний підхід для України та які принципи мають бути основними в його формуванні?

По-перше, важливо продовжити та розширити вже розпочатий шлях зменшення втручання владних структур у операційну діяльність економіки. Це передбачає скорочення кількості контролюючих органів, їх повноважень і лібералізацію дозвільних процедур. Крім того, важливо продовжувати зниження податкового тиску на економіку, включаючи різноманітні заходи, такі як диференціація ПДВ з введенням нульової ставки на соціально важливі товари, значне зменшення податків на працю (зокрема ЄСВ та ПДФО, особливо для малих підприємств), а також усунення митних бар'єрів або їх повне скасування, за винятком заходів захисту внутрішнього ринку. З іншого боку, важливо обмежити соціальні витрати та зменшити розмір бюджетного сектору економіки. Це має стати другим пріоритетом для економічної модернізації України. Війна підкреслила, що соціальні програми неефективні, якщо країна не може захистити себе від зовнішньої агресії. Замість того, щоб спрямовувати середні кошти на соціальний захист, їх можна було

б ефективніше використати для розвитку збройних сил та розробки нових видів озброєння.

І, нарешті, ключовим елементом запропонованої стратегії реформування української економіки в умовах військового конфлікту та з урахуванням пріоритетів післявоєнного відновлення є перегляд цілей структурної економічної політики країни. Замість нинішньої практики підтримки важливих галузей, які формують сировинну базу економіки та часто працюють на картелизованих ринках, уряд повинен стимулювати розвиток малого бізнесу та підтримувати самостійних підприємців, що інвестують у стартапи та інноваційні проекти. Експерти підкреслюють, що після завершення війни з'явиться багато можливостей для бізнесу. Тому важливо, щоб держава зосереджувалася на підтримці малого бізнесу, оскільки, якщо увага буде прикута лише до великих корпорацій і монополістів, важко буде привернути назад біженців, які вже перетнули наш кордон.

Джерела

1. *Борщевський В.* Економічний індивідуалізм дасть опір тоталітаризму сусіда. День. URL: https://day.kyiv.ua/uk/article/ekonomika/ekonomichniy-individualizm-dast-opir-totalitarizmu-susida.
2. *Самаєва Ю.* Як працює тил. *Дзеркало тижня*. 2022. 31 березня. URL: https://zn.ua/ukr/macrolevel/jak-pratsjuje-til.html.

Науковий керівник:
М. В. Сідненко, старший викладач

Є. О. ГОРБУНОВА
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

ПРОБЛЕМАТИКА ПЕРЕКЛАДУ КІНОФІЛЬМІВ В КОНТЕКСТІ МІЖКУЛЬТУРНОЇ ТА МІЖМОВНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

Проблематика перекладу кінофільмів у контексті міжкультурної та міжмовної комунікації надзвичайно актуальна, оскільки кіно є важливим засобом взаємодії між різними культурами та мовами. У процесі перекладу фільмів виникають різні виклики, оскільки необхідно передати не лише лінгвістичний зміст, але й культурні відтінки та контекст. Міжмовна комунікація стосується передачі інформації між різними мовами, водночас міжкультурна комунікація відображає взаємодію між представниками різних культур. У контексті кіно, де різноманітність культур і мов поєднуються, переклад виступає як ключовий аспект сприйняття та розуміння фільмів різними аудиторіями. Кіно не лише відображає культурні особливості, але й

слугує мостом між культурами, дозволяючи глядачам поглибити розуміння різноманітності світу [1].

Для аналізу був обраний фільм "Джанго Вільний" з двох основних причин: по-перше, він втілює в собі різноманітні аспекти культури, історії та суспільства, що робить його цікавим об'єктом для вивчення в контексті міжкультурної та міжмовної комунікації. По-друге, "Джанго Вільний" відзначається різноманітністю персонажів, які мають свої унікальні мовні особливості та культурні контексти.

У ході аналізу оригіналу та українського перекладу було виявлено низку неточностей, які вплинули на сприйняття історії україномовними глядачами. Нижче наведені приклади таких помилок та способи їх вирішення.

1. "*Fella*" — "*пацан*". У моменті, де доктор Шульц, один з головних героїв, людина високої духовної, інтелектуальної, та професіональної освіти, розповідає з великим захопленням легенду своєї Вітчизни (Німеччини) про героя Зігфріда та принцесу Брумгільду, яку він врятував, Джанго спитав посеред розповіді: "*Does a fella arise?*", що дослівно, та у контесті означає: "*Чи з'являється пацан?*" — на що Шульц відповідає сміхом та нехарактерним для нього "*Yes, Django, no matter of fact, he does. A fella named Siegfried.*", що контекстно означає "*Так, Джанго, насправді він з'явився. Пацан на ім'я Зігфрід*". Шульц приймає простомовне слово "пацан" у німецьку легенду, що вказує на бажання встановити контакт із Джанго і говорить на зрозумілій тому мові. В українському перекладі як Джанго так і Шульц замість слова "пацан" продовжують використовувати слово "герой", через що контекст та відчуття бажання Шульца зблизитись на той момент було втрачено, а діалог виглядав, як звичайна побутова розповідь. У цьому випадку перекладачем була допущена помилка, пов'язана з локалізацією, яка впливає на розуміння та сприйняття співвідношень [2].

2. "*Unring this bell*" — "*відмити воду*". В одному із епізодів з вуст Шульца можна почути фразу: "*Allow me to unring this bell*". Ідіома "ring the bell" дослівно перекладається як "задзвонити в дзвін" і в контексті, якому вона була сказана у фільмі, вона мала значення "справити перше враження при знайомстві". Коли герої тільки приїхали до володінь плантатора в них сталася суперечка, але щоб повернути розмову в потрібне героям русло Шульц і використовує цю фразу. В перекладі вона звучала так: "Дозвольте виправити цю прикрість", що співпадає з посилом, який передає герой. В цьому випадку відбулася комплексна(лексико-граматична) трансформація, яка зберігає сам сенс репліки, але не передає особливостей мови. В цьому ж випадку можна було використати і синтаксичне уподібнення. Ідіома "*unring the bell*" має еквівалент в українській мові "*відмити воду*" і його використання розширить розуміння культурних аспектів серед україномовних глядачів [3].

Зі сказаного вище ми робимо висновок, що переклад кінофільмів вимагає ретельної уваги до міжмовних та міжкультурних відтінків, а помилки в цьому процесі можуть суттєво впливати на сприйняття та розуміння фільмів глядачами різних культур та мов. Варто відзначити, що правильний переклад не лише передає сенс діалогу, але й зберігає автентичність та емоційний

зв'язок з оригіналом. Тому впевнено можна сказати, що виклики перекладу кінофільмів у контексті міжкультурної та міжмовної комунікації залишаються актуальними та потребують уважного та професійного підходу.

Джерела

1. *Бордюк Л. В.* Переклад як міжкультурна комунікація: англійська – українська мови: навч. посіб. для філол. спец. М-во освіти і науки України, Нац. ун-т "Львів. Політехніка". Львів : Вид-во Львів. Політехніки, 2015. 128 с.
2. Перекладати. Європейський словник філософій. Лексикон неперекладностей / наук. кер. проєкту: Барбара Кассен і Констянтин Сігов. Київ : Дух і літера, 2009. Т. 1. С. 254–270.
3. *Ashurova M. A.* "Significant Features and Etymology of English Idioms and Their Meanings". *Вісник магістратури*. 2022. № 52 (128), P. 46–49.

Науковий керівник:
Л. В. Комар, старший викладач

А. С. ГОРДЕНКО
Державний біотехнологічний університет

ПРАВА ЛЮДИНИ В УМОВАХ ВІЙНИ В УКРАЇНІ

Війна — жахливий спосіб розв'язання міжнародних проблем, що несе за собою прагнення до насильства і дух агресії, що породжує масові руйнування і загибель багатьох людей. Світова цивілізація накопичила великий історичний досвід подолання трагічних наслідків війни. З часом війни стають ще масштабнішими та кровопролитнішими. Усвідомлення цієї проблеми змушує людей знову і знову звертатися до історії світових воєн для того, щоб дати оцінку подіям, винести цінний урок і не повторювати трагічних помилок сьогодні [2].

Людина, її права та свободи проголошені Конституцією України найвищою цінністю.

Найчастіше в умовах війни беззахисним є основне право людини — право на життя. Відтак, утвердження прав людини й забезпечення умов для їх повної реалізації набувають особливої актуальності та вимагають належного законодавчого врегулювання, розроблення належних засобів контролю за дотриманням прав людини, надання пріоритету захисту гідності та благополуччя осіб, чиї права були порушені [1].

Війна та викликані нею руйнування і небезпека призвели до порушень низки закріплених Конституцією України прав людини, які нерозривно пов'язані з її існуванням. Це природні можливості людини, які є невідчужуваними та непорушними й охоплюють політичні свободи, громадянські пра-

ва, економічні, соціальні та культурні права, що дозволяють їй обирати свою поведінку, користуватися ними як в особистих, так і в суспільних інтересах [1].

З початку збройного конфлікту починаючи з 2014 року українська влада неодноразово заявляла про порушення російською федерацією різноманітних міжнародних договорів на окупованих територіях анексованого Криму, Донецької та Луганської областей. Після повномасштабного вторгнення російських військ в Україну таких заяв побільшало. Наслідки російських атак і окупації на Київщині, Сумщині, в Харкові та Маріуполі, "кричущі" докази із захоплених Херсона та Мелітополя стали головними новинами України за минулий рік. Вони викликають страх, ненависть та огиду. Після звільнення Бучі, Ірпеня та Гостомеля людству представили докази кривавих злочинів РФ. Розстріляні й закатовані цивільні серед яких й малолітні діти, чиї тіла в кращому випадку скидали до братських могил, а нерідко — залишали просто посеред вулиць, як доказ нелюдських вчинків. Зруйновані та пограбовані будинки, спустошені та вщент винищені міста [3].

Повномасштабна збройна агресія постала проблемою адекватної правової оцінки діям окупанта, що мають місце на окупованих та де окупованих територія України, та злочинним діянням російської федерації в цілому, як з позицій вітчизняного законодавства так і позицій міжнародно-правових акті. Насамперед мова йде про чотири Женевські конвенції (1946 року), положення яких регламентують, про захист жертв війни, які присвячені поліпшенню долі поранених і хворих у діючих арміях, поводженню з військовополоненими, захисту цивільного населення під час війни, захисту жертв збройних конфліктів та ін. Правова оцінка дій окупантів важлива не лише з точки зору притягнення винних до відповідальності за воєнні злочини а й для кваліфікації дій з боку міжнародного гуманітарного права, що надасть можливість створити відповідну модель дій держави в сфері захисту всіх груп населення на окупованих територіях. Здебільшого це стосується питання евакуації цивільного населення, створення умов для надання гуманітарної допомоги тощо. На сьогоднішній день страшні реалії які відбуваються в Україні доводять надважливість дотримання під час збройних конфліктів та ведення бойових дій принципів верховенства права, визнання людини і громадянина як найвищою цінністю. Тому й людство створило на міжнародному рівні відповідні правила ведення війни, що вважаються загальновизнаними у світі, окремі з них закріплені на міжнародному та національному рівнях. Окремі юридичні норми/закони, що регламентують правила ведення війни, є таким самим давнім поняттям, як і сама війна. З давніх давен практично всі цивілізації в тій чи іншій мірі намагалися пом'якшити жахіття та наслідки війни [3].

Отже, досліджуючи проблему порушення законів та звичаїв війни, для правильної кваліфікації має важливе значення дослідження банкетної диспозиції, встановлення основного та додаткового об'єктів кримінально-правової охорони, встановлення предметів злочину, та потерпілих [3].

Джерела

1. *Мельник В. І.* Захист прав людини в умовах воєнного стану. *Права людини та публічне врядування в сучасних умовах*. 2023. URL: https://doi.org/10.36059/978-966-397-314-2-17
2. *Соколова І. О., Шаповалова В. Д., Мосейчук К. А.* Додержання прав людини в умовах війни. *Наше право*. 2023. № 2. С. 150–157. URL: https://doi.org/10.32782/np.2023.2.21
3. *Тома М. Г.* Порушення законів і звичаї війни: загальні положення "jus ad bellum". *Права людини та публічне врядування в сучасних умовах*. 2023. URL: https://doi.org/10.36059/978-966-397-314-2-86

Науковий керівник:
М. М. Топоркова, канд. юрид. наук, доц.

А. А. ГРИГОР'ЄВА
здобувачка
Харківський національний університет міського господарства ім. О. М. Бекетова

СИСТЕМА НАДАННЯ АДМІНІСТРАТИВНИХ ПОСЛУГ

Один із ключових атрибутів демократичного суспільства та правової держави є якісне надання адміністративних послуг органами публічної влади.

Перший документ, який заклав основи для формування сучасного механізму надання адміністративних послуг в Україні, стала Концепція адміністративної реформи, затверджена Указом Президента України у 1998 році. Наступним важливим документом у процесі розробки нормативно-правового забезпечення надання адміністративних послуг стала Концепція розвитку системи надання адміністративних послуг органами виконавчої влади, затверджена Указом Президента України у 2006 році. Цей документ визначив принципи надання адміністративних послуг, були запроваджені критерії оцінки якості адміністративних послуг та ін. Важливим кроком стало прийняття у 2009 році Розпорядження "Про заходи щодо упорядкування надання державних платних послуг". Розпорядженням ставилось завдання переглянути переліки державних платних послуг з метою скасування тих, що дублюються. Вагоме значення мала Постанова Кабінету Міністрів України "Про затвердження Методики визначення собівартості платних адміністративних послуг". Цим документом було визначено поняття собівартості адміністративних послуг, включаючи витрати адміністративного органу, пов'язані з наданням таких послуг, та методику її обчислення. Закон України "Про адміністративні послуги" регламентував стосовно них важливі аспекти, включаючи терміни, сферу дії закону, вимоги до надання та якості послуг,

процедури надання та встановлення плати за них. Однак, експерти відзначають недоліки в цьому законі, зокрема, недостатню чіткість у визначенні суб'єктів, які мають право надавати адміністративні послуги.

Законом України "Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо розширення повноважень органів місцевого самоврядування та оптимізації надання адміністративних послуг" було вирішено модернізувати законодавчі акти, які стосуються підстав та порядку надання адміністративних послуг. Зміни спрямовані на розширення повноважень органів місцевого самоврядування та удосконалення процесу надання адміністративних послуг.

Система надання адміністративних послуг в Україні пройшла кілька етапів розвитку, включаючи [1]:

- наукове обґрунтування принципів, видів, форм і методів надання послуг органами публічної влади, що стало основою для подальшого законодавчого регулювання;
- прийняття Закону України "Про адміністративні послуги", яке визначило загальні принципи та основи системи надання адміністративних послуг;
- вирішення низки завдань, пов'язаних з "подрібненням" адміністративних послуг, адмініструванням коштів, отриманих за такі послуги, та створенням центрів надання адміністративних послуг на міському та районному рівнях;
- підвищення якості надання адміністративних послуг шляхом вдосконалення процедур та стандартів надання послуг;
- делегування повноважень щодо надання адміністративних послуг органам місцевого самоврядування та розбудова центрів надання адміністративних послуг як інтегрованих офісів, що сприяє оптимізації та зручності отримання послуг громадянами.

Для підвищення якості адміністративних послуг та відповідності їх споживачам, можуть бути вжиті такі заходи:

- максимальна децентралізація надання адміністративних послуг шляхом уточнення повноважень органів місцевого самоврядування, шляхом змін до законодавства;
- упровадження прогресивної системи фінансування центрів надання адміністративних послуг (органи місцевого самоврядування можуть самостійно визначати відсоток плати за надання інших адміністративних послуг, що потім спрямовується на потреби центрів надання адміністративних послуг);
- запровадження електронного документообігу та поширення доступу до інформації про надання адміністративних послуг. Це сприятиме зменшенню адміністративних бар'єрів і покращенню доступності послуг для громадян.

Комплексне впровадження цих заходів може сприяти покращенню системи надання адміністративних послуг та задоволенню потреб споживачів.

Джерела

1. *Паутова Т. О., Неділько А. І.* Формування та удосконалення системи надання адміністративних послуг в Україні. *Державне управління: удосконалення та розвиток.* 2017. № 5.

Науковий керівник:
Ю. І. Лях, д-р філософії, ст. викладач
кафедри менеджменту і публічного адміністрування

Д. А. ГРИЗО
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

АНАЛІЗ КОН'ЮНКТУРИ РИНКУ ЗБУТУ БЕЗРЕЦЕПТУРНИХ ЛІКАРСЬКИХ ЗАСОБІВ В УКРАЇНІ

Розвиток медичної та фармацевтичної науки призвів до суттєвих змін у психології споживачів лікарських засобів (ЛЗ). Загальносвітова тенденція полягає у тому, що споживачі здебільшого займають активну позицію щодо власного стану здоров'я, яку реалізують через практику самолікування, що передбачає фізичну та економічну доступність для населення ефективних і безпечних ЛЗ безрецептурного відпуску [1; 2]. У всьому світі безрецептурні ЛЗ є високоприбутковою складовою фармацевтичного ринку тому аналіз його кон'юнктури дозволить актуалізувати зміст маркетингових заходів фармацевтичних підприємств.

Мета: визначити сучасний стан та кон'юнктуру сегменту безрецептурних лікарських засобів вітчизняного фармацевтичного ринку.

У роботі проведено аналіз статистичних даних за період з 2021 по 2023 роки. У якості показників які розглядалися використовувалися: загальний обсягу продажу ліків, обсяг аптечного продажу, частка споживання безрецептурних ЛЗ, частка госпітального та роздрібного сегменту. Значення показників аналізувалися як на поточний час, так і у динаміці за вказаний період. Аналіз проводився методами кабінетних досліджень, а саме: конкретно-пошукових і логіко-синтетичних методів збору та аналізу вторинної інформації. Статистична обробка здійснювалася з використанням програмних продуктів пакета Microsoft Office. У якості джерел вторинної інформації використовувалася інформація Державного реєстру лікарських засобів України, Державної служби статистики України, дані Всесвітньої організації охорони здоров'я, дані бізнес-аналітики компаній Proxima Research та Ukrainian Business Award, наукові публікацій та публікації експертів.

З проведеного аналізу слідує, що починаючи з травня 2023 року загальною тенденцією вітчизняного фармацевтичного ринку є зростання частки

безрецептурних ЛЗ, їй передував період поступового зменшення питомої ваги безрецептурних препаратів у загальній структурі продажу ЛЗ. Особливістю фармацевтичного ринку України є велика частка ЛЗ вітчизняного виробництва. На ринку переважають генеричні та традиційні ЛЗ, основним чинником розвитку ринку продажу фармацевтичної продукції є роздрібний сегмент [3; 4].

Висновки: Ситуацію на фармацевтичному ринку вдалося стабілізувати завдяки відповідальному ставленню працівників фармацевтичної галузі та Уряду. Українська фармацевтична галузь змогла вистояти та продовжує стабільно функціонувати навіть під час війни. Не зважаючи на скорочення кількості аптек фармацевтичний ринок залишається високонасиченим та конкурентним. В Україні у 2022 р. частка споживання безрецептурних ЛЗ становила 57,3 % у натуральному і 38,9 % у грошовому вираженні від загального обсягу фармацевтичного ринку, прогнозується подальше розширення переліку безрецептурних ЛЗ.

Джерела

1. *Hala L. O., Chubai A. O.* Analysis of the domestic list of otc medicines and development of approaches to its improvement. *Farmatsevtychnyi Zhurnal*. 2022. № 4. С. 12–19.
2. *Zaremba N. I., Zimenkovsky A. B.* Ставлення до процесу самолікування здобувачів вищої медичної освіти на до- та післядипломному етапі (згідно з результатами соціологічного дослідження). *Фармацевтичний часопис*. 2018. № 3. С. 94–99.
3. Guidelines on GPP: Standards for quality of pharmacy services. FIP/WHO. 2011. URL: https://www.fip.org/files/ fip/WHO/GPP% 20guidelinesIP% 20publication_final.pdf (дата звернення: 07.10.2023).
4. *Пестун І. В.* Маркетингове управління поведінкою споживачів, які займаються самолікуванням. *Запорізький медичний журнал*. 2010. № 1. С. 77–81. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Zmzh_2010_12_1_28 (дата звернення: 07.10.2023).

Науковий керівник:
О. В. Шуванова, канд. фарм. наук, ст. викладач

А. М. ГРИНЕНКО

здобувачка
Харківський національний університет міського господарства ім. О. М. Бекетова

СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ РЕГІОНАЛЬНИМ ЕКОНОМІЧНИМ РОЗВИТКОМ

Стратегічне управління регіональним економічним розвитком в Україні є ключовим аспектом публічного управління, спрямованим на формування

та реалізацію стратегій розвитку різних регіонів країни. У контексті України, стратегічне управління регіональним економічним розвитком зазвичай включає в себе такі етапи:

1. Аналіз ситуації — оцінка сучасного стану регіональної економіки, визначення її сильних та слабких сторін, виявлення можливостей та загроз.

2. Формулювання стратегії — визначення конкретних цілей та завдань, які необхідно досягти для розвитку регіону. Це може включати розвиток інфраструктури, стимулювання підприємництва, підвищення якості життя населення тощо.

3. Планування дій — розроблення конкретних заходів та програм, спрямованих на досягнення поставлених цілей. Цей етап включає в себе визначення ресурсів, потрібних для реалізації стратегії, та визначення термінів і відповідальних осіб.

4. Впровадження та моніторинг — реалізація запланованих заходів та постійне відстеження їх ефективності. На цьому етапі важливо здійснювати контроль за виконанням стратегії, вносити необхідні корективи та адаптувати плани до змін у ситуації.

5. Оцінка результатів — аналіз результатів реалізації стратегії, визначення досягнень та недоліків, що дозволяє зробити висновки та планувати подальші кроки.

Для організації чіткої системи взаємодії між органами публічної влади в цій сфері та для підготовки та впровадження стратегій потрібні відповідні спеціалісти. Вони повинні мати не лише теоретичні знання з питань стратегічного управління, а й вміти проводити стратегічний аналіз, формулювати місію та цілі, розробляти стратегії та використовувати передовий досвід у цій галузі. Такі фахівці мають здатність застосовувати теоретичні знання в практичній діяльності, володіти методами стратегічного планування та успішно реалізовувати стратегічні ініціативи [1].

Хоча в Україні існують елементи стратегічного управління регіональним економічним розвитком у сфері публічного управління, проте існують певні проблеми та недоліки, які потребують уваги та вдосконалення для досягнення ефективних результатів.

Аналіз існуючого забезпечення стратегічного управління регіональним економічним розвитком в Україні виявляє дає підстави виділити ключові проблемні аспекти:

• неузгодженість нормативно-правової бази. Відсутність чітких та консистентних законів та положень, які б регулювали процес стратегічного управління, може створювати проблеми в його виконанні та інтерпретації.

• важливою проблемою є неузгодженість та неврегульованість процедур та форм взаємодії між органами публічної влади на різних рівнях. Це може призводити до дублювання зусиль, конфліктів компетенцій та неефективності стратегічного управління;

• недостатня кількість та низький рівень кваліфікації спеціалістів, які займаються стратегічним управлінням регіональним економічним розвитком, може ускладнювати розроблення та впровадження ефективних стратегій;

• важливим етапом стратегічного управління є систематичний моніторинг та оцінювання реалізації стратегій. Однак недостатня увага до цього аспекту може призвести до втрати контролю над процесом та неефективного використання ресурсів.

Україна може використовувати передовий досвід інших країн щодо стратегічного управління регіональним економічним розвитком, щоб удосконалити свої практики та методи.

Стратегічне управління регіональним економічним розвитком є важливим інструментом для досягнення сталого та збалансованого розвитку регіонів. Аналіз показує, що цей процес потребує уваги до нормативно-правового забезпечення, системності у підготовці та виконанні стратегій, а також вдосконалення механізмів моніторингу та оцінювання результатів. Забезпечення успішного стратегічного управління вимагає наявності кваліфікованих спеціалістів, які володіють не лише теоретичними знаннями, але й практичними навичками у проведенні аналізу, формулюванні цілей та розробці стратегій. Тільки шляхом постійного вдосконалення та впровадження кращих практик можна забезпечити ефективний розвиток регіонів та підвищення їхнього конкурентоспроможності.

Джерела

1. *Тертичка В. В.* Стратегічне управління: навч. посіб. Київ: НАДУ, 2014. 196 с.

Науковий керівник:
Ю. І. Лях, д-р філософії, ст. викладач
кафедри менеджменту і публічного адміністрування

Д. Є. ГУГЛІН,
Т. В. БУГАЙЧУК
канд. екон. наук, доц.
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

ВПЛИВ ФАКТОРІВ БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩА НА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА

Будь-яке приватне підприємство проявляє себе як відкрита система і знаходиться у постійній взаємодії з різними елементами зовнішнього середовища. Мінливість і невизначеність середи підприємства, безперервне проявлення нових тенденцій у розвитку економіки та суспільства, прискорення науково-технічного прогресу створюють нове зовнішнє середовище господарювання, яке призводить до необхідності опанування нових для вітчизняних підприємств способів взаємодії із зовнішнім оточенням і більш якісного,

швидкого реагування на постійній зміні. Оцінці факторів бізнес-оточення та їх дослідженню слід приділити увагу, адже вони обумовлюють підґрунтя для прийняття управлінських рішень та враховуються при складанні цілей, розробці шляхів їх досягнення підприємством. Відображена одна із варіантів впливу факторів бізнес-середовища на підприємство, а саме використання PEST-аналізу, який дозволить виявити фактори бізнессередовища, які найбільше впливають на аналізоване підприємство, а також передбачити їх динаміку.

Найкращими факторами дії є закони України про підприємство, володіння власності, безпеку праці, захист прав споживачів, про відокремлення монополізму й недопущення неякісної конкуренції, урядові акти й постанови, нормативні документи галузевих і територіальних органів управління, цілеспрямованих на правове та організаційне закріплення економічних взаємовідносин, міждержавними власними побудовами й господарськими суб'єктами, напрацювання норм і законів їхньої поведінки в економічному просторі.

Зовнішнє середовище виявляється змінним, яке знаходяться за кордонами підприємства і не є ділянкою власного впливання зі сторони його менеджменту. Це передусім, усі ті підприємства, а також люди, що пов'язані з цим підприємством, в силу виконаних ним цілей і задач: постачальники, покупці, акціонери, кредитори, конкуренти, урядові органи та інші. Крім того, буває інший ряд змінних зовнішнього середовища — це суспільні фактори й умови, що не діють саме на оперативну практику підприємства, характеризують стратегічно важливі рішення, котрі прийняті її менеджментом.

Джерела

1. *Осовська Г. В., Осовський О. А.* Основи менеджменту: навч. посіб. К.: Кондор, 2006. 664 с.
2. *Міщенко А. П.* Стратегічне управління: навч. посіб. К.: Центр навчальної літератури, 2004. 336 с.

А. О. ГУК

Національний аерокосмічний університет ім. М. Є. Жуковського "Харківський авіаційний інститут"

ПРАВОВА ОСНОВА ОРГАНІЗАЦІЇ ТА ДІЯЛЬНОСТІ ОРГАНІВ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ В УКРАЇНІ

Вибір Європейського шляху для України, спрямований на демократизацію суспільства та формування сучасної системи публічного управління, вимагає створення належної нормативно-правової бази для організації та

функціонування публічних управлінських структур. Ця база повинна відповідати європейським стандартам та максимально віддзеркалювати їхні принципи.

Правова основа організації та функціонування публічних органів влади визначається як система нормативних актів, що чітко встановлюють функції, компетенцію, форми та методи діяльності державних та місцевих органів влади, а також їхніх структурних підрозділів. Ці акти відрізняються тим, що містять переважно імперативні правові норми, які визначають обов'язкові стандарти та принципи.

У зв'язку із складністю та багатогранністю відносин, що виникають у ході організації та функціонування органів публічного управління, норми, спрямовані на їх регулювання, мають спільний юридичний зміст, але можуть бути розширені або диференційовані відповідно до різних критеріїв.

Правові норми, закріплені в нормативно-правових актах публічного управління, регламентують фактично всі елементи організації роботи органів публічної влади — від визначення загальних принципів до форм і методів їх владної діяльності. Вони закріплені у нормативних актах різної юридичної сили — від Конституції та законів України до підзаконних актів. Правова основа діяльності органів публічної влади не обмежується нормами актів національного законодавства, а включає в себе й міжнародно-правові норми, кількість яких дедалі збільшується разом із посиленням інтегрованості України у світове співтовариство [1].

У системі нормативно-правових актів, що регулюють організацію та функціонування органів публічного управління в Україні, можна виділити кілька рівнів, орієнтованих на їх юридичну силу, зміст, територіальну дію та коло суб'єктів:

1. Конституцію (Основний Закон) України — нормативний акт вищої юридичної сили, що становить найважливішу правову основу формування і функціонування публічного управління в Україні, утверджує загальні засади конституційного ладу. Упровадження системи публічного управління, організація та діяльність органів публічного управління повинні відбуватись відповідно до її положень [2].

2. Закони України, що визначають організацію роботи органів публічної влади:

а) виборче законодавство;

б) законодавство, що визначає загальний правовий статус органів публічної влади, їх структурних підрозділів та посадових осіб;

в) законодавство, що визначає окремі аспекти організації роботи органів публічної влади.

3. Підзаконні нормативні акти, що визначають статус і порядок роботи органів публічної влади та їх структурних підрозділів:

а) укази Президента України;

б) постанови Кабінету Міністрів України;

в) акти центральних органів виконавчої влади, що регламентують організаційні питання внутрішньовідомчого та міжвідомчого характеру;

г) акти місцевих органів публічної влади, наприклад регламенти місцевих рад та місцевих державних адміністрацій, положення про структурні підрозділи виконкомів місцевих рад, положення про відділи та управління місцевих державних адміністрацій та ін.

Таким чином, правова основа організації та діяльності органів публічного управління спрямована на подальше вдосконалення публічних інституцій та методів їхньої діяльності, процедур, які вони використовують, налагодження діалогу громадян та влади щодо механізмів управління та максимальне наближення до європейських стандартів.

Джерела

1. Державне будівництво і місцеве самоврядування в Україні : підручник для студентів вищих навч. закл. / за ред. С. Г. Серьогіної. Харків: Право, 2005. 256 с.
2. Конституція України : закон України від 28.06.1996 року. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B 2%D1%80

А. Д. ГУТОРОВА

гр. 11 ПП, Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного

АНАЛІЗ ЕКОНОМІЧНОГО СТАНУ ЗАПОРІЗЬКОЇ ТА ДНІПРОПЕТРОВСЬКОЇ ОБЛАСТЕЙ В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Дніпропетровська область є частиною Придніпровського економічного району і однією з найбільш розвинених в економічному сенсі областей України. За чисельністю населення, внеском у загальнодержавні обсяги виробництва валового внутрішнього продукту, масштабами промислового та сільськогосподарського виробництва, обсягами експорту товарів та надходжень до бюджету вона є лідером серед інших областей України. Господарський сектор області за своєю спеціалізацією є індустріально-аграрним. Приблизно п'ята частина промислового потенціалу країни зосереджена саме на Дніпропетровщині. За обсягом промислової продукції на душу населення область посідає перше місце в Україні. Основу промислового комплексу області становить гірничо-металургійний сектор [5].

До найбільш розвинених економічних регіонів України, також належить сусідня з Дніпропетровською Запорізька область. Вона є центром технологічного та інтелектуального потенціалу держави. Також відзначається багатою історією та вважається перлиною України, будучи колискою першої

Динаміка показників соціально-економічного розвитку Придніпровського економічного району України

Показники	2019 р.	2020 р.	2021 р.	Тр, %
Запорізька область				
Наявне населення, тис. ос.	1705,8	1687,4	1666,5	97,7
Середньомісячна заробітна плата штатного працівника, грн.	10480	11556	13782	131,5
Наявний дохід на 1 особу, грн.	76062	83309	93475	122,89
Капітальні інвестиції, млн грн.	14877	15495	21039	141,42
Дніпропетровська область				
Наявне населення , тис. ос.	3206,5	3176,7	3142,0	97,98
Середньомісячна заробітна плата штатного працівника, грн.	10751	11681	13669	127,14
Наявний дохід на 1 особу, грн.	89042	94804	107671	120,92
Капітальні інвестиції, млн грн.	66951	58601	78484	117,22

Джерело: сформовано автором за даними [1; 4; 5]

демократичної республіки у світі, заснованої запорізькими козаками. Нині Запорізька область має численні конкурентні переваги, такі як високий рівень освіти та творчий людський потенціал, багаторічні традиції у промисловому та сільськогосподарському виробництві, а також багаті природні та рекреаційні ресурси [4].

Аналіз даних таблиці показав, що 2021 року порівняно з 2019 роком чисельність населення Запорізької області зменшилась на 2,3 %, а в Дніпропетровській — на 2,02 %. Впродовж досліджуваного періоду середньомісячна заробітна плата демонструвала позитивну динаміку: в Запорізькій області + 31,5 %, а в Дніпропетровській +27,14 %. За рівнем середньомісячної заробітної плати в країні у 2021 році Дніпропетровська область була на 6-му місці, Запорізька — на 5-му місті. Аналогічна позитивна динаміка і щодо наявного доходу в розрахунку на 1 особу і приросту капітальних інвестицій по цих областях.

Ефективне використання конкурентних переваг областей є гарантією швидкого розвитку їхніх економік та стійкого поліпшення якості життя мешканців у майбутньому. Одночасно сучасні виклики на глобальному, національному та місцевому рівнях, які впливають на регіони у процесі соціально-економічного розвитку, потребують перегляду стратегічних пріоритетів на середньострокову перспективу.

Джерела

1. Державна служба статистики України. Офіційний сайт. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ. (дата звернення: 05.02.2024)
2. *Завадських Г. М., Тебенко В. М.* Перспективи інноваційного розвитку Запорізької області. *Регіональна економіка та управління*. 2021. № 4 (34). С. 33–39.

3. Підприємництво: соціально-економічне та інституціональне забезпечення розвитку: монографія / Л. О. Андрєєва, Л. О. Болтянська, М. І. Грицаєнко та ін. Мелітополь : Люкс, 2021. 300 с.
4. Стратегія регіонального розвитку Запорізької області на період до 2027 року: Затв. рішенням обласної ради від 12.12.2019 № 134. 2019.148 с.
5. Стратегія регіонального розвитку Дніпропетровської області на період до 2027 року: Затв. рішенням обласної ради від 07.08.2020 № 624-24VII. 2020.156 с.

Науковий керівник:
Г. М. Завадських, канд. екон. наук,
доцент кафедри економіки і бізнесу

М. Р. ДАВЛАТОВА
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

СОЦІАЛЬНА РОБОТА З ЖІНКАМИ, ЯКІ ПЕРЕБУВАЮТЬ У СКЛАДНИХ ЖИТТЄВИХ ОБСТАВИНАХ

Незважаючи на те, що останні десятиліття незалежної України ознаменувалися суттєвими змінами в її суспільно-політичному, економічному та культурному житті та посприяли усвідомленню та визнанню суспільством важливості прав та проблем жінок, необхідності створення відповідних державних структур та неурядових організацій, спрямованих на покращення їх становища, питання гендерної нерівності все ще залишається актуальним. Оскільки більшість населення України становлять жінки і їхня роль у всіх суспільних процесах об'єктивно зростає, важливим напрямом державної соціальної політики стає соціальна робота з даною категорією населення. За міжнародним визначенням соціальна робота "покликана сприяти соціальним змінам, вирішувати проблеми у стосунках, давати наснагу та заохочувати людей до дій для покращення добробуту, при чому фундаментальними є принципи прав людини та соціальної справедливості" [4].

Результати проведеного дослідження специфіки здійснення соціальної роботи з жінками, що опинилися у складних життєвих обставинах свідчать, що на даному етапі їй притаманні наступні характеристики: 1) принцип превентивності; 2) врахування соціокультурних та психофізіологічних особливостей жінок; 3) колаборація фахівців соціальної роботи та представників інших сфер соціальної сфери, зокрема, правоохоронних органів, служби зайнятості, медичних та освітніх закладів тощо, в процесі виконання завдань соціальної опіки над жінками; 4) гендерна нерівність, як одна з базових проблем жінок [1].

Аналізуючи проблему гендерної нерівності в аспекті соціальної роботи з жінками, слід зазначити, що на даний момент дослідники виділяю п'ять

основних порушень прав жінок в Україні: 1) гендерно зумовлене домашнє насильство; 2) дискримінація в оплаті праці; 3) відсутність рівноцінного доступу та можливості участі в діяльності владних структур різного рівня; 4) обмеження та неможливість реалізації в професійній сфері; 5) укорінення гендерних стереотипів та сексистських проявів у різних сферах життєдіяльності суспільства [2].

Іншим прикладом актуального напряму соціальної роботи з жінками є соціальна профілактична робота, що посідає важливе місце в діяльності, спрямованій на запобігання явищу торгівлі людьми, зокрема жінками. Стаття 9 Закону України "Про протидію торгівлі людьми" визначає, що "попередження торгівлі людьми здійснюється за такими напрямами: 1) вивчення ситуації; 2) підвищення рівня обізнаності; 3) зниження рівня вразливості населення; 4) подолання попиту шляхом реалізації організаційних, дослідницьких, інформаційних, освітніх, правових, соціально-економічних та інших заходів" [3].

Встановлено, що вагома роль у здійсненні соціальної роботи з жінками, що опинилися у складних життєвих обставинах належить центрам соціальної допомоги. За українським законодавством екстреної соціальної та психологічної допомоги потребують наступні групи жінок: ті, що зазнали фізичного насильства; ті, що втратили рідних і близьких; ті, які мають дітей-інвалідів; жінки з інвалідністю; самотні матері з неповнолітніми дітьми; вагітні жінки, в тому числі неповнолітні; самотні жінки з неповних сімей; ті, що знаходяться на стадії розлучення чи після розлучення; ті, що перебувають у конфлікті з сім'єю; самостійно проживаючі випускниці дитячих будинків та шкіл-інтернатів; дівчата-підлітки, які опинилися у важкій ситуації [1]. Центри соціальної допомоги жінкам надають психологічну та юридичну допомогу кожній клієнтці. Жінкам у кризових ситуаціях набагато складніше організовувати свої думки та рішення, тож, завдання центру соціальної підтримки жінок – допомогти знайти оптимальний вихід із ситуації,що склалася.

Таким чином, незважаючи на певні досягнення, життя жінки й сьогодні сповнене багатьох проблем та залишається незахищеним, вони все ще стикаються з багатьма проблемами і залишаються вразливими. Тому надання соціальної підтримки, зокрема послуг у сфері охорони здоров'я, освіти та професійної підготовки, розширення можливостей для участі в процесах прийняття рішень на рівні громади та всього суспільства, а також зменшення гендерної нерівності стають елементами сталого соціального розвитку. Соціальна робота з жінками має розвиватися, і це повинна усвідомлювати кожна людина.

Джерела

1. *Войтовська А. І., Кравченко О. О.* Соціальна робота з жінками : навчальний посібник для студентів спеціальностей 231 Соціальна робота та 232 Соціальне забезпечення (Галузь знань 23 Соціальна робота). Умань: Візаві, 2018. 229 с.
2. Гендерна нерівність: п'ять порушень прав жінок в Україні. URL: https://www.radiosvoboda.org/a/29085513.html

3. Про протидію торгівлі людьми: Закон України 3739-VI від 31.03.2023. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3739-17#Text
4. Про соціальну роботу з дітьми та молоддю: Закон України 2558-III від 03.08.2023. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2558-14#Text

Науковий керівник:
Г. А. Луканська, старший викладач

С. ДАЦУН,
А. МЕЛІНЕВСЬКИЙ

ТРАНСФОРМАЦІЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ ПІДПРИЄМСТВА НА ЗАСАДАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ

Розповсюдження тенденцій впровадження діджитал-інструментів у світову економіку породжує необхідність трансформації бізнес-процесів на засадах цифрової трансформації. Це охоплює впровадження цифрових змін у всі аспекти бізнесу, включаючи щоденні операції та стратегічне прийняття рішень. Такий перехід від аналогових інструментів до цифрових вимагає не лише зміни інструментів, але й перегляду способів функціонування компанії та управління бізнесом.

Перспективність трансформації бізнес-процесів на засадах діджиталізації підкреслюють і прогнози аналітиків, згідно з якими станом на 2023 рік інвестиції у цифрову трансформацію можуть сягнути 2,3 трильйонів доларів [1].

Впровадження цифрових технологій у бізнес-процеси представляє собою значущий крок для підвищення ефективності та конкурентоспроможності підприємств у сучасному світі. Результати досліджень свідчать, що успішні компанії вкладають значні ресурси у цифрові технології. Наприклад, аналіз виконаний компанією McKinsey підтверджує, що підприємства, які активно використовують цифрові технології, мають у середньому 5–10 % вищий рівень продуктивності та 5–10 % більшу рентабельність, порівняно з тими, які не використовують ці технології [2]. Використання цифрових технологій дозволяє підприємствам автоматизувати та оптимізувати різні процеси, скорочувати час виробництва, підвищувати якість наданої продукції чи послуг, а також забезпечувати більш ефективне використання наявних ресурсів.

Однією з ключових аспектів у впровадженні цифрової трансформації бізнес-процесів є використання хмарних технологій. Згідно з дослідженням компанії Gartner, на 2022 рік 90 % опитаних підприємств вже впроваджують хмарні технології як основний інструмент для розвитку своїх бізнес-процесів. Водночас, цифрова трансформація може допомогти компаніям знизити витрати на розробку та впровадження нових продуктів та послуг. За даними дослідження Deloitte, підприємства, які використовують цифрові техноло-

гії, можуть зменшити витрати на розробку нового продукту чи послуги на 30–50 %.

Проте, не варто ототожнювати процес діджиталізації та цифрової трансформації. В контексті впливу на бізнес-процеси це можуть бути різні підходи та методи. На нашу думку, цифрова трансформація — це ширше поняття, яке включає глибоку трансформацію бізнесу, культури та процесів за допомогою цифрових технологій. Цифрова трансформація включає не лише заміну аналогових процесів на цифрові, а й переосмислення бізнес-моделей, стратегій і взаємодії з клієнтами. Це глибоке переформатування організації, щоб вона могла ефективніше функціонувати в цифровому світі. Цифрова трансформація охоплює всю компанію, від процесів та інфраструктури до культури та стратегії. Тому, хоча цифровізація може бути частиною цифрової трансформації, вона зосереджується на конкретних аспектах, тоді як цифрова трансформація включає глибоку трансформацію всієї організації [3].

Роль цифрової трансформації в оптимізації бізнес-процесів підприємств

Автоматизація процесів	Цифрові технології можуть сприяти автоматизації різноманітних операцій на підприємствах, таких як автоматична обробка замовлень, оптимізація логістики, забезпечення доступу до даних та інші
Вдосконалення комунікації	Використання цифрових технологій дозволяє підприємствам удосконалити взаємодію між різними відділами та клієнтами, що призводить до підвищення ефективності співпраці та покращення якості виконаної роботи
Використання аналітики	Використання цифрових технологій надає підприємствам можливість збирати та аналізувати дані щодо своєї діяльності, що сприяє виявленню проблем у бізнес-процесах та їх подальшому удосконаленню
Використання хмарних технологій	Це дозволяє підприємствам зберігати та обробляти обширні обсяги даних, забезпечуючи доступ до ключової інформації в будь-який момент та з будь-якого місця
Підвищення якості продукту	Цифрові технології дозволяють підприємствам покращувати якість своїх продуктів або послуг. Наприклад, застосування Інтернету речей може сприяти відстеженню якості та рівня використання їхніх продуктів в реальному часі, що, в свою чергу, дозволяє пропонувати клієнтам високоякісні продукти та підтримувати більш активний зв'язок з ними
Зменшення витрат	Цифрові технології дозволяють підприємствам раціоналізувати витрати на операційну діяльність. Зокрема, автоматизація процесів може сприяти зменшенню кількості необхідної робочої сили для виконання завдань, а також знизити ризик виникнення помилок та забезпечити точніший та ефективніший процес

Отже, впровадження цифрової трансформації стає ключовим фактором успішної оптимізації бізнес-процесів підприємств. Це сприяє зниженню

витрат, покращенню ефективності та якості продукції, створенню зручного взаємодії та співпраці між різними підрозділами та працівниками, а також сприяє підвищенню конкурентоспроможності як продукту, так і самого підприємства. Крім того, цифрова трансформація дозволяє підприємствам підвищити ефективність, покращити прибутковість, збільшити лояльність клієнтів і забезпечити конкурентну перевагу на ринку.

Джерела

1. *Кравченко М. О., Салабай В. О.* Роль цифрових трансформацій бізнес-процесів підприємств. *Економічний вісник НТУУ "Київський політехнічний інститут"*. 2023. № 26. С. 148–153.
2. *Catlin T., LaBerge L. & Varney S.* (2018) Digital strategy: The four fights you have to win. Available at: https://www.mckinsey.com/ capabilities/mckinsey-digital/our-insights/digital-strategy-the-four-fights-you-have-to-win (accessed 16 April 2023).
3. What Is Digital Transformation? Available at: https://www.salesforce.com/ products/platform/what-is-digital-transformation (accessed 11 July 2023).

Науковий керівник:
В. О. Котляров, канд. екон. наук, доц.

М. В. ДЖАНАШІЯ-СИТНИК
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

О. О. ЛИСИЧЕНКО
канд. екон. наук, доц.
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

ІСТОРИЧНІ ТА СУЧАСНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ

Дослідженню питань техніки та методології складання фінансової звітності суб'єктів підприємництва і аналізу її показників, було присвячено низку праць вітчизняних і зарубіжних науковців у галузі бухгалтерського обліку і фінансового аналізу. Більшість вчених дотримуються думки про необхідність вдосконалення фінансової звітності відповідно до вимог національних та міжнародних стандартів. Враховуючи міжнародний досвід, систематично вдосконалюється і нормативна база, яка регламентує питання складання фінансової звітності, що викликає певні труднощі у практичних працівників.

Одною з основних форм фінансової звітності є баланс, який представляє собою форму фінансової звітності для відображення в грошовому виразі стану господарських засобів підприємства та джерел їх утворення на певну дату [1, с. 39]. Але в той же час баланс — це не тільки один з елементів методу бух-

галтерського обліку та документ бухгалтерської звітності, а й суттєве джерело інформації для управління, планування, організації виробництва, аналізу та контролю як для внутрішніх так і для зовнішніх користувачів.

Формування бухгалтерського обліку пройшло тривалий еволюційний шлях. Його зміст і будова змінювались залежно від форм власності, рівня продуктивних сил та розвитку виробничих відносин суспільства. Кожному етапу розвитку суспільства властива своя побудова балансу, який поділявся за відповідними ознаками. До найтиповіших ознак (починаючи з 1925 року) в Україні відносять: джерела складання; строки складання; обсяг даних; зміст; форму.

Весь шлях розвитку бухгалтерської звітності можна поділити на наступні періоди:

1. Зародження звітності та її перші кроки (4000 р. до н. е. — VII ст. н. е.). звітність як завершальний етап реєстрації фактів господарської діяльності. Характерні риси: обов'язковість, поступовий перехід до суворої періодичності, орієнтація на інтереси державної казни.

2. Становлення звітності (VIII–XII ст., XIII–XVIII ст.). Характерні риси: складання звітності на основі інвентаризації, нерегулярність. Виникнення та розвиток балансу як основної форми звітності. Виникнення передумов для виникнення вчення про бухгалтерський баланс. Розвиток вчення про звітність як наслідок її юридичної регламентації. Основні представники: Л. Пачолі, Ж. Саварі, Ж. Андре та ін.

3. "Народження" науки (XIX — початок XX ст.). Три напрями розвитку балансоведення, західноєвропейський вплив на розвиток вітчизняних форм звітності. Основні представники: Н. Д'Анастасіо, Р. Коффі, Ф. Віллє, Д. Чербоні, К. І. Арнольд, І. Б. Ахматов, Е. О. Мудров, П. Н. Худяков, Н. Р. Вейцман, А. П. Рудановський та ін.

4. Розвиток звітності в прорадянський період (20–80-ті роки), поступовий перехід від "мистецтва" відображення, підсумовування діяльності підприємства (30–50-ті роки) до забезпечення інформації про економічні проблеми для прийняття економічних рішень (70-ті роки). Основні представники на Заході: Р. Антоні, Дж. Ріс, Б. Нідлз, Д. Колдуелл, Ч. Хорнгрен та ін. підпорядкованість звітності державним інтересам — на терені колишнього СРСР. Основні вимоги — сувора уніфікація, орієнтація на показники, що відображали виконання держзамовлень, розрахунок бази оподаткування та інших відрахувань у бюджет.

5. "Переорієнтація" звітності (80-ті роки). Приведення якості звітної інформації у відповідності до фінансово-економічних інтересів суб'єктів ринкових відносин. Звітність розглядається як засіб взаємодії підприємства та ринку і важливий інструмент для налагодження ефективного управління. Основні вимоги до звітності на цьому етапі — достовірність, доречність, порівнянність, зрозумілість, прозорість.

На сьогоднішній день форми фінансової звітності реформовано відповідно до Міжнародних стандартів. Цьому передувало розробка і затвердження Кабінетом Міністрів України Стратегії застосування Міжнародних стан-

дартів фінансової звітності в Україні, згідно з якою було внесено зміни до Закону України "Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні". Зазначені зміни стосувались публічних акціонерних товариств, банків, страхових компаній та інших підприємств, які повинні складати фінансову звітність за МСФЗ. До речі, в ЄС вказані вище підприємства входять до категорії "суб'єктів, щодо яких існує громадський інтерес". Наступним кроком стало впровадження Національного положення (стандарту) бухгалтерського обліку 1 "Загальні вимоги до фінансової звітності", яке визначило мету, склад, принципи підготовки фінансової звітності та вимоги до визнання і розкриття її елементів [3]. Відповідно до цього нормативного документу перша форма звітності отримала ще одну назву — Звіт про фінансовий стан. Крім назви, також відбулися зміни і в структурі даної форми.

Таким чином, баланс — це не просто складова методу бухгалтерського обліку, його елемент; це найважливіший документ бухгалтерської звітності, суттєве джерело інформації для управління, планування, організації виробництва, нормування, аналізу, контролю. Баланс є обліковою категорією, синтезом облікових записів, а тому його треба вміти читати і критично оцінювати з погляду змісту, будови, раціонального використання даних.

Джерела

1. *Сук Л. К., Сук П. Л.* Бухгалтерський облік: навч. посіб. К. : Знання, 2008. 507 с.
2. *Бондар М. І., Верига Ю. А., Орищенко М. М.* Звітність підприємства: підручник. Київ : Центр учбової літератури, 2017. 570 с.
3. НП(С)БО 1 "Зальні вимоги до фінансової звітності": Наказ Міністерства фінансів України від 07.02.2013 № 73. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13#Text

Б. О. ДРОЗД

Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

ВПЛИВ ВПРОВАДЖЕННЯ НОВОЇ ТЕХНІКИ І ТЕХНОЛОГІЙ НА ЕКОНОМІЧНУ ЕФЕКТИВНІСТЬ

Для того, щоб країни у сучасному глобальному світі могли отримувати економічні вигоди, їх підприємства повинні мати необхідний потенціал, пов'язаний з новими технологіями. Це включає не лише наукові чи технічні знання, а й необхідну політику, законодавство та інфраструктуру.

Нові розробки та впровадження технологій завжди допомагали виробництву стати кращими. Технології впливають на кількість штату, швидкість виробництва, якість виробництва, наявність відповідного обладнання, що

відповідає всім стандартам та сучасним нормам. У сукупності всі ці фактори впливають на прибуток.

Техніко-економічне обґрунтування створення та впровадження нової техніки і нових технологічних процесів на кожному підприємстві має свої особливості, які залежать від специфіки виробництва, умов ринку, конкуренції, потенційного споживача. До нової техніки і технологій, що впроваджуються у виробництво, відносяться: конструктивно нові засоби праці, нові для конкретного підприємства види техніки, які відповідають сучасним науково-технічним вимогам, модернізована техніка, нові або удосконалені технологічні процеси, принципово нові або вдосконалені матеріальні ресурси або предмети праці [1].

Економічна ефективність нової технології — це кінцевий економічний результат розвитку нової техніки, який характеризується співвідношенням отриманого ефекту та здійснених витрат. Економічна ефективність нової техніки визначається шляхом послідовного уточнення розрахунків, починаючи зі стадії технічного завдання і закінчуючи розрахунками за результатами застосування.

Одним з основних показників економічної ефективності техніко-технологічних нововведень є показник економічного ефекту. У ньому відбиваються такі показники, як продуктивність праці, фондовіддача, матеріало- і енергоємність, показники технічного рівня виробництва, якість продукції та ін.

Показник економічного ефекту від реалізації нововведень визначається як перевищення вартісної оцінки результатів над вартісною оцінкою сукупних витрат ресурсів за весь період науково-виробничого циклу. Слід зазначити, що при ухваленні рішення про необхідність впровадження інноваційного обладнання та технологій необхідно оцінювати як очікувану ефективність від впровадження, так і фактори, що на неї впливають. Виділяють наступні групи факторів:

1. загальні і специфічні;
2. негативні і позитивні;
3. постійні і змінні;
4. екстенсивні і інтенсивні;
5. внутрішні і зовнішні.

Загальні фактори — це фактори, які діють в усіх галузях економіки, специфічні фактори навпаки залежать від галузі, виду продукції, виду обладнання. За особливостями впливу виділяють негативні фактори, які негативно впливають на отримання максимального економічного ефекту від впровадження нових техніки та технологій, і позитивні, спрямовані на максимізацію прогнозованої ефективності. Важливе значення для проведення оцінки діяльності підприємство має розподіл факторів на екстенсивні та інтенсивні. До екстенсивних відносяться ті, які пов'язані тільки з кількісним, а не якісним приростом результативного показника. Інтенсивні фактори відображають ступінь зусилля, напруженості праці в процесі виробництва. За терміном дії розрізняють постійні і змінні. Постійні чинники впливають постійно, змінні ж носять періодичний характер. Важливу роль також відіграють зовнішні і внутріш-

ні чинники. Зовнішні чинники пов'язані з дією зовнішнього середовища. До них можна віднести політичну обстановку, поведінку конкурентів, партнерів, споживачів та інші фактори. На внутрішні ж фактори підприємство може безпосередньо впливати. Наприклад, це цехозаводські або загальнозаводські фактори [2].

Таким чином, можна зробити висновок, що існують різні фактори, які в більшій чи меншій мірі впливають на ефективність впровадження нового обладнання та технологій, недооцінка одного з них може привести до серйозних втрат, що вплине на ефективність роботи всього підприємства, зниження прибутку, зменшення частки ринку, зниження конкурентоспроможності.

Джерела

1. Техніко-економічне обґрунтування сучасних технологій виробництва: навч. посіб. / Ф. В. Новіков, Д. Ф. Новіков, О. А. Єрмоленко та ін. Дніпро: ЛІРА, 2022. 256 с.
2. *Навольська Н. В.* Теоретичні аспекти забезпечення економічної ефективності діяльності підприємств. *Глобальні та національні проблеми економіки.* Миколаїв, 2017. № 18.

Науковий керівник:
М. В. Сідненко, старший викладач

Н. І. ДУБОВА
здобувач вищої освіти
Державний біотехнологічний університет

АНАЛІЗ ЗАБЕЗПЕЧЕНОСТІ І ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ МЕРЕЖЕВОГО РИТЕЙЛУ

Основні засоби формують матеріально-технічну базу підприємств роздрібної торгівлі. Від правильної діагностики стану, структури, динаміки та ефективності використання основних засобів залежить процес їх відтворення, поповнення, оновлення, а отже, забезпеченість підприємства конкурентноздатними, сучасними засобами праці. З огляду на це набуває актуальності потреба в підвищенні ефективності управління основними засобами як однієї з умов для досягнення основної мети діяльності мережевого ритейлу — забезпечення населення послугами.

На підставі порівняльного аналізу фінансово-господарської діяльності рітейлу України: ТОВ "АТБ-МАРКЕТ", ТОВ "ФОРА", ТОВ "СІЛЬПО", нами було визначено, що найбільшим українським ритейлом з-поміж інших

за показниками вартості активів, обсягу виробництва та продажу продукції є ТОВ "АТБ-МАРКЕТ".

До складу матеріально-технічної бази підприємства ТОВ "АТБ-МАРКЕТ" входять основні та оборотні засоби. Базові показники складу, структури та зміни у складі балансової вартості основних засобів наданий у Примітках до консолідованої фінансової звітності на 31.12. 2020–21.12.2021рр. діяльності "АТБ-МАРКЕТ" [1].

З наведених даних на підприємстві спостерігається щорічне збільшення вартості основних засобів. У порівнянні з 2020 роком вартість основних засобів зросла на 12626924 тис. грн, або на 152,5 %.

Аналізуючи динаміку та структуру основних засобів, робимо висновок, що найбільші зміни відбулися за групою "Транспортні засоби" — по відношенню до 2020 року вартість основних засобів цієї групи зросла на 5540 тис. грн або майже у 9 разів, вартість будівлі зросла відповідно на 9833725 тис. грн або на 197,1 %. Активи з права користування включені до категорії "Будівлі" та являють собою право Групи використовувати орендовані активи протягом строку оренди. Активи більшою частиною являють собою орендовані у пов'язаних сторін приміщення, що використовуються під магазини роздрібної торгівлі.

Станом на 31 грудня 2021 року у рядку "Балансова вартість" по категорії "Будівлі" балансова вартість активів з права користування — 11 513 808 тисяч українських гривень (на 31 грудня 2020 року — 11 790 364 тисячі українських гривень) та основних засобів — 7 102 518 тисяч українських гривень (на 31 грудня 2020 року — 3 031 829 тисяч українських гривень). За 2021 рік у рядку "Знос, основні засоби" по категорії "Будівлі" представлена амортизація активів з права користування — 3 244 750 тисяч українських гривень (за 2020 рік — 3 182 094 тисячі українських гривень) та амортизація основних засобів — 248 722 тисячі українських гривень (за 2020 рік — 78 833 тисячі українських гривень). Для повного уявлення про стан основних засобів необхідно провести аналіз забезпеченості основними засобами. Узагальнюючими показниками забезпеченості основними засобами є озброєність основних засобів праці та технічна озброєність праці. За два роки показник озброєності основних засобів зріс на 155,6 %. Якщо у 2020 році на одного працівника припадало 215,7 тис. грн, то у 2021 році — 371,3 тис. грн віддача основних засобів за весь період дослідження знизилася на 2,98 %. Отже, фондомісткість за цей період збільшилася на 0,04 %.

На досліджуваному підприємстві показник рентабельності знижується, що свідчить про негативний фінансовий результат діяльності підприємства. Інтегральний коефіцієнт ефективності основних засобів знизився на 5,3 %, що свідчить про неефективне використання основних засобів. За 2021 рік спостерігається незначне зниження загальної віддачі основних засобів та зростання місткості основних засобів, таке незначне коливання пов'язано з циклічним процесом та присутністю великих капіталовкладень в основні засоби.

З'ясовано, що від господарської діяльності у 2021 році ТОВ "АТБ-МАРКЕТ" отримало чистий прибуток на суму 8328888 тис. грн, що на

3923475 тис. грн (89,0 %) більше ніж у 2019 році. Відповідно змінилась і рентабельність виробництва: з 6,2 % у 2020 році до 7,5 % у 2021 році.

Згідно з оприлюдненими даними, дохід компанії "АТБ-маркет" у 2022 році становив 148,3 млрд грн, тоді як у 2021 році — 148,7 млрд грн.

За підсумками 2022 року чистий прибуток ритейлера становив 2,811 млрд грн, що майже втричі менше в порівнянні з 2021 роком (8,32 млрд грн). Флагманське підприємство компанії торговельна мережа "АТБ-Маркет" протягом минулого року сплатила податків та зборів на 15,63 млрд грн. Також зазначається, що за 2022-й компанія витратила 400 млн грн на купівлю 750 альтернативних джерел живлення для своїх магазинів.

Джерела

1. Товариство з обмеженою відповідальністю "АТБ-МАРКЕТ". *Консолідована фінансова звітність відповідно до Міжнародних стандартів фінансової звітності та звіт незалежного аудитора.* URL: https://src.zakaz.atbmarket.com/files/conso2021.pdf?_t=1679685061

Науковий керівник:
Т. А. Наумова, канд. екон. наук, доц.

А. В. ЄРЕМЕНКО
канд. екон. наук, докторант
Державна навчально-наукова установа "Академія фінансового управління"

ПРИДБАНІ АБО ВНУТРІШНЬО СТВОРЕНІ НЕМАТЕРІАЛЬНІ АКТИВИ

З кожним днем стає дедалі більше компаній, які мають на балансі нематеріальні активи. Нематеріальний актив — це актив, який має такі характеристики: відсутність фізичної сутності, грошової форми і початковий термін корисного використання яких перевищує один звітний період.

Після того, як визначено, що об'єкт відповідає визначенню нематеріального активу, суб'єкт господарювання повинен визначити, чи відповідає він критеріям визнання. Нематеріальний актив можна визнати, лише якщо існує ймовірність того, що очікувані майбутні економічні вигоди (наприклад, дохід від продажу продукції чи послуг), які відносяться до цього активу, надходитимуть до суб'єкта господарювання, а вартість активу можна достовірно оцінити [1].

Правила початкового визнання нематеріальних активів відповідно до МСБО 38 відносно прості. Якщо актив було придбано, він буде спочатку визнаний за первісною вартістю.

Проблеми внутрішньо створених нематеріальних активів полягають в тому, що часто достатньо складно оцінити чи відповідають вони вимогам для визнання, по-перше, того, чи принесе ідентифікований актив очікувані майбутні економічні вигоди і коли це буде; по-друге, достовірне визначення вартості активу (у деяких випадках витрати на створення внутрішнього нематеріального активу не можна відрізнити від витрат на підтримання чи посилення внутрішньо створеного гудвілу суб'єкта господарювання або від виконання повсякденних операцій).

При первісному визнанні нематеріальний актив слід оцінювати за первісною вартістю, якщо існує ймовірність того, що майбутні економічні вигоди, які відносяться до активу, буде надходити до суб'єкта господарювання, і вартість активу може бути достовірно визначена.

Собівартість власно створеного нематеріального активу включає безпосередньо пов'язані витрати на підготовку активу до використання за призначенням. Витрати на навчання, виявлені неефективності та початкові операційні збитки відносяться на витрати по мірі їх виникнення.

Вартість, яку слід визнати, — це сума витрат, понесених з дати, коли нематеріальний актив вперше відповідає критеріям визнання та забороняє відновлення витрат, раніше визнаних як витрати.

Витрати, що безпосередньо відносяться, охоплюють усі витрати, необхідні для створення, виробництва та підготовки активу до того, щоб його можна було використовувати у спосіб, передбачений менеджментом [2].

Первісна оцінка нематеріального активу залежить від способу придбання активу, наприклад:

Таблиця 1

Первісна оцінка нематеріальних активів

Тип придбання	**Приклад вимірювання**	
Купується окремо	Вартість придбання	= ціна придбання – знижки + імпортні мита + податки, що не підлягають відшкодуванню + витрати, безпосередньо пов'язані з підготовкою активу до використання за призначенням
Придбано в рамках об'єднання бізнесу	Справедлива вартість	Вартість розподілена на актив як похідна від його справедливої вартості на дату придбання
Внутрішнє генерування	Витрати, що безпосередньо відносяться	Витрати, понесені під час розробки, які безпосередньо відносяться до активу, але лише після виконання заздалегідь визначеного набору або критеріїв (наприклад, дослідження або розробки)

Джерело: [3]

Згодом нематеріальні активи зазвичай оцінюються подібним чином до матеріальних активів:

Таблиця 2

Подальша оцінка нематеріальних активів

Метод	Пояснення
Вартість	= вартість – накопичена амортизація – накопичений збиток від знецінення
Переоцінка	= справедлива вартість на дату переоцінки – накопичена амортизація – накопичений збиток від знецінення

Джерело: [3]

Модель переоцінки не дуже часто застосовується для нематеріальних активів, тому що для цього має бути активний ринок, який часто відсутній. Крім того, не можливо застосувати модель переоцінки для брендів, банерів, патентів, торгових марок і подібних активів у зв'язку з тим, що ці активи є дуже специфічними та унікальними, і немає активного ринку [4].

Згодом облік придбаного нематеріального активу дотримується загальних вимог, які застосовуються до суб'єктів господарювання. Якщо термін служби нематеріального активу обмежений, актив слід амортизувати протягом його очікуваного терміну служби і перевірити на знецінення. Якщо термін служби нематеріального активу невизначений, актив не амортизується, але перевіряється на знецінення щонайменше раз на рік [5].

Коли підприємство купує нематеріальний актив, наприклад патент або ліцензію, це часто сприймається як довгострокова інвестиція, яка приноситиме прибуток протягом терміну корисного використання. Амортизація — це метод, який дозволяє компанії розподіляти вартість цього активу протягом терміну його служби. Важливим аспектом, на який слід звернути увагу, є те, що амортизації підлягають лише певні нематеріальні активи, які мають обмежений строк корисного використання. Нематеріальний актив з невизначеним терміном дії (торгова марка чи гудвіл), не амортизується, оскільки передбачається, що він має нескінченний термін служби [6].

Таким чином, можна зробити висновок, що існують три різні типи придбання нематеріальних активів, від яких залежить спосіб та метод вимірювання їх вартості, облік, амортизація. Саме від цих всіх факторів і залежить найголовніше у бізнесі — приріст доданої вартості, на яку в першу чергу впливає наявність як придбаних, так і внутрішньо створених нематеріальних активів.

Джерела

1. Intangible assets — can't touch this. URL: https://www.accaglobal.com/gb/en/student/exam-support-resources/fundamentals-exams-study-resources/f7/technical-articles/intangible-assets.html.
2. Capitalization of internally generated intangible assets. URL: https://kpmg.com/mt/en/home/insights/2021/05/capitalisation-of-internally-generated-intangible-assets.html.
3. Accounting standards: how to account for intangible assets. URL: https://www.financetuts.com/intangible-assets/.

4. How to account for intangible assets under IAS 38. URL: https://www.cpdbox.com/ias-38-intangible-assets/.
5. Intangible assets. URL: https://viewpoint.pwc.com/dt/us/en/pwc/accounting_guides/not-for-profit-entities/Not-for-profit-entities/Nfp10_1/104_Intangible_assets_20.html#pwc-topic.dita_59e36b3e-28d7-40e4-8fa0-e1e33b4af372.
6. Intangible assets. URL: https://www.studysmarter.co.uk/explanations/business-studies/intermediate-accounting/intangible-assets/.

В. М. ЄФРЕМЕНКО,
Ю. А. МАЛАШЕНКО
канд. екон. наук
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

ПРОБЛЕМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

В умовах сьогодення більшість підприємств працюють в умовах невизначеності та непередбачуваності. Нестабільна політична і соціально-економічна ситуація в країні посилюють ступінь ризику прийняття рішень і функціонування підприємств загалом. На багатьох підприємствах України відсутня ефективно функціонуюча система оцінки економічної безпеки, а також теоретична і практична база для її підтримки. Це підсилює проблему забезпечення економічної безпеки підприємства і значно зменшує ефективність функціонування діяльності підприємств.

Система економічної безпеки підприємства — поєднання суб'єктів та об'єктів безпеки, в межах безпекозабезпечувальних процесів, шляхом реалізації механізму забезпечення та дотримання політики безпеки, задля досягнення мети й визначених цілей в сфері економічної безпеки у відповідності до специфіки й умов функціонування підприємства [1].

Рівень економічної безпеки підприємства забезпечується шляхом зростання його основних функціональних складових. Функціональні складові економічної безпеки підприємства — сукупність основних напрямів економічної безпеки підприємства, які за своїм змістом істотно відрізняються один від одного [2].

Головною метою забезпечення економічної безпеки підприємства є досягнення його сталої життєдіяльності, ефективного функціонування всіх його систем та формування потенціалу розвитку у майбутньому.

Нові загрози та ризики, що формуються у процесі переходу до цифрової економіки та нових механізмів управління, що базуються на широкому застосуванні сучасних інформаційно-комунікаційних технологій, роблять актуальним проведення фундаментальних системних досліджень, спрямо-

ваних на виявлення зазначених ризиків та створення механізмів їх відображення.

Вже зараз можна безперечно стверджувати, що перехід до цифрової економіки вимагатиме радикальних змін у системі відносин "держава – суспільство – наука – бізнес". У сучасних умовах економічна безпека є станом захищеності підприємства від впливу та загроз з боку як внутрішніх, так і зовнішніх факторів. Фактори, що створюють умови для економічної неспроможності підприємства поділяють на: зовнішні — інфляція, зміна банківських відсоткових ставок та умов кредитування, зміна по відношенню до власності та оренди, зміни в законодавстві з праці (одні із зазначених факторів може викликати спонтанне банкрутство підприємства, інші поступово посилюються та накопичуються, що призводить до повільного спаду виробництва та банкрутства), та внутрішні — недосвідченість менеджерів, некомпетентність керівництва, зловживання службовим становищем, консерватизм мислення (можуть призвести до неефективного правління підприємством та прийняттю помилкових рішень, що може призвести до втрати позицій на ринку та подальшому банкрутству підприємства).

У системі цифрової економіки простежується тісний зв'язок між економічною безпекою підприємства, системою підготовки кадрів та управління трудовими ресурсами фірми. Таке становище є наслідком усунення основного вектору у бік нематеріальних активів як інтелектуальної власності, до створення якої головним ресурсом підприємства є знання і навички персоналу.

Дієвість ефективності система економічної безпеки забезпечується певними елементами:

- системою моніторингу внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства;
- стратегією антикризового управління підприємством;
- концепцією забезпечення безпеки працівників та майна підприємства:
- нормативними документами, що визначають дії працівників підприємства у кризових ситуаціях;
- структурними підрозділами, що відповідають за управління підприємством під час спаду виробництва та прояви кризових процесів.

Важливим чинником забезпечення економічної безпеки підприємств є використання інновацій. В умовах цифрової економіки інноваційні технології ініціюють нові конкурентні тиски шляхом інтеграції ринків, що потребують більшої кількості інновацій з боку технологічних і інших організацій. Підприємствам доводиться стикатися з необхідністю впровадження інновацій та швидко здійснювати процес масштабування, щоб зберегти та зміцнити свої ринкові позиції.

Загрозами економічній безпеці галузевих комплексів в умовах цифрової економіки є: різке зростання продуктивності праці в нових галузях; можливість маніпулювати інформацією, утрата засобам інформації свого значення; принципова зміна ландшафту загроз економічної безпеки; розширення проникнення інформаційних систем в системі управління.

На сьогоднішній день, в умовах фінансової нестабільності, суперечливості реформ, зростання ринкової конкуренції забезпечення економічної безпеки бізнесу стає першочерговим завданням. Економічна безпека підприємства передбачає його захищеність від негативного впливу зовнішнього середовища, здатність пристосовуватися до умов, що змінюються, і запобігати загрозам.

Основною проблемою є те, що будь-яка підприємницька діяльність завжди пов'язана з ризиками, зумовленими безліччю факторів. Комплекс заходів, спрямованих на забезпечення безпеки бізнес-процесів від факторів внутрішнього та зовнішнього середовища, підбирається з урахуванням індивідуальних особливостей організації та здійснюваної нею професійної діяльності.

Серед зовнішніх проблем забезпечення економічної безпеки підприємства слід виділити такі: недосконалість законодавчої та податкової системи; адміністративні проблеми, що створюють надмірне регулювання бізнесу (тривалі перевірки, погодження в інстанціях, отримання ліцензій та дозволів та ін.); проблеми у отриманні та виконанні державних замовлень; складнощі в отриманні кредитів.

Для забезпечення і підтримки системи економічної безпеки підприємства слід виконати наступні дії: оцінка загроз для діяльності підприємства та їх своєчасне запобігання; оцінка діяльності конкурентів та бізнес-партнерів; формування звітів та інформаційних матеріалів про партнерів, ринки збуту, контракти тощо; перевірка благонадійності нових контрагентів та ділових партнерів; запобігання загрозам, що виникають внаслідок неправомірної діяльності партнерів та співробітників організації; забезпечення безпеки співробітників та майна підприємства; взаємодія з правоохоронними та наглядовими органами; забезпечення безпеки конфіденційної інформації.

Джерела

1. *Штангрет І. А.* Теоретичні засади формування системи економічної безпеки підприємства [Електронний ресурс]. *Ефективна економіка.* 2022. № 4. Режим доступу: URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=10173 (дата звернення: 16.10.2023). DOI: 10.32702/2307-2105-2022.4.150
2. *Ярова Ю.* Структура економічної безпеки підприємства в умовах кризи. *Економічний вісник Національного технічного університету України "Київський політехнічний інститут".* 2016. № 13. С. 257–263.

Д. В. ЖУКОВСЬКИЙ
аспірант Міжрегіональної Академії управління персоналом

БЕЗДРОТОВІ ПРИСТРОЇ В СИСТЕМАХ СПЕЦІАЛЬНОГО ПРИЗНАЧЕННЯ

У сучасному світі, де науково-технічний прогрес стрімко рухається вперед, важливість бездротових сенсорних мереж (БСМ) спеціального призначення, особливо у воєнній сфері, значно зросла. Ці системи забезпечують збір, обробку та передачу даних в екстремальних умовах, де традиційні засоби зв'язку можуть бути недоступні або неефективні. Розробка та програмування кінцевих пристроїв цих мереж потребує глибокого розуміння їх архітектури та специфіки застосування. У воєнній сфері бездротові сенсорні мережі використовуються для різноманітних завдань, включаючи розвідку, спостереження, цілевказування, моніторинг навколишнього середовища та управління бойовими діями. Системи спеціального призначення можуть включати наступні.

- Системи раннього попередження — для виявлення та ідентифікації загроз на великій відстані.
- Системи контролю та управління артилерією — для точного визначення координат цілей і коригування вогню.
- Системи безпілотних літальних апаратів (БПЛА) — для спостереження, розвідки та навіть здійснення ударів по цілях.
- Системи спостереження за навколишнім середовищем — для моніторингу радіаційного, хімічного та біологічного забруднення.

Сучасні кінцеві пристрої бездротових сенсорних мереж (БСМ) спеціального призначення включають широкий спектр технологій, кожна з яких має унікальні характеристики та призначена для вирішення специфічних завдань. Наведемо декілька прикладів найсучасніших пристроїв.

Бездротові сенсорні вузли з енергозбиранням. Ці пристрої здатні збирати енергію з навколишнього середовища (сонячне світло, тепло, механічні вібрації тощо) для живлення себе. Вони використовуються у віддалених або важкодоступних місцях, де заміна батареї непрактична.

До іншого важливого типу найсучасніших пристрої відносяться міні БПЛА з сенсорами для спостереження: Сучасні безпілотні літальні апарати оснащені високоточними камерами, тепловізорами, радарами та іншими сенсорами. Вони можуть виконувати завдання спостереження, розвідки, моніторингу забруднення або пошуково-рятувальні операції.

Добрим прикладом кінцевих пристрої можуть виступати розумні датчики для моніторингу стану мостів та інфраструктури: Ці пристрої використовуються для виявлення тріщини, корозії, деформацій та інших потенційних проблем у будівельних конструкціях. Вони допомагають запобігти катастрофам, вчасно виявляючи несправності.

Також варто відмітити перспективні розробки, а саме сенсори розумного поля бою. Розроблені для інтеграції з бойовими машинами, солдатським спорядженням та командними пунктами, вони забезпечують збір розвідданих в реальному часі, включаючи визначення розташування військ противника, моніторинг метеорологічних умов та інше. Пристрої для медичного моніторингу в полі — це мініатюрні медичні сенсори, що носитимуться на тілі, можуть відстежувати життєві показники солдатів, такі як серцебиття, температура тіла, рівень кисню в крові, забезпечуючи своєчасне медичне втручання.

Окремим типом розробок є сенсорні мережі для детектування хімічних, біологічних, радіологічних і ядерних загроз (ХБРЗ): Ці пристрої можуть швидко ідентифікувати наявність небезпечних речовин у повітрі, воді або на поверхнях, надсилаючи інформацію в командний центр для аналізу та реагування.

Зосередимо свою увагу на системах безпілотних літальних апаратах. Розвиток безпілотних повітряних систем (БПС) за останні роки значно прискорився, особливо у військовій, логістичній, аграрній та комерційній галузях. Україна, зіткнувшись з подвійною актуальністю цього питання з 2014 року та його подальшим загостренням у 2022, активно впроваджує БПС у військовій сфері. Значне збільшення кількості БПС, введених у експлуатацію Міністерством оборони України, свідчить про високу потребу та цінність цих технологій в сучасних реаліях. Світові тенденції, такі як використання БПС для повітряної доставки компанією Amazon, демонструють потенціал для революційних змін у багатьох секторах, зокрема в логістиці, де вони дозволяють суттєво знизити вартість послуг.

При проєктуванні БПЛА варто приділяти увагу за двома напрямами, а саме розробці інтелектуальних рішень та апаратних. Апаратні рішення для БПС тісно пов'язані з конкретною архітектурою та спрямовані на покращення працездатності систем або окремих компонентів. Вони можуть включати

спеціалізоване обладнання для підвищення ефективності польоту, збору даних або комунікації.

Апаратні рішення в сфері безпілотних повітряних систем (БПС) відіграють критичну роль у забезпеченні їхньої ефективності, надійності та розширення можливостей. Основна увага при проектуванні та впровадженні апаратних рішень для БПС зосереджена на наступних аспектах: підвищення ефективності польоту (мотори, пропелери, енергозабезпечення), збір даних, комунікація за допомогою систем зв'язку, навігація та управління БПЛА, забезпечення безпеки (шифрування даних, засоби та методи виявлення РЕБ, системи уникнення перешкод тощо).

Розглянемо системи збору даних на сучасному БПЛА. Для ефективного збору даних необхідна інтеграція високоякісних сенсорів та камер з доброю здатністю та ZOOM. Це дозволить забезпечити збір великих обсягів даних в режимі реального часу з високою роздільною здатністю для подальшої інтелектуальної обробки як на наземній станції так й на борту БПС. Встановлення лідарних та радіолокаційних систем дозволяє БПС ефективно орієнтуватися в просторі та здійснювати 3D-картографування місцевості.

Для передачі даних на наземну станцію необхідно налагодження каналу зв'язку з використанням надійних систем (супутникові, радіо чи Wi-Fi). Ці системи забезпечують безперервний зв'язок між БПС та оператором. Оптимізація антен та використання ефективних модуляційних схем підвищують дальність та якість зв'язку.

Системи навігації БПЛА є критично важливими для точного управління польотом, виконання місій та безпеки. Навігація та управління БПЛА забезпечується шляхом застосування точних систем глобального позиціонування (GPS/GLONASS, радіонавігація), що дозволяє БПС точно визначати своє місцезнаходження та маршрут. У випадку неможливості зв'язку з наземною станцією (режим радіомовчання, виявлення засобів РЕБ тощо) керування БПС переходить до автопілоту. Розробка та інтеграція складних систем автоматичного управління полегшують керування БПС, забезпечуючи автоматизацію польотних місій. При цьому буде використано спеціальне апаратне рішення (інерційні системи, за оптичним каналом тощо) в залежності від типу та маси БПС з врахуванням потужності зарядного пристрою [4; 5].

Розглянемо основні систем навігації, які використовуються в БПЛА.

Глобальні системи супутникового позиціонування (GNSS) [1–3]

GPS (Global Positioning System). Найбільш відома система, розроблена і управляється Міністерством оборони США. Вона дозволяє визначати місцезнаходження об'єкта з високою точністю в будь-якій точці світу.

GLONASS (Глобальная навигационная спутниковая система). Російська система супутникового позиціонування, аналогічна GPS.

Galileo. Європейська система супутникового навігації, розроблена для забезпечення високої точності навігації та незалежності від інших систем.

BeiDou. Китайська система супутникового позиціонування, яка також надає глобальне покриття.

Інерційні навігаційні системи (INS)

Ці системи використовують акселерометри та гіроскопи для визначення положення, швидкості та орієнтації БПЛА в просторі без зовнішніх джерел сигналу. INS можуть працювати незалежно від GNSS, що робить їх незамінними в умовах, де супутниковий зв'язок обмежений або відсутній.

Візуальна навігація

Оптична навігація. Використання камер для аналізу зображень навколишнього середовища, що дозволяє БПЛА визначати своє розташування шляхом розпізнавання відомих об'єктів або земних орієнтирів [6].

SLAM (Simultaneous Localization and Mapping). Технологія, яка дозволяє БПЛА одночасно картировати навколишнє середовище та визначати своє місцезнаходження в цьому середовищі [7].

При проєктуванні БПС для літальних апаратів варто звернути увагу на підвищення ефективності роботи пристроїв на наступними напрямками:

Енергоефективність. Оскільки багато з цих пристроїв працюють від батарей або акумуляторів, велика увага приділяється мінімізації енергоспоживання. Розробники використовують різні техніки, включаючи енергоефективні протоколи зв'язку, алгоритми управління енергією та оптимізацію апаратного забезпечення.

Надійність. Програмне забезпечення та апаратні компоненти кінцевих пристроїв розробляються з урахуванням вимог до високої надійності, здатності витримувати суворі умови експлуатації, включаючи вплив високих та низьких температур, вологості, механічних впливів та інших зовнішніх чинників.

Масштабованість. Системи спроектовані таким чином, щоб бути легко масштабованими від невеликих локальних мереж до великих мереж, що охоплюють значні території. Це вимагає від архітектури пристроїв гнучкості у взаємодії з різними типами мереж та протоколів.

Безпека. У воєнному застосуванні критично важлива висока ступінь захисту даних. Кінцеві пристрої використовують розширені алгоритми шифрування та аутентифікації для забезпечення конфіденційності та цілісності переданих даних.

Адаптивність. Програмне забезпечення кінцевих пристроїв часто включає механізми адаптації до змін у мережевому середовищі та завданнях, що вимагає від системи швидкої реакції на зміни умов експлуатації та місій.

Україна, маючи багатий досвід використання та розробки БПС у військовій сфері, має всі шанси стати одним з лідерів у галузі інтелектуальних безпілотних технологій, розширюючи їх застосування як на національному, так і на міжнародному рівнях.

Джерела

1. *Gallo E., Barrientos A.* Long-Distance GNSS-Denied Visual Inertial Navigation for Autonomous Fixed-Wing Unmanned Air Vehicles: SO(3) *Mainifold Filter Based on Virtual Vision Sensor. Aerospace*. 2023; 10(8):708.
2. *Antonopoulos A, Lagoudakis MG, Partsinevelos P.* A ROS Multi-Tier UAV Localization Module Based on GNSS, Inertial and Visual-Depth Data. Drones. 2022.

3. *Elamin A, Abdelaziz N, El-Rabbany A.* A GNSS/INS/LiDAR Integration Scheme for UAV-Based Navigation in GNSS-Challenging Environments. *Sensors.* 2022; 22(24):9908.
4. *Ashraf S, Aggarwal P, Damacharla P, Wang H, Javaid AY, Devabhaktuni V.* A low-cost solution 4 for unmanned aerial vehicle navigation in a global positioning system-denied environment. *International Journal of Distributed Sensor Networks.* 2018; 1 (6).
5. *Bigazzi L, Basso M, Boni E, Innocenti G, Pieraccini M.* A Multilevel Architecture for Autonomous UAVs. *Drones.* 2021; 5(3):55.
6. *Prystavka P., Cholyshkina O., Sorokopud T.* Experimental Study of Distributions Differential Invariants Based on Spline Image Models / CMiGIN 2022: 2nd International Conference on Conflict Management in Global Information Networks, November 30, 2022, Kyiv, Ukraine. pp.163-172.
7. *V. Kortunov, I. Dybska, G. Proskura, and A. Kravchuk.* "Integrated mini INS based on MEMS sensors for UAV control," in: Proc. Jubilee 15th Saint Petersburg's Int. Conf. on Integrated Navigation Systems, Saint Petersburg, Russia, May 26–28. P. 276–278.

Науковий керівник:
С. О. Гнатюк, д-р техн. наук

Ю. М. ЗАВОЛОКА
канд. екон. наук, доц.
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

О. І. БОГДАН
канд. екон. наук, доц.
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

ПЛАНУВАННЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПЕРСОНАЛОМ ЯК ОСНОВА КАДРОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВА

Однією з основних складових кадрового менеджменту підприємства є планування персоналу. Цей процес повинен чітко корелювати зі стратегією розвитку підприємства, виробничими планами та бюджетами усіх рівнів. Планування персоналу є базовою функцією управлінського циклу кадрового менеджменту.

Потреби у персоналі обумовлюються стратегією розвитку організації, на яку впливає безліч прямих і непрямих факторів: споживачі товарів та послуг; конкуренти; партнери; економічна і політична ситуація, а також чинники внутрішнього середовища організації: матеріально-технічна база; фінансове становище; маркетинг; організаційна структура та ін.

Кількість та якість персоналу необхідно планувати так, щоб повністю забезпечити виконання як стратегічних, так і тактичних завдань підприємства з урахуванням створення кадрового резерву. Нестача персоналу відповідної кваліфікації та рівня компетенцій ставить під загрозу виконання основних завдань діяльності підприємства. Надлишок персоналу веде до необгрунтованого збільшення витрат і цим ставить під загрозу існування самого підприємства.

На практиці виділяють такі часові рамки планування персоналу, пов'язані з часовими рівнями планування та бюджетування:

- короткострокове (поточне, 1–2 роки);
- середньострокове (тактичне, 2–5 років);
- довгострокове (стратегічне, понад 5 років).

Планування персоналу організації має такі напрями: планування потреб у персоналі; планування залучення персоналу; планування мотивації та стимулювання; планування адаптації; планування навчання; планування кар'єрного розвитку; планування витрат на персонал; планування вивільнення чи скорочення персоналу.

Планування потреб у персоналі на практиці доцільно поділити на такі етапи:

1 етап — аналіз наявного персоналу — базується на об'єктивних фактичних даних (характеристиках): вік, стать, стаж, рівень кваліфікації, перелік виконуваних завдань, характер зайнятості, режим праці, економічні, соціальні умови праці.

2 етап — аналіз конкретних потреб у персоналі на відповідний період, узгоджений з конкретними періодами планування діяльності підприємства з деталізацією: загалом по організації, підрозділам, спеціальностям.

Прогнозування потреб у персоналі може бути виконано за допомогою низки методів, що використовуються як окремо, так і в комплексі.

Метод екстраполяції — полягає у перенесенні вчорашньої ситуації у сьогоднішній день, сьогоднішньої ситуації — у майбутнє. Перевагою цього методу є простота. Недоліком є неможливість врахування всіх змін, що відбуваються у зовнішніх та внутрішніх середовищах організації.

Метод експертних оцінок полягає у використанні думок експертів-фахівців для визначення потреб у людських ресурсах. Експертами можуть виступати як керівники підрозділів, так і запрошені експерти. Переваги — участь діючих фахівців, керівників, чиї знання та досвід надають плану додаткової ваги та достовірності. Недолік — трудомісткість процесу збору та обробки думок експертів, а також суб'єктивність їх суджень.

Метод математичних моделей — полягає у використанні складних математичних формул, які дозволяють використовувати методи екстраполяції, методи експертних оцінок, інформацію про динаміку факторів, що впливають на потреби організації у робочій силі. Переваги — метод дає можливість досягати досить точних прогнозів потреб у персоналі. Недолік — висока вартість практичної реалізації, високі витрати часу на проведення аналізу та прогнозних розрахунків, необхідність спеціальних навичок. Крім того,

метод має сенс використовувати в ситуаціях із усталеною ринковою економікою.

3 етап — розробка конкретних планів та програм з формування та розвитку персоналу.

Після реалізації вказаних етапів можна отримати достатньо достовірні плани забезпечення кадрових вимог на підприємстві, що забезпечить його сталий розвиток та значно знизить рівень ризиків діяльності.

Ю. М. ЗАВОЛОКА
канд. екон. наук, доц.
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

К. В. ОДНОСУМ
здобувач
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

СТРАХОВИЙ РИНОК УКРАЇНИ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Протягом останніх років страховий ринок України розвивається у складних соціально-економічних умовах, зумовлених спочатку пандемією COVID-19, а потім повномасштабним вторгненням росії, що спричинило значне зниження ділової активності бізнесу, скорочення доходів населення, падіння попиту на страхові послуги і, як наслідок, зменшення кількості страхових компаній на ринку (рис. 1). Ці події стали серйозною перевіркою на міцність не тільки сегменту страхування, але й всієї економіки в цілому.

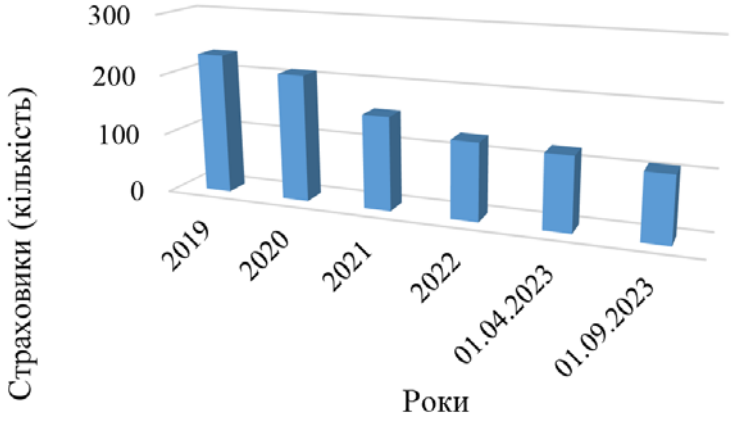


Рис. 1. **Кількість страхових компаній**
Джерело: складено авторами на основі [1]

Незважаючи та те, що за останні роки кількість страхових компаній України значно зменшилась, і ця тенденція нажаль, за оцінками експертів, буде продовжуватися, страховий ринок України працює на користь економіки та громадян. Відповідно до Огляду небанківського фінансового сектору, опублікованому Національним банком України, у 2023 році страховий ринок України був прибутковим (рис. 2). За аналізований період обсяг премій збільшився, досягнувши загальної суми понад 30 млрд грн, а кількість укладених договорів страхування склала понад 70 млн шт. Це, в свою чергу, сприяло підвищенню обсягів валових страхових премій та зобов'язань страховиків, які перевищили 50 млрд грн [1; 2].

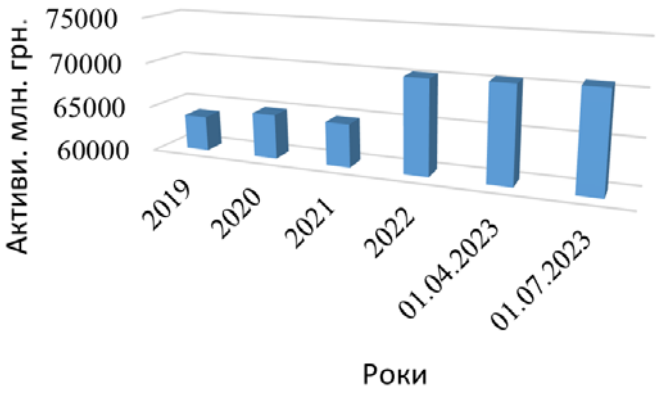


Рис. 2. **Активи страховиків**
Джерело: складено авторами на основі [1; 2]

Найпопулярнішими видами страхування в Україні є КАСКО, ОСЦПВ, страхування життя, медичне страхування, страхування майна, страхування відповідальності та страхування від вогневих ризиків. Також у другому півріччі 2024 року планується запустити страхування інвестицій від воєнних ризиків. На думку експертів це повинно позитивно вплинути на залучення іноземних інвестицій в Україну [3].

Дослідження сучасного стану страхового ринку показало, що незважаючи на нестабільність економіки, обумовлену війною, ринок виріс і при правильному підході має всі можливості для подальшого розвитку. Перспективи розвитку страхового ринку України багато в чому залежатимуть від стабілізації ситуації в країні та активного використання страховими компаніями цифрових технологій, які значною мірою дозволять зміцнити страховий ринок.

Джерела

1. Огляд небанківського фінансового сектору. *Національний банк України*. 2023. URL: https://forinsurer.com/files/file00742.pdf (дата звернення: 11.02.2024).
2. Рейтинг страхових компаній України. *Forinsurer*. 2024. URL: https://forinsurer.com/ratings/nonlife (дата звернення: 16.02.2024).
3. В Україні буде створена повнофункціональна система страхування воєнних ризиків. *Forinsurer*. 2024. URL: https://forinsurer.com/news/24/02/15/43512 (дата звернення: 16.02.2024).

Ю. М. ЗАВОЛОКА
канд. екон. наук, доц.
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

М. М. ФІЛІППЕНКО
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

ТРУДОВА МІГРАЦІЯ: ВИКЛИКИ ДЛЯ УКРАЇНИ ТА СВІТУ

Трудова міграція як явище є одним із найважливіших елементів глобальної економіки та соціальних відносин. Це явище відіграє ключову роль не тільки у формуванні та перетворенні сучасного світу, але й впливає на економічні, соціальні, політичні та культурні аспекти життя населення й країн в цілому.

Саме трудова міграція або міграція робочої сили є основою міграційних процесів сучасного світу [1]. Серед причин, які спричиняють трудову міграцію, є не тільки економічні, а й політичні, релігійні, побутові та ін. Також, розглядаючи питання трудової міграції, можна виділити як позитивні, так і негативні сторони цього явища.

Серед позитивного — це спроможність забезпечення робочою силою приймаючу країну для її економічного зростання та розвитку. Трудові мігранти нерідко заповнюють вакансії в галузях, де відчутний дефіцит робочої сили, сприяючи підвищенню виробництва та конкурентоспроможності підприємств. Крім того, трудова міграція може стимулювати інновації та розвиток нових галузей економіки, оскільки мігранти нерідко несуть з собою нові ідеї, навички та досвід.

Проте, разом з перевагами трудова міграція також стикається з певними викликами. Це і проблеми інтеграції та соціальної адаптації в країнах-реципієнтах, що в свою чергу може призвести до конфліктів та напруженості в суспільстві, і ризик експлуатації мігрантів та порушень їх прав, зокрема у випадках нелегальної міграції, що потребує ефективного контролю та захисту їх прав.

Розглядаючи питання трудової міграції в реаліях сьогодення можна зазначити, що трудова міграція є глобальним явищем, яке потребує співпраці та координації міжнародних організацій та країн. Завдяки механізму співпраці та міжнародним угодам відбувається забезпечення прав мігрантів, боротьба з нелегальною міграцією та розвиток міграційних політик, які враховують інтереси усіх сторін.

Досліджуючи дане питання щодо України можна зазначити, що воно було актуальним вже декілька десятиліть, а через повномасштабне вторгнення росії стало ще більш важливим. Україна практично перетворилася на "донора" трудових ресурсів для країн Європейського союзу. Насамперед це пов'язано

з тим, що мільйони українців, тікаючи від війни, виїхали і знайшли прихисток у країнах ЄС, і, відповідно, вільний доступ до ринку праці та соціальної інтеграції [2]. За оцінками експертів, навіть після закінчення війни значна кількість українців не планують повертатися додому. Це стосується тих українців, які змогли адаптуватися за кордоном. І тоді Україна стикнеться з певною проблемою в нестачі трудових ресурсів і вимушена буде залучати до себе трудових мігрантів з країн, які розвиваються.

У зв'язку з цим можна зазначити, що одним із важливих аспектів управління трудовою міграцією є сприяння реінтеграції та повернення мігрантів у свої країни походження. Для цього на рівні держави необхідно розробляти такі програми та ініціативи, які б були спрямовані на підтримку повернення мігрантів, надання їм доступу до ресурсів та можливостей для реінтеграції в суспільство та економіку своїх країн.

З усього зазначеного можна зробити висновки, що трудова міграція відіграє значну роль у сучасному світі, породжуючи різноманітні виклики та проблеми, але шлях до успішного управління нею лежить у співпраці, відкритості та взаєморозумінні між країнами.

Джерела

1. *Заволока Ю. М., Сідненко М. В., Івко А. В.* Міграційні процеси у контексті глобалізації світової економіки. *Ефективна економіка*. 2020. № 4. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7843 (дата звернення: 15.02.2024).
2. *Абдулліна М.* Будівельник чи няня: на яких українських фахівців чекають за кордоном. *24 канал*. URL: https://24tv.ua/robotadlya-ukrayintsiv-za-kordonom-yakih-krayinah-shukati-de_n2209024 (дата звернення: 12.02.2024).
3. Вплив міграції на соціально-економічну ситуацію в Україні / В. Потапенко В. та ін.; за ред. В. Потапенка. Київ, 2023. 33 с. URL: https://shron1.chtyvo.org.ua/Potapenko_Viacheslav_Heorhiiovych/Vplyv_mihratsii_na_sotsialno-ekonomichnu_sytuatsiiu_v_Ukraini.pdf (дата звернення: 12.02.2024).

К. О. ЗАЇКА

здобувач третього (освітньо-наукового рівня вищої освіти),
асистент кафедри економіки
Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського

ЕКОНОМІЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ У СИСТЕМІ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНУ

Потенційні можливості регіонального розвитку визначаються економічною категорією — потенціалом. Регіон як самоорганізована та самодостатня система має на основі активізації внутрішнього економічного потенціалу забезпечувати самостійно свій розвиток [1].

Економічний потенціал відіграє особливу роль у системі регіональної організації економіки, а також є її матеріальною основою. Проведення постійного моніторингу сучасного стану економічного потенціалу на рівні регіону зумовлена важливістю володіння прогнозними даними щодо реальних можливостей і прихованих резервів з метою виявлення негативних чи позитивних впливів на розвиток регіональної економіки України [2]. Тому вирішення питань ефективного використання, розвитку та відновлення потенціалу відіграє першочергову роль у сталому розвитку регіональної економіки.

Дефініція економічного потенціалу в науковому дискурсі розглядається у різних аспектах, що відображають його реальні характеристики. Зокрема, економічний потенціал трактується як здатність соціально-економічної системи регіону забезпечувати досягнення довгострокового, сталого економічного зростання у межах відокремленої підсистеми держави та національної економіки, що дозволяє гарантувати населенню регіону гідний рівень життя, забезпечувати досягнення цільових темпів зростання ЄС в цілому завдяки ефективному використанню власних регіональних ресурсів. Таке трактування дозволяє акцентувати увагу на двох основних моментах: ресурсній складовій та приведення цієї складової в цілеспрямовану дію, що вважаємо суттєвим при дослідженні економічних систем різного рівня. Економічний потенціалу регіону поєднує ресурси та стан матеріально-технічної бази господарської системи, яка у свою чергу включає такі складові як: соціальний, природньо-ресурсний, виробничий, інфраструктурний, трудовий, інноваційний, інтелектуальний, інформаційний, трудовий, а також фінансово-інвестиційний потенціал.

Важливу роль у формуванні економічного потенціалу регіону відіграють інвестиції. Основними завданнями регіональної політики в галузі інвестицій є активізація та стимулювання інвестиційної діяльності, залучення й ефективне використання фінансових ресурсів для вирішення проблем соціально-економічного розвитку регіону та покращення якості життя населення. Під час розробки інвестиційної політики регіони повинні концентруватися не так на процесі залучення інвестицій (як вітчизняних, так і зарубіжних), скільки на трансформації поглядів на результати у діяльності.

В основу європейських практик регіонального розвитку покладено низку принципів пріоритетного розвитку ефективності використання ресурсів, один із яких — раціональне використання ресурсів території. У рамках вирішення цієї проблеми актуалізуються такі напрями наукових досліджень як: формування економіки кластерів [3], соціально-економічна інформатизація за допомогою широкомасштабного впровадження інформаційно-комунікаційних технологій, прийняття принципів циркулярної економіки для регіонального економічного розвитку, в тому числі підвищення ефективного використання ресурсів [4], впровадження відновлюваних джерел енергії у системі оптимізації використання природних ресурсів в регіоні.

Розуміння економічного потенціалу необхідно ґрунтувати на ресурсному факторі, який залежить від власних фінансових та економічних можливостей саморозвитку, а також загального економічного потенціалу регіону з ураху-

ванням зв'язків з господарською системою країни. Узагальнюючи базові теоретичні результати дослідження, зазначимо, що економічний потенціал формується економічними суб'єктами регіону та проявляється у їх можливості ефективно використовувати наявні ресурси, характеризує становище виробництва у регіоні, виробничі можливості та їх реалізацію.

Джерела

1. *Возняк Г. В.* Регіональний розвиток: сутність і методологічна основа. *Регіональна економіка*. 2015, № 3. С. 34–43.
2. *K. Zaika, A. Pochtovyuk, M. Khomenko* (2023). Current State of the Resource Component of Economic Potential by the Example of Ukrainian Food Enterprises. *Auspicia. Ročník XX*, číslo 1. P. 34–45.
3. *Гоменюк М. О.* Кластер як інноваційна форма територіального розвитку. *Науковий вісник Мукачівського державного університету*. 2019. Вип. 1 (11). С. 76–81.
4. *K. Zaika, A. Pochtovyuk and I. Lemeshenko.* "Energy Resources as an Element of the Economic Potential", 2023 IEEE 5th International Conference on Modern Electrical and Energy System (MEES), Kremenchuk, Ukraine, 2023. P. 1–5, doi: 10.1109/MEES61502.2023.10402471.

Д. А. ЗАХАРЧЕНКО
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

Б. М. АНДРУСИК
Центральноукраїнський національний технічний університет, м. Кропивницький

ТРАНСФОРМАЦІЯ МАРКЕТИНГУ ТА МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ ПІД ВПЛИВОМ ЦИФРОВІЗАЦІЇ

Процес розвитку цифрових технологій відбувається неймовірними темпами. Відбулися суттєві зміни у свідомості та життєдіяльності людей у всьому світі, з'явилася нова реальність, новий віртуальний світ, у якому ми проводимо значну частину свого часу. За даними досліджень на початок 2022 року, користувачі по всьому світу в середньому проводять близько семи годин на день в Інтернеті, і з кожним роком цей час зростає [1].

З приходом нових, у тому числі цифрових технологій споживачі товарів та послуг суттєво змінили свою поведінку та мислення. Цифровізація суттєво перетворила маркетинг та маркетингові комунікації, забезпечуючи нові можливості, але вимагаючи також адаптації та інновацій в бізнес-стратегіях

Digital-маркетинг сьогодні — це більш комплексне поняття, ніж інтернет-маркетинг, що дозволяє організаціям ефективніше розподіляти люд-

ські та грошові ресурси, а також збільшити прозорість маркетингу та ефективність контролю за ним. Далі буде наведено три приклади цифрових маркетингових інструментів, що демонструють переваги цифрового маркетингу:

• SMM (social media marketing) — створення та використання облікового запису бренду в соціальних мережах для взаємодії з аудиторією.

• SEO (searching engine optimization) — ряд дій зі збільшення аудиторії корпоративного сайту компанії за допомогою виведення його у верхню частину пошукової видачі, щоб покупці частіше бачили сайт організації за різними запитами і, отже, регулярніше відвідували.

Контент-маркетинг — створення та донесення до користувачів унікального контенту, з метою завоювання довіри до бренду та збільшення його пізнаваності серед цільової аудиторії споживачів.

Під впливом цифровізації темпи розвитку багатьох технологій та ступінь їх застосування у маркетингу значно зросли. Нижче наведено приклади деяких із них:

• Штучний інтелект та машинне навчання. Штучний інтелект давно став частиною нашого життя, знаючи наперед, який фільм ми хотіли б подивитися на основі переглянутих нами відео чи який напрямок для відпочинку ми хотіли б вибрати за результатами ознайомлення з пропозиціями готелів або авіакомпаній [3].

• Big Data. Штучний інтелект та технології машинного навчання йдуть у нерозривній зв'язці з технологіями великих даних. У маркетингу Big Data застосовується для того, щоб дізнатися, чого хочуть користувачі [2, с. 900].

• Технології доповненої та віртуальної реальності. Застосування даних технологій є майбутнім маркетингу, однак для багатьох галузей це вже сьогодення. AR активно застосовується в індустрії одягу та взуття.

• Комп'ютерний зір. Ця технологія є перспективною не тільки для систем відеоспостереження, а й для маркетологів. Прикладом використання комп'ютерного зору в маркетингу є social listening, інструмент, що дозволяє аналізувати обговорення компанії у соціальних мережах щодо її згадок. Це є ефективним інструментом у репутаційному менеджменті та зміні образу бренду в очах покупців.

• Нейромаркетинг. Під впливом цифровізації відбулися зміни у свідомості людей: сарафанне радіо та друковані ЗМІ поступилися місцем таким каналам маркетингових комунікацій, як соціальні мережі та таргетована реклама.

На наш погляд, найбільш перспективною технологією з перерахованих вище є використання Big Data у стратегічному маркетингу та маркетингових комунікаціях, оскільки саме бази даних про учасників ринку лежать в основі багатьох інших цифрових технологій. Грамотне використання технології Big Data дозволяє вирішити одне з фундаментальних завдань маркетингу — виявлення потреб споживачів. Проте, у той самий час, однією з найважливіших тенденцій маркетингу у час цифрової трансформації є омніканальне застосування маркетингових комунікацій і каналів продажів.

Приклади цифрової трансформації та застосування data-driven підходу вітчизняних та зарубіжних компаній наочно продемонстрували, що застосування цифрових технологій у маркетингу та бізнес-процесах компанії дозволяє дізнатися більше про своїх клієнтів і найбільш точно виявити, сформувати та задовольнити їх потреби. У майбутньому можливий розгляд застосування зазначених у роботі маркетингових комунікацій у малому бізнесі та особистому бренді, а також розгляд ширшого спектру цифрових технологій у маркетингу.

Джерела

1. Digital 2022: Global overview report [Електронний ресурс] URL: https://datareportal.com/reports/digital-2022-global-overview-report
2. *Erevelles S., Fukawa N., Swayne L.* Big Data consumer analytics and the transformation of marketing. *Journal of business research*. 2016. Т. 69. №. 2. С. 897–904.
3. *Sterne J.* Artificial intelligence for marketing: practical applications. John Wiley & Sons, 2017.

Науковий керівник:
Ю. А. Малашенко, канд. екон. наук
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

Ю. Б. ІВАНОВ
д-р екон. наук, проф.

О. Ю. ІВАНОВА
д-р екон. наук, проф.
Науково-дослідний центр індустріальних проблем розвитку НАН України

ФІНАНСОВА ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЯ В НАЦІОНАЛЬНІЙ СТРАТЕГІЇ ДОХОДІВ УКРАЇНИ ДО 2030 р.

Інтенсифікація євроінтеграційних процесів у зв'язку із започаткуванням процесу вступу України в ЄС потребує активізації ролі регіонів в соціально-економічних перетвореннях, що зв'язане з поглибленням фінансової децентралізації як в сфері податкової, так і бюджетної політики. У зв'язку з цим виникає питання, наскільки це завдання реалізоване в Національній стратегії доходів до 2030 р. [1] (далі — НСД), адже саме на період її дії приходиться очікуваний вступ України до ЄС.

Перше згадування фінансової децентралізації міститься в обґрунтуванні заходів щодо покращення роботи з податковим боргом (п. 4.2.2 (g), де необхідність розширення прав та повноважень органів місцевого самовряду-

вання в сфері податкового адміністрування, обґрунтовується обмеженістю трудових, часових, фінансових ресурсів у контролюючих органів для здійснення контролю за сплатою податків фізичними особами, що не здійснюють незалежну професійну або підприємницьку діяльність. Така пропозиція обумовлена тім, що частка боржників-фізичних осіб станом на 1 жовтня 2023 р. дорівнювала 95 %,від всіх боржників з яких 69,7 не були зареєстровані підприємцями та не здійснювали незалежну професійну підприємницьку діяльність.

Надалі проблематиці посилення повноважень органів місцевого самоврядування в фіскальній сфері присвячений спеціальний пункт 4.3.9 НСД, але й він обмежується лише їх повноваженнями в частині адміністрування податків. Правда, слід відзначити, що в цьому розділі йдеться не лише про місцеві податки, а й про податки, які зараховуються до місцевих бюджетів.

На наш погляд, розширення повноважень органів місцевого самоврядування в сфері податкового адміністрування без впровадження інших змін, хоча й може мати певні перспективи але, виглядає дуже дискусійним.

По-перше, джерелом податкових боргів фізичних осіб, що не здійснюють незалежну професійну або підприємницьку діяльність, може бути несплата загальнодержавних податків (перш за все, ПДФО та військового збору), а єдиним місцевим податком, що сплачується такими фізичними особами, є податок на нерухоме майно, включаючи земельні ділянки, частка якого в місцевих бюджетах протягом останніх трьох років знаходилися в межах 1,7–2,1 % (натомість частка перерозподілених загальнодержавних податків в доходній частині місцевого бюджету знаходиться в межах 67,9–73,9 % з тенденцією до суттєвого збільшення з початку війни). Тому з позицій фіскальної децентралізації логічним було б перевести ПДФО та зв'язаний з ним єдиною базою військовий збір до складу місцевих податків і зборів.

По-друге, відсутність навичок та відповідних ресурсів для податкового адміністрування податків з фізичних осіб на місцевому рівні однозначно зменшить ефективність податкового адміністрування та контролю, тому слід оцінити комплексний ефект з урахуванням не тільки економії витрат на рівні органів ДПС, але й відповідних втрат та витрат місцевих бюджетів.

По-третє, досвід розвинених країн, в т.ч. й країн ЄС, свідчить про перспективність віднесення до місцевих тих податків, вплив на формування податкової бази яких може здійснюватися з боку органів місцевого самоврядування для забезпечення соціально-економічного розвитку громад та з урахуванням місцевих пріоритетів.

По-четверте, передання певних фіскальних функцій на місцевий рівень потребує розширення можливостей органів місцевого самоврядування в сфері податкової політики, зокрема, певної самостійності в наданні податкових преференцій не тільки за податком на нерухоме майно, але й за всіма тими податками, що формують бюджети територіальних громад.

По-п'яте, перегляд складу загальнодержавних та місцевих податків не обов'язково означає переміщення конкретного податку з одного переліку до іншого. Перспективною в цьому плані уявляється введення т. зв. "місцевої

надбавки", яка частіше за все застосовується до корпоративного або індивідуального прибуткового податку. В цьому випадку встановлюється єдина база оподаткування, але органи місцевого самоврядування наділяються правами застосування місцевих пільг у вигляді зменшеної податкової ставки, звільнення від оподаткування окремих складових об'єкту оподаткування, податкових знижок та податкових кредитів, — для стимулювання пріоритетних напрямів регіонального соціально-економічного розвитку.

Виходячи з наведеної аргументації фінансова децентралізація не має обмежуватися тільки переданням органам місцевого самоврядування функцій адміністрування, а Національна стратегія доходів в цій частині потребує змістовного коригування.

Джерела

1. Національна стратегія доходів до 2030 року. Затверджена розпорядженням КМУ від 27 грудня 2023 № 1218-р. URL: https://mof.gov.ua/storage/files/Національна_стратегія_доходів_2030.pdf.

А. В. ІВКО
старший викладач кафедри управління та адміністрування
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

А. В. ЖДАНОВА
здобувач вищої освіти
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

ІНФЛЯЦІЙНІ РИЗИКИ В УМОВАХ ВІЙНИ В УКРАЇНІ

Продовження агресії росії проти України породжує безліч ризиків для національної економіки, зокрема і інфляційних.

Дослідження щодо дефініції "інфляційний ризик" досі активно тривають у академічній спільноті. На нашу думку, найбільш доцільно використовувати визначення наведене П. М. Коюда, О. П. Коюда: "інфляційний ризик — це ризик того, що грошові доходи знецінюються і це призводить до реальних втрат" [1].

Фактори, які формують інфляційні ризики є досить різноманітними та багатогранними. Окрім класичних, для періоду воєнного часу в умовах сьогодення можна виділити:

- виникнення потреб додаткового бюджетного фінансування (зокрема, для підвищення обороноздатності країни, ліквідації наслідків терористичних атак росії тощо) і значних квазіфіскальних дефіцитів;

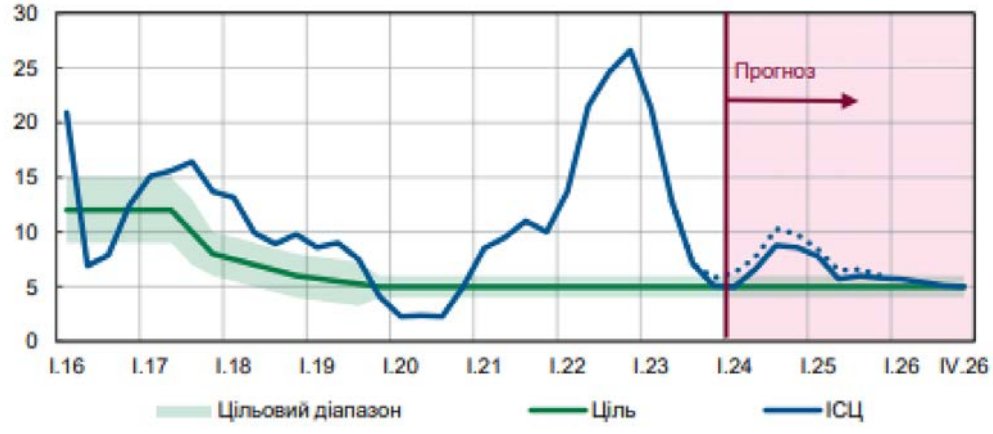
- суттєві пошкодження інфраструктури портів та об'єктів енергетичної інфраструктури, які значно впливають на експорт;
- продовження часткового блокування кордонів з окремими країнами-членами ЄС щодо товарно-вантажних перевезень, що призведе до значного обмеження імпорту та провокуватиме здорожчення експорту;
- продовження впливу негативних міграційних процесів.

Загальна динаміка індексу споживчих цін та інфляційні прогнози наведено на рис.

Головним регулятором цих процесів на території нашої держави виступає Національний банк України.

Так, за оцінками НБУ економіка відновлювалася впродовж усього попереднього року завдяки високому рівню адаптації бізнесових структур та населення до умов воєнного стану та м'якій фіскальній політиці, що підтримувалася високими рівнями міжнародної фінансової підтримки. У останньому кварталі 2023 року темпи зростання реального ВВП перевищило прогнозні показники завдячуючи високим рівням врожаїв сільськогосподарських культур і запровадженню нових шляхів експорту сільськогосподарської продукції. Це створило передумови підвищення зростання реального ВВП за 2023 рік — до 5,7 %.

Не зважаючи на всі негативні наслідки війни, економічне зростання в Україні триватиме і у подальшій перспективі. У 2024 році оцінка зростання реального ВВП складає 3,6 % [3]. Підставами такого прогнозу є збереження високих бюджетних витрат на тлі очікуваних обсягів міжнародної допомоги на достатньому рівні. Проте фактичні темпи економічного росту можуть бути нижчими, ніж сьогоднішні очікування, у зв'язку зі зниженням рівней врожайності сільськогосподарських культур експортного спрямування та погіршенням кон'юнктури ринку праці, що викликається значними рівнями міграційних процесів в умовах війни.



Динаміка індексу споживчих цін та інфляційні прогнози
Джерело: прогноз НБУ [3] розрахований на підставі ДССУ [2]

За прогнозами НБУ у 2025–2026 роках темпи очікуваного економічного зростання підвищиться до 4–6 % на рік завдяки зниженню ризиків безпекового характеру, підвищенню рівнів споживчих та інвестиційних настроїв, як в середині країни, так і зовні, подальшій реалізації євроінтеграційних реформ. У післявоєнний час м'яка фіскальна політика й надалі підтримуватиме економіку, водночас дефіцит бюджету суттєво скоротиться завдяки зміцненню внутрішньої ресурсної бази [3].

Таким чином, для України зберігається позитивна тенденція інфляційних очікувань у найближчій перспективі. Але, за умови реалізації масштабних проєктів відбудови України, що є значним стимулом економічного відновлення у пост воєнний період.

Джерела

1. *Коюда П. М., Коюда О. П.* Характеристика та класифікація ризиків. *Научно-технический сборник. Коммунальное хозяйство городов*. (71). С. 203–214.
2. Державна служба статистики України. Індекси споживчих цін на товари та послуги. 2024. Режим доступу: https://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu_u/cit.htm (дата звернення 13.02.2024 р.)
3. Націоальний банк України. *Інфляційний звіт*. 2024. Режим доступу: https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/IR_2024-Q1.pdf?v=7 (дата звернення 14.02.2024 р.)

А. В. ІВКО

старший викладач кафедри управління та адміністрування
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

Ю. В. САМОЙЛЕНКО

здобувач вищої освіти
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

ФІНАНСОВА СТАБІЛЬНІСТЬ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ВОЄННОГО ЧАСУ

Фінансовий сектор України продовжує своє безперебійне функціонування не дивлячись на повномасштабне вторгнення росії на суверені території України.

Термін "фінансова стабільність" є досить широким та активно обговорюється, як у академічній спільноті, так і серед представників реального та фінансового сектору економіки.

Підходи до визначення дефініції "фінансова стабільність" центральними банками різних країн світу згруповані у таблиці.

Підходи до визначення дефініції "фінансова стабільність" центральними банками різних країн світу

Центральний банк	Визначення
Бундесбанк Німеччини	Фінансова стабільність — це здатність фінансової системи виконувати безперебійно свої основні макроекономічні функції, навіть у стресових ситуаціях та в періоди структурної перебудови.
Резервний банк Австралії	Стабільна фінансова система — це система, в якій фінансові посередники, ринки та ринкова інфраструктура забезпечують безперебійний потік грошових коштів між власниками заощаджень і інвесторами, сприяючи таким чином зростанню економічної активності.
Центральний банк Угорщини	Фінансова стабільність — це стан, за якого фінансова система, а саме ключові фінансові ринки та інституційна структура фінансової системи є стійкими до економічних потрясінь та в змозі плавно виконувати свої основні функції: фінансове посередництво, управління ризиками і безперебійне проведення платежів.
Банк Норвегії	Фінансова стабільність визначається відсутністю криз у фінансовій системі, тобто стійкістю фінансового сектора до шоків, які виникають в діяльності фінансових установ чи функціонуванні фінансових ринків.
Європейський центральний банк	Фінансова стабільність — це стан, за якого фінансова система — посередники, ринки та ринкова інфраструктура — можуть протистояти шокам без значних порушень у сфері фінансового посередництва та ефективному розподілі заощаджень у виробничі інвестиції.
Чеський національний банк	Фінансова стабільність визначається як ситуація, за якої фінансова система функціонує без значних збоїв чи негативних впливів на економічний розвиток в цілому, демонструючи високий рівень стійкості до шоків.

Джерело: [1].

Останній 2023 рік країна закінчила з біль оптимістичними макроекономічними показниками ніж очікувалося: приріст ВВП значно вищий, ніж було заплановано, а інфляція мала чітку тенденцію до зниження, облікова ставка НБУ знижувалася у другому півріччі тощо.

Однак, через величезні витрати оборонного характеру економіка нашої держави залишається в значній мірі залежною від міжнародної фінансової підтримки. Наразі існують значні проблеми з систематичністю та обсягами такої допомоги, що є основним чинником формування несприятливої кон'юнктури на макроекономічному рівні.

Одним, з показників, які визначають рівень фінансової стабільності є Індекс фінансового стресу (ІФС). Динаміка зазначеного показника за даними НБУ наведена на рис. Необхідно зазначити, що ІФС відображає виключно поточний стан справ у фінансовому секторі та не вказує на майбутні ризики.

Серед основних рекомендацій щодо забезпечення фінансової стабільності країни у найближчій перспектив можна виділити наступні:

- дотримуватися правил відповідального кредитування;

Динаміка Індекс фінансового стресу
Джерело: [2].

- небанківським фінансово-кредитним установам адаптувати свою діяльність до нових вимог законодавства;
- банкам з низьким рівнем капіталізації — розробити відповідні програми щодо докапіталізації;
- НБУ продовжити роботу щодо запровадження норм та вимог Європейського Союзу до банківських установ, тощо.

Джерела

1. *Коріньок Я. О.* Сутність фінансової стабільності та особливості її прояву. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. Серія: Економічні науки. 2015. Вип. 11(2). С. 126–130. Режим доступу: http://www.ej.kherson.ua/journal/economic_11/75.pdf (дата звернення 13.02.2024 р.)
2. Національний банк України. *Звіт про фінансову стабільність*. 2024. Режим доступу: https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/FSR_2023-H2.pdf?v=6 (дата звернення 14.02.2024 р.)

А. В. ІВКО
старший викладач кафедри управління та адміністрування
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

О. С. СЕРДЮК
магістрант
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ОСВІТНЬОМУ ПРОСТОРІ

На сьогодні дуже складно уявити своє існування без участі інформаційних технологій. Вони так глибоко проникли в наше повсякденне життя, що

часом ми готові відмовитися від зовнішнього світу й повністю поринути у віртуальний.

Інформаційні технології міцно закріпилися практично в кожній сфері, не стало винятком й освітнє середовище. Освіта — це найважливіша частина сучасного життя та його характерна ознака, на основі якої складається розуміння того, наскільки розвинуте суспільство. Не можливо уявити сучасний процес навчання без ультрасучасних ґаджетів та інших інформаційних засобів, що підвищує його інтенсивність та надає додаткові можливості у покращенні якості освіти.

Серед основних можливостей використання в освітньому інформаційному процесі комунікативних засобів та технологій можна зазначити наступні:

- легкий та швидкий спосіб отримання інформації;
- візуалізація навчальної інформації різного характеру;
- запрограмоване рішення інформаційно-пошукових та обчислювальних задач;
- можливості зв'язку з викладачем у потрібний час та різними засобами;
- спрощення контролю успішності як для викладача, так і для студента;
- миттєвий доступ до необхідних навчальних матеріалів у рамках курсу, який вивчається;
- архівне зберігання значних обсягів текстової та графічної інформації тощо.

Також слід відмітити можливості дистанційного навчання, що дозволяє отримати знання не виходячи з дому, а в умовах сьогодення це є досить актуальним.

Однак серед значної кількості позитивних моментів, які є при застосуванні інформаційних технологій, без негативних наслідків мало що відбувається. І це стосується не тільки освітнього середовища. Все більше людей стає залежними від техніки та тих, хто просто вбиває час у соціальних мережах, повністю замінюючи живе спілкування на спілкування за допомогою переписки та смайликів.

Але наскільки нам бути залежними від інформаційних технологій — вирішувати тільки нам самим. Якщо розважливо користуватися інформаційними благами, без шкоди для себе, то життя стане легшим і кращим.

Джерела

1. Методичні особливості вивчення концептуального проектування баз даних при підготовці майбутніх фахівців. *Комп'ютерно-інтегровані технології: освіта, наука, виробництво*. 2020. Вип 41. С. 5–9. URI: https://www.researchgate.net/publication/348022750_Metodicni_osoblivosti_vivcenna_konceptualnogo_proektuvanna_baz_danih_pri_pidgotovci_majbutnih_fahivciv (дата звернення: 10.02.2024).
2. *Вінник Т. О.* Тенденції впровадження інноваційних технологій викладання у вищій освіті. *Інформаційні технології в освіті*. 2021. № 49 (4). С. 61–72. URI: http://ekhsuir.kspu.edu/123456789/17648 (дата звернення: 10.02.2024).

О. Б. КАЛАМАН
д-р екон. наук, доц.

О. В. ДИШКАНТЮК
канд. техн. наук, доц.

К. В. ВЛАСЮК
аспірант
Міжнародний гуманітарний університет, м. Одеса

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ОСНОВИ ФУНКЦІОНУВАННЯ БІЗНЕС-МОДЕЛІ ДЛЯ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

Бізнес-модель є предметом дискусій теоретиків і менеджерів-практиків вже кілька десятиліть. Пошук найкращого стратегічного рішення, спроба контролювати ефективність бізнесу та пошук параметрів цінності на ринку з високою конкуренцією — змушує аналізувати елементи, що відкриває більше можливостей для успіху, прибутку бізнесу, що гарантує задоволення очікувань споживачів тощо [1]. Однак, якщо бізнес-модель, орієнтована на продукт, може забезпечити потенційного клієнта продуктом, який зазвичай є елементом економіки виробництва; галузь послуг набагато складніша, і важко описати, якою має бути бізнес-модель на практиці. Він має включати конкретні елементи, що дозволяють пояснити більше нематеріальної цінності для клієнта, перетворюючи всю бізнес-модель на орієнтований ринок, клієнта або бізнес, орієнтований на послуги [2]. Тому доцільно ідентифікувати фактори успіху бізнес-моделей, які використовуються в індустрії гостинного обслуговування в умовах зростаючої конкуренції на ринку. Основними факторами, що впливають на успіх у сфері гостинних послуг, є: створення вартості, розвиток відносин з партнерами, ІКТ, а також управління взаємовідносинами з клієнтами.

Бізнес-модель є об'єктом інтересу в наукових дослідженнях в літературі з менеджменту з останніх десятиліть. Це видно зі збільшення кількості письмових документів, пов'язаних із бізнес-моделлю. За словами Р. Кіндеріса [3], термін "бізнес-модель" вперше введено в наукову літературу в 1957 р., а у 1960 р. — це вже назва наукової статті. Однак більшість авторів стверджують, що термін "бізнес-модель" в літературі з менеджменту почав широко використовуватися лише з 1990 року. Це пов'язано з появою та поширенням Інтернету. Дехто з авторів стверджують, що термін "бізнес-модель" є суперечливим питанням у соціальних науках, особливо в сфері управління [4]. Автори також відзначають, що цей термін зазвичай некоректно використовується в суспільстві, оскільки розвиток терміну бізнес-модель спочатку пропагувався практиками, а потім концептуалізувався вченими. Термін "біз-

нес-модель" часто використовується як синонім для стратегії, як бізнес-концепція, модель доходу, економічна модель, бізнес-модель, моделювання бізнес-процесу [4]. Таким чином, відсутність теоретичного обґрунтування і сприйняття призводить до неправильного використання цього терміну. Варто зазначити, що стратегічний аналіз, заснований лише на бізнес-моделі, приречений на провал [5].

Науковці та підприємці-практики погоджуються з твердженням, що в цілому бізнес-модель можна описати як логіку, на основі якої підприємство створює та представляє цінність споживачам, щоб заробити гроші. Іншими словами, завдяки бізнес-моделі підприємства можуть комерціалізувати нові ідеї, створювати нові цінності, задовольняти потреби клієнтів і сприяти суспільному добробуту [3]. Сьогодні конкурентоспроможність підприємства на ринку забезпечується не пропонованими ним продуктами чи послугами, а успішно створеними та стабільно реалізованими бізнес-моделями.

Інші науковці стверджують, що суть бізнес-моделі полягає у визначенні способу, за допомогою якого підприємство доставляє цінність клієнтам і спонукає клієнтів платити за цінність і перетворює це на прибуток [6]. Таким чином, у найширшому розумінні бізнес-модель можна визначити як те, що підприємство робить і як воно отримує від цього дохід. Таким чином, кожна бізнес-модель складається з відповідної моделі витрат і доходів — як підприємство оптимально розподіляє витрати в ланцюжку створення вартості. У науковій літературі кожен з авторів використовує однакові поняття, але описує їх по-різному. З цієї причини важко однозначно описати концепцію бізнес-моделі. Зазвичай у визначенні бізнес-моделі наголошується на створенні цінності, отриманні цінності та доставці цінності.

Слід зазначити, що досі не існує встановленого визначення бізнес-моделі та системи класифікації бізнес-моделей. Відповідно до аналізу, бізнес-модель може являти собою логіку та рішення підприємства, які базуються на прагненні створювати та отримувати цінність через мережу цінностей та збільшувати визначену конкурентну перевагу.

Джерела

1. *Каламан О. Б.* Формування конкурентоспроможної стратегії розвитку виноробних підприємств на світовому та вітчизняному ринках. *Причорноморські економічні студії*. 2020. № 50 (2). С. 34–39.
2. *Kalaman O., Volodina O., Mandrikin D.* Innovation development strategy formation of the modern enterprise. *Економіка харчової промисловості*. 2018. № 2. Т. 10. С. 75–82.
3. *Kinderis R.* Verslo modeliai-jų semantinė raiška ir struktūra. *Ekonomika ir vadyba: aktualijos ir perspektyvos: mokslo straipsnių rinkinys*. 2012. № 1. С. 17–27.
4. *DaSilva C. M., Trkman, P.* Business Model: What it is and what it is not. *Long Range Planning*. 2014. № 47. С. 379–389. DOI:10.1016/j.lrp.2013.08.004.
5. *Ghezzi A.* The dark side of business models: the risks of strategizing through business models alone. *Strategic Direction*. 2014. № 30. С. 1–4. DOI:10.1108/SD-03-2014-0036.

6. *Bocken N. M. P., Short S. W., Rana P., Evans S.* A literature and practice review to develop sustainable business model archetypes. *Journal of Cleaner Production*. 2014. № 65. С. 42–56. DOI:10.1016/j.jclepro.2013.11.039

І. І. КАЛІНА
ПрАТ "ВНЗ "Міжрегіональна Академія управління персоналом"

Н. М. ШУЛЯР
Національний авіаційний університет

ПОНЯТТЯ "ІННОВАЦІЙНА ІНФРАСТРУКТУРА" В СУЧАСНІЙ СИСТЕМІ ЕКОНОМІЧНИХ ЗНАНЬ

Більшість світових розробок підтверджує, що економічна конкурентоспроможність будь-якої країни пов'язана з наявними технологічними можливостями та інвестиціями в інтелектуальний капітал, коли ці країни реалізують інноваційну стратегію розвитку.

Інноваційна інфраструктура — сукупність підприємств, організацій, установ, їх організації, об'єднань будь-яких форм власності, які надають послуги із забезпечення творчої діяльності (фінансові, консалтингові, маркетингові, інформаційно-комунікаційні, юридичні, освітні тощо) [1]. Інфраструктура підтримки підприємництва включає: бізнес-центри, бізнес-інкубатори, технопарки, центри оренди, фінансово-кредитні установи (кредитні спілки, інші кредитні установи, кредитно-гарантійні установи), фонди підтримки підприємництва, інвестиційні, інноваційні фонди та компанії, довірчі компанії, фондові біржі, інформаційно-консультаційні установи, страхові компанії, аудиторські та інженірінг компанії.

Інноваційна інфраструктура — організації (установи), які сприяють здійсненню інноваційно-креатиивної діяльності, тобто комплекс організацій (установ), що мають низовий і допоміжний характер, які обслуговують інновації та забезпечують умови для нормального перебігу інноваційного процесу. Інфраструктура включає: інноваційно-технологічні центри, технологічні інкубатори, технопарки, освітні та бізнес-центри та інші спеціалізовані організації [2].

Інноваційна інфраструктура визначає темп (швидкість) економічного розвитку країни. Досвід розвинених країн світу доводить, що в умовах міжнародної конкуренції на світовому ринку обов'язково виграє та людина, яка має розвинену інфраструктуру для створення та впровадження інновацій, яка має найкращий порядок інноваційної діяльності.

Економіка суспільства є інноваційною, якщо суспільство створило інноваційні інфраструктури, які можуть швидко та легко ідентифікувати необ-

хідні інновації на основі передових технологій виробництва та розвивати інноваційну діяльність. Ці структури мають бути універсальними та реалізовувати будь-яку інновацію та розвиток будь-якої галузі на конкурентних засадах. Водночас має бути створена проста система випереджувальної підготовки та реабілітації фахівців у сфері інноваційної та креативної (творчої) діяльності для ефективної реалізації комплексних проектів відновлення та розвитку галузей промисловості та територій. Інноваційна інфраструктура є основним інструментом і механізмом інноваційної економіки, вона має здатність підняти економіку країни на дуже високий рівень. Виходячи з такого розуміння, інноваційна інфраструктура — це сукупність інтегрованих, взаємодоповнюючих виробничо-технічних систем, організацій, компаній і відповідних організаційно-управлінських систем, необхідних і достатніх для ефективного здійснення творчої діяльності та впровадження інновацій. Основою серйозних змін у підвищенні конкурентоспроможності вітчизняних галузей є державна політика, спрямована на створення сприятливих умов для розвитку інноваційних процесів. Створена інноваційна інфраструктура та підтримка умов роботи — інноваційно-технологічні центри, технопарки, бізнес-інкубатори, інформаційні системи, фонди підтримки інновацій, зокрема венчурного капіталу, розвинена система підготовки та підвищення кваліфікації управлінських фахівців — дозволяє розширити сферу інноваційної діяльності. процеси, залучаючи як нових, так і нових учасників [1; 2].

Створення інноваційної інфраструктури має базуватися на таких принципах: 1) відповідність інфраструктури рівню розвитку регіону, 2) відповідність реальним потребам, 3) раціональне розміщення території, 4) концентрація роботи на основних проблемах. інноваційної діяльності. , 5) доступ до послуг для підприємців (місцезнаходження, інформація, вартість), 6) залучення державних і недержавних ресурсів, 7) безпекова територія та процеси функціонування.

Для покращення інноваційної інфраструктури необхідно активніше залучати науково-технічний потенціал регіону (наукові підприємства та виробництва, конструкторські бюро, лабораторії). На цьому етапі важливими завданнями залишаються організація діяльності існуючих об'єктів інноваційна інфраструктури та координація процесів створення і розвитку нових закладів, їх організаційно-методичне забезпечення. Для заохочення бізнесу до інновацій важливо створити адекватні правові, економічні та податкові процедури, всіляко сприяти розвитку інноваційної інфраструктури.

Джерела

1. *Диха, М., & Диха, В.* (2023). Рівень інноваційності розвитку україни в глобальному вимірі та окреслення його перспектив. *Київський економічний науковий журнал.* (2), 5-15. https://doi.org/10.32782/2786-765X/2023-2-1
2. *Бай С., Калініченко О.* (2023). Інноваційна інфраструктура підготовки кадрів для ЗЕД: адаптація європейського досвіду. *Зовнішня·торгівля:·економіка,·фінанси,·право.* 128 (3), 92–106. https://doi.org/10.31617/3.2023(128)08

В. А. КАСАЙ,
В. В. ТАТАРІНОВ
канд. екон. наук, доц.
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП", м. Кременчук

РИНОК ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ УКРАЇНИ

Україна активно формує і удосконалює ринок своїх фінансових послуг. Цей економічний механізм відіграє важливу роль у підтриманні стабільності та зростанні національної економіки, тим паче у такий важкий для нас час. У своїй доповіді я коротко розгляну деякі аспекти ринку фінансових послуг України та його особливості.

1. Банківський сектор

Банківська система України є однією з найважливіших складових ринку фінансових послуг. 2022 рік став для банків роком подолання надскладних операційних задач, проте сектор успішно пройшов цей період та адаптувався до нових умов роботи. За останні 10 років Україна зробила величезний стрибок у діджиталізації населення, наші банківські додатки є одними з найкращих у Європі, якщо не у всьому світі. Банки активно впроваджують інноваційні технології, чим помітно збільшують рівень якості обслуговування клієнтів та підвищують цифрову безпеку. Розвиток електронних платіжних систем та інтернет-банкінгу забезпечує зручний та швидкий доступ до фінансових послуг, зовсім не обов'язково постійно носити з собою готівку, адже навіть у селах досить часто є платіжні термінали. Також відчутно зменшилась кількість приводів стосовно обов'язкового відвідування банківських відділень.

2. Страховий ринок

Страховий сектор продовжує активно розвиватися і пристосовуватися до потреб сучасного суспільства. На жаль Україна знаходиться в таких обставинах, які самі по собі підштовхують людей до ознайомлення з страхуванням. Національний банк України відзначає збільшення обсягів страхових послуг, особливо з медичного страхування. У другому кварталі 2023 року, вдруге поспіль обсяг активів страховиків життя збільшився — на 4 % [2]. Ця статистика каже нам про зростання усвідомленості населення щодо необхідності захисту від ризиків. Суттєвою причиною такого прогресу є розвиток електронних страхових продуктів. Клієнти можуть розраховувати внески, укладати поліси та вирішувати більшість питань через інтернет. Також страховики активно розвивають напрям ризикового менеджменту, дуже корисно для підприємців. Використання сучасних технологій, аналітики даних та систем моніторингу допомагає зменшити ризики для бізнесу.

3. Пенсійна система

Пенсійна система відіграє важливу роль у економіці. За останні декілька років в Україні відбулися знакові переміни в пенсійній системі. Реформи за-

чепили: зміни вікового розподілу для виходу на пенсію, поетапне збільшення розмірів пенсії, збільшення джерел фінансування для пенсіонного фонду та вдосконалення механіки обчислення пенсійних виплат і її прозорість. До того ж, тепер з'явилась можливість обирати між новою капіталізованою пенсіонною і традиційно розподільчою системою. Ці реформи були спрямовані на покращення життя людей пенсійного віку, для більшої справедливості, прозорості і для благополуччя нації в цілому.

Джерела

1. Національний банк України. *Огляд банківського сектору*, лют. 2023 р.
2. Національний банк України. *Огляд небанківського фінансового сектору*, серп. 2023 р.

К. Є. КАЩУК
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

Л. П. ШАПОВАЛ
канд. екон. наук, доц.
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

ВИЗНАЧЕННЯ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА ТА НАПРЯМИ ЙОГО УДОСКОНАЛЕННЯ

В сучасних умовах господарювання обґрунтованість та дієвість прийняття управлінських рішень переважно залежить від результатів оцінки фінансового стану суб'єктів економіки.

В ринковій економіці підприємствам необхідно приділяти багато зусиль для збереження власних конкурентоспроможності, прибутковості, платоспроможності і не допустити банкрутства. Очевидно, що забезпечення стабільного фінансового стану відбувається лише за допомогою здійснення ефективного та оперативного менеджменту.

Дослідження наукової літератури свідчить про відсутність єдиного підходу щодо сутності фінансового стану. Проаналізуємо деякі з них.

Фінансовий стан — комплексне поняття, яке є результатом взаємодії всіх елементів системи фінансових відносин підприємства, визначається сукупністю виробничо-господарських факторів і характеризується системою показників, що відображають наявність, розміщення і використання фінансових ресурсів [1, с. 282].

Фінансовий стан — рівень збалансованості окремих елементів активів і пасивів підприємства, а також рівень ефективності їх використання [2, с. 476].

За визначенням інших науковців, фінансовий стан — це спроможність фінансувати свою діяльність, і характеризується забезпеченістю фінансовими ресурсами, фінансовими взаємовідносинами з іншими фізичними та юридичними особами, платоспроможністю та фінансовою стійкістю, а також це показник економічної діяльності підприємства, що відображає його ділову активність і надійність. В свою чергу, фінансовими ресурсами підприємства є сукупність грошових доходів і надходжень, що формуються як при створенні підприємства, так і в процесі його діяльності, а також мобілізуються на фінансовому ринку [3, с. 87].

Узагальнюючи усі наведені визначення, можна зробити висновок, що фінансовий стан — це складна, інтегрована за багатьма показниками характеристика діяльності підприємства в певному періоді, що відображає рівень його фінансової конкурентоспроможності, ступінь забезпеченості підприємства власними та залученими фінансовими ресурсами, ступінь їх співвідношення між собою та раціональності розміщення, забезпеченості власними оборотними коштами для своєчасного проведення грошових розрахунків за зобов'язаннями та здійснення ефективної господарської діяльності в майбутньому.

Вищезазначене є досить важливим для дослідження, адже проблеми оцінки фінансового стану підприємства, а саме пошуку та використання шляхів його покращення є актуальним за умови забезпечення збільшення ринкової вартості суб'єкта.

Таким чином, першочерговим в цьому напрямі є визначення шляхів покращення фінансового стану за рахунок мобілізації внутрішніх резервів підприємства явних та прихованих. Пошук резервів, які можуть бути використані для покращення фінансового стану підприємства, проводиться шляхом ґрунтовного аналізу всіх складових його діяльності [3].

Удосконалення фінансового стану підприємства можна досягти шляхом збільшення вхідних та зменшення вихідних грошових потоків. Це можливо здійснити за рахунок збільшення доходу від реалізації; продажу частини основних засобів; ефективного регулювання дебіторською заборгованістю. Скоротити вихідні грошові потоки доцільно шляхом зниження витрат, які відносяться на собівартість продукції або зниження витрат, які покриваються за рахунок прибутку.

Основним заходом покращення фінансового стану є збільшення доходу від реалізації. В свою чергу розмір вказаного показника залежить від обсягів реалізації продукції та ціни одиниці продукції, що реалізується [4].

Для збільшення обсягів реалізації необхідно максимально активізувати збутову діяльність підприємства, що досягається різними методами. Бажаний результат можна отримати наданням знижок покупцям, помірними зменшеннями цін, застосуванням масової реклами та інших заходів. Тип заходів залежить від особливостей конкретного підприємства та обраної ним стратегії маркетингу.

Крім того, удосконалення фінансового стану можна досягти в результаті мобілізації внутрішніх резервів. Для цього необхідно:

• провести реструктуризацію активів підприємства;

• здійснити ряд заходів, пов'язаних зі зміною структури та складу активів балансу;

• перевести в грошову форму наявні матеріальні та фінансові активи підприємства. Слід зазначити, що внутрішні резерви підприємства включають в себе явні та приховані джерела. Явні резерви можна отримати шляхом недопущення втрат окремих видів ресурсів або дотримання норм їх витрачання. Але все ж таки особливої уваги вимагають приховані резерви, які представляють собою частина капіталу, не завжди відображену в звітності. Розмір прихованих резервів балансу можна визначити як різницю між балансовою вартістю окремих майнових об'єктів підприємства та їх реальною вартістю.

Отже, враховуючи викладене, ефективними заходами щодо покращення фінансового стану підприємства за рахунок прихованих резервів можуть бути: передача в оренду основних засобів, які не раціонально використовуються у виробництві; здійснення лізингових операцій. Також, ефективним напрямом виявлення резервів буде зменшення вихідних фінансових потоків шляхом зменшення фактичної собівартості продукції та витрат, які покриваються за рахунок отриманих прибутків.

Таким чином, процес вдосконалення фінансового стану суб'єкта господарювання переважно залежить від рівня ефективного розміщення та використання ресурсів підприємства. А стабільний фінансовий стан, в свою чергу, позитивно вплине на конкурентоспроможність підприємства та його потенціал у діловому співробітництві, підвищить оцінку економічних процесів самого підприємства та його партнерів в процесі фінансових та інших господарських відносин.

Джерела

1. *Поддєрьогін А. М., Буряк Л. Д., Нам Г. Г.* та ін. Фінанси підприємств: підручник / А. М. Поддєрьогін (наук. ред.). 7-ме вид., перероб. та доп. К.: КНЕУ, 2008. 552 с.
2. *Бланк И. А.* Управление финансовыми ресурсами. К.: Ника-Центр, 2011. 768 с.
3. *Крамаренко Г. А.* Фінансовий менеджмент. Д.: ДУЕП, 2008. 164 с.
4. *Карпенко Г. В.* Шляхи удосконалення фінансового стану підприємства. *Економіка держави*. К., 2010. № 1. 61–62 с.

Л. А. КВЯТКОВСЬКА
канд. екон. наук, доц.
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

В. Р. МВАМБО
магістрантка
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

ІНДИКАТОРИ СТАНУ КАДРОВОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

Під поняттям "індикатор" розуміють властивість або ознаку, яку покладено у основу оцінювання досліджуваного об'єкта чи явища, на предмет її відповідності певному критерію. Для встановлення такої відповідності індикатор повинен мати кількісний вимір. З метою оцінки стану кадрової безпеки на підприємстві пропонується у якості індикаторів використовувати наступні групи показників:

1) показники руху та якості персоналу;
2) показники витрат на підвищення кваліфікації персоналу;
3) показники вмотивованості персоналу;
4) показники якості умов праці;
5) показники розвитку корпоративної етики.

У таблиці наведемо групи показників та індикатори кадрової безпеки підприємства, які їм відповідають. Розглянемо запропоновані індикатори більш докладно.

Індикатори, що характеризують стан кадрової безпеки

Група показників	Індикатори
Показники руху та якості персоналу	1) коефіцієнт плинності кадрів; 2) рівень освіти персоналу;
Показники витрат на підвищення кваліфікації персоналу	3) рівень витрат на навчання та перенавчання співробітників у загальній сумі витрат на персонал п ідприємства;
Показники вмотивованості персоналу	4) рівень задоволеності заробітною платою; 5) частка фонду оплати праці у структурі витрат компанії;
Показники якості умов праці	6) рівень профзахворюваності; 7) частка ручної праці;
Показники розвитку корпоративної етики	8) кількість порушень трудової дисципліни; 9) ймовірність несанкціонованого витоку інформації, що становить комерційну таємницю.

Коефіцієнт плинності кадрів — ілюструє динаміку процесів працевлаштування та звільнення працівників на підприємство. Вважається, що високе

значення коефіцієнту плинності кадрів свідчить про достатньо нестабільну кадрову ситуацію у компанії. Якщо це стала тенденція, то вона може спровокувати звільнення критичної кількості досвідчених (висококваліфікованих) співробітників та прихід на вивільнені посади нових кадрів. Звичайно, у кожному конкретному випадку наслідки будуть своїми, але так чи інакше подібна ситуація становить загрозу стану кадрової безпеки підприємства і, відповідно, потребує свого вирішення.

Рівень освіти персоналу — характеризує відповідність рівня освіти персоналу підприємства посадовим інструкціям та обов'язкам. Цей індикатор відносять до групи показників, що опосередковано впливають на стан кадрової безпеки.

Наступний індикатор — рівень витрат на навчання та перенавчання співробітників у загальній сумі витрат на персонал підприємства. Він показує частку витрат, що здійснюються на підвищення кваліфікаційного рівня співробітників. Як правило, обсяг коштів, витрачених підприємством на навчання персоналу, пропорційний рівню прихильності персоналу до компанії, що, у свою чергу, позначається на стані кадрової безпеки.

Рівень задоволеності заробітною платою — входить до складу показників якості наявної системи мотивації, що існує на підприємстві. У ньому використовується залежність ступеня задоволеності працівників рівнем оплати праці, що також має суттєвий вплив на ймовірність виникнення загроз для кадрової безпеки.

Показник частки фонду оплати праці у структурі витрат компанії. Для підтримання оптимального рівня кадрової безпеки компанії загальна сума фонду оплати праці повинна складати більшу частину всієї суми витрат компанії на персонал.

Статистика професійних захворювань демонструє наявність тих чи інших професійних захворювань у персоналу, які пов'язані з виконанням ними професійних обов'язків на робочому місці. Даний індикатор входить до групи показників, що характеризують умови праці, логіка яких полягає у тому, що добрі умови праці стимулюють прихильність персоналу до компанії. Збільшення величини цього індикатора може свідчити про недотримання компанією необхідних нормативів забезпечення належних умов праці для робітників.

Показник частки ручної праці характеризує частку співробітників, які виконують операції ручної праці. Відомо, що високий рівень ручної праці веде до підвищеного ризику виробничого браку та інших наслідків впливу людського фактору. Це відповідним чином позначається на виробничих та економічних показниках і веде до отримання збитків.

Питома вага співробітників, які мають порушення трудової дисципліни є достатньо показовим індикатором, оскільки демонструє не тільки рівень трудової дисципліни працівників, а й їх особисте ставлення до підприємства. Відповідно, підприємство для досягнення високого рівня кадрової безпеки повинно намагатись знижувати даний показник.

Останнім у даному ряді індикаторів є показник, який характеризує ймовірність несанкціонованого витоку інформації, що становить комерційну

таємницю. Його низький рівень забезпечується за умов наявності кадрової складової стратегії економічної безпеки підприємства, дотримання кодексу корпоративної етики організації, особистої лояльності співробітників до компанії [1, с. 74].

Таким чином, використання представлених індикаторів дозволяє оцінити рівень кадрової безпеки підприємства. Наведений перелік не є вичерпним і може доповнюватись залежно від галузевої специфіки підприємства й інших факторів внутрішнього та зовнішнього середовища.

Джерела

1. Механізми забезпечення соціоекологоекономічної безпеки підприємств: колективна монографія / Л. М. Черчик, Н. В. Коленда та ін.; за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. Л. М. Черчик. Луцьк: Терен, 2019. 300 с.

Л. А. КВЯТКОВСЬКА
канд. екон. наук, доц.
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

О. С. СЕМЕНОВА
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

УПРАВЛІННЯ ЛОГІСТИЧНИМИ ПРОЦЕСАМИ КОМПАНІЇ ЯК ІНСТРУМЕНТ ФІНАНСОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

Динамічно зростаючі напрями бізнесу вимагають чіткого зв'язку між фінансовими та логістичними управлінськими рішеннями. Короткий життєвий цикл продукту та зміни у споживчому попиті практично означають, що компанії, що активно розвиваються, не можуть синхронізувати управління логістичними ланцюжками поставок та фінансове планування, внаслідок чого, з великою ймовірністю, не досягають своїх планових показників.

Прикладом може слугувати компанія-виробник, яка впроваджує рішення для інтегрованого планування продаж та операційної діяльності, оточуючи таким чином ланцюжок поставок фінансовим менеджментом.

Такі організації мають централізоване управління логістичними процесами, їх команди управління логістикою відрізняються своєю фінансовою грамотністю, співробітники беруть участь у постійних нарадах із фінансовим директором та фінансовими контролерами. Члени таких команд готові приймати управлінські рішення на основі перспективного аналізу попиту та пропозиції, співвіднесеної з прогнозом основних фінансових коефіцієнтів.

Таким чином, на практиці команда, що управляє процесами логістики, наприклад, приймає рішення знизити обсяг виробництва на одному з високопродуктивних заводів після того, як передноворічні постачання виконані. Система планування продаж та операційних процесів показує, що додаткові поставки призведуть до затарювання складів дистриб'юторів і постачальників, що у майбутньому може призвести до вимушеного зниження цін. Насамперед вони не могли ухвалити такого своєчасного рішення, тому що менеджмент заводу дав розпорядження підвищити випуск та використовувати наявні потужності для максимізації встановлених ключових показників ефективності, фінанси та керівник служби логістики не схильний ризикувати, знижуючи рівень поставок у новорічний пік продажу. Інтегрований фінансовий та логістичний менеджмент дав їм можливість визначити рівень ризиків та позитивно вплинув на кінцевий фінансовий результат.

Розглянемо, як ефективне керування логістикою може допомогти фінансовому директору. Отже, воно вирішує одразу чотири проблеми.

1. Зменшує цикл обігу оборотного капіталу. На основі ідеальних систем замовлення та регулярного виставлення рахунків клієнтам компанія може значно оптимізувати збір коштів та скоротити цикл обігу робочого капіталу та дебіторської заборгованості. З іншого боку, проактивне управління рахунками допомагає мінімізувати час обігу оборотного капіталу.

2. Зниження бізнес-ризиків підприємства. Ефективна оптимізація загальних витрат на логістику, незважаючи на деяку невизначеність логістичних процесів у глобальних масштабах, допомагає керувати та запобігати вимиванню корпоративного бюджету та валового прибутку. Найчастіше компанії при виборі постачальника шукають лише найнижчу ціну за одиницю сировини, але не беруть до уваги ризики, притаманні системі логістичних ланцюжків поставок. На підсумкові понесені витрати впливає кілька факторів, серед них: підвищені транспортні витрати, зростаючий час виконання замовлення, що вимагає більшого рівня мінімального запасу сировини на складі та у дорозі, втрати бізнес-вигод через затримки в процесі відвантаження та митного оформлення; підвищення витрат на зберігання запасів через необхідність підтримувати більший рівень мінімального резерву.

3. Досягнення прибуткового зростання. Оскільки вплив фінансового директора на стратегічне управління службою логістики змінює фінансові результати, він фокусується не тільки на зменшенні витрат, а й на зростанні виручки і частки ринку. Багато організацій, управляючі ланцюжком поставок, можуть виміряти і змоделювати зниження витрат, але деякі з них можуть визначити, як система управління логістикою впливає продажі.

4. Отримання очікуваного прибутку від продажів. Акціонери компанії очікують на отримання прогнозованих продажів на постійній основі. Більшість майбутньої інформації про попит та пропозицію необхідна фінансовому директору, щоб визначити ризики, пов'язані з системою логістики та постачання, що впливають на отримання доходу.

Програма ефективного управління службою логістики впливає на істотне зниження обсягу необхідного робочого капіталу — з урахуванням ефектив-

них програм управління запасами із боку постачальників, багатоланкових технік оптимізації запасів, заснованих на системах підвищення ефективності. Ці програми пропонують шляхи вивільнення грошових потоків та зниження рівня оборотних активів, пов'язаних із виробничим процесом.

К. М. КИРИЛЕНКО
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ ЯК ВАЖІЛЬ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВА

Питання побудови ефективної системи управління прибутком є дуже актуальним у сучасних умовах глобальної конкуренції. Саме ефективне управління прибутком (ЕУП) є ключовим аспектом успішної діяльності будь-якого підприємства, оскільки воно дозволяє максимізувати прибуток, оптимізувати витрати і забезпечити стійкий розвиток бізнесу. ЕУП включає такі стратегії, як планування бюджету, моніторинг фінансових показників, аналіз ринку та конкурентів, а також пошук нових шляхів підвищення прибутковості продуктів чи послуг підприємства. При формуванні системи ефективного управління прибутком слід враховувати вплив різних факторів, таких як витрати на виробництво, ціну продажу продукції, рівень конкуренції на ринку, витрати на маркетинг та рекламу, а також ефективність управління бізнесом. Оптимальне керування цими факторами сприятиме збільшенню прибутку підприємства.

Управління прибутком (УП) — це процес контролю, оптимізації доходів і витрат компанії, як гаранту того, що бізнес залишиться фінансово стабільним і прибутковим, основними задачами якого є аналіз фінансових даних, встановлення фінансових цілей, реалізація стратегій збільшення доходу та моніторинг витрат для досягнення максимальної прибутковості. Отже, зазначені складники, їх взаємозв'язок, взаємодія, взаємовплив та процеси, які вони забезпечують, супроводжують з урахуванням дії факторів внутрішнього, зовнішнього середовища і створюють в сукупності систему управління прибутком.

Система управління прибутком (СУП) підприємства є важливою частиною фінансового управління. Вона включає в себе планування, аналіз та контроль над прибутком підприємства. Систему управління прибутком розробляють для того, щоб забезпечити ефективне використання ресурсів та максимізувати прибуток компанії.

Основними сучасними підходами до управління прибутком повинні бути клієнтська орієнтованість — фокус на потреби й задоволення клієнтів, що допомагає створити стійкі взаємовідносини й збільшити лояльність; дано

орієнтований підхід, а саме використання аналітики й даних для прийняття обґрунтованих рішень, що допомагає ефективно управляти прибутком; гнучкість в управлінні — швидке адаптування до змін на ринку й у внутрішньому середовищі, що допомагає забезпечити стійкість й ефективність бізнесу; інноваційний розвиток — постійний пошук нових ідей, продуктів та послуг, що допомагає збільшити конкурентоспроможність й прибуток компанії. Такі підходи дозволять сучасним компаніям ефективно управляти прибутком й досягати успіху на ринку. При цьому принципи формування СУП залежать від конкретного контексту та галузі. Разом з тим, загальні принципи зазначеної системи включають [1; 2]:

1. Встановлення чітких і досяжних фінансових цілей для забезпечення управління фінансовими ресурсами та ефективністю.

2. Розробка бюджету та фінансового плану для ефективного розподілу ресурсів та контролю результативність щодо заздалегідь визначених цілей.

3. Моніторинг і аналіз фінансової діяльності: регулярний перегляд і аналіз фінансової звітності, показників ефективності допомагає визначити тенденції, проблеми та можливості для вдосконалення.

4. Впровадження заходів контролю за витратами. Контроль витрат є вирішальним для оптимізації прибутковості. Він включає виявлення та скорочення непотрібних витрат, підвищення ефективності роботи та укладання найбільш вигідних угод з постачальниками.

5. Інвестиції в діяльність, що приносить дохід: зосередження на стратегіях збільшення доходу, таких як розширення охоплення ринку, запуск нових продуктів або послуг або покращення утримання клієнтів, сприятиме зростанню прибутку.

6. Управління ризиками. Оцінка та управління фінансовими ризиками, такими як нестабільність ринку, регулятивні зміни або фінансова нестабільність, є важливими для збереження прибутковості.

7. Постійне вдосконалення та адаптація. Залишатися гнучким і реагувати на мінливу ринкову динаміку, внутрішні фактори є необхідними для підтримки та підвищення прибутковості з часом.

Впроваджуючи ці принципи в систему управління прибутком, організації покращать свої фінансові показники та конкурентоспроможність.

Таким чином, система управління прибутком має бути по-перше, ефективною, забезпечуючи оптимальний рівень доходу підприємства, по-друге, гнучкою і відповідати поточній ситуації на ринку, а також враховувати стратегічні цілі підприємства.

Джерела

1. *Гладка Л. І.* Управління прибутком в сучасних умовах. *Економіка і регіон: наук. вісн. Полтавського нац. техн. ун-ту ім. Ю. Кондратюка*. 2012. № 1 (32). 18–23 с.
2. *Опікунова Н. В., Лопата В. Г.* Управління прибутком підприємства. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2014. № 46. С. 294–298.

Науковий керівник:
В. В. Татарінов, канд. екон. наук, доц.

Є. Ю. КИСЛА
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

ПЕРЕВАГИ ЗАСТОСУВАННЯ АРТ-ТЕРАПІЇ В РОБОТІ З ПСИХІЧНИМИ ТРАВМАМИ ОСОБИСТОСТІ

Арт-терапія — це можливість зцілити душу за допомогою творчості. Саме тому вона є ще й одним із найефективніших інструментів для подолання психотравм, яка має свої особливості та переваги, порівняно з іншими методами. Розглянемо ці переваги детальніше:

1. Арт-терапія є засобом невербальної комунікації, що особливо важливо для людей, які пережили психотравму та не здатні описати свої переживання словами.

2. Арт-терапія ресурсна. Творчість, що є фундаментом арт-терапії, поповнює досвід особистості та є простором її самовираження. Арт-терапія підіймає на поверхню підсвідоме та несвідоме, чим допомагає шукати рішення внутрішніх конфліктів. Також вона дає великий заряд енергії та позитивних емоцій, віру у власні сили, формує активну життєву позицію, дарує відчуття автономності та відновлює особисті межі, що є надважливим у роботі з психотравмою.

3. Художнє мистецтво сприяє зближенню людей, створюючи зв'язок між клієнтом, що має психологічну травму, та оточуючими. Це допомагає заново навчитися приймати допомогу та припинити поділяти світ на "свій" та "чужий, ворожий". Протягом роботи психотерапевта та клієнта між ними відбувається обмін символами, знаками та змістами на тому рівні свідомості, який важко піддається науковому аналізу та вербальному опису.

4. Метод арт-терапії базується на механізмі проєкції — усе створене клієнтом є проекцією його внутрішнього світу на результаті художньої діяльності.

5. Вийти із травми можливо лише за умови її усвідомлення, прийняття та визнання тих змін, які відбулися через травмуючі події. Саме тому арт-терапія дає клієнту можливість побороти захисні механізми, які допомогли йому адаптуватися до травми та її наслідків.

6. Надзвичайно важливою у подоланні психотравми є й роль тілесних відчуттів. Робота з психотравмою не може здійснюватися без задіяння тілесності. Активізація ресурсів на фізичному рівні допомагає запустити цілющі тілесні процеси, які дозволяють усунути симптоми травми.

Травматичні ситуації порушують психологічну рівновагу людини, навіть якщо травма не стосується фізичних порушень. Різноманітні травмуючі події з'являються в житті людини, викликаючи почуття сильного страху, гніву, потрясіння тощо. Одним із найголовніших завдань арт-терапії є відновлення балансу та психологічних меж особистості, для цього вона надає безліч можливостей. Великий обсяг проаналізованого наукового та науково-по-

пулярного матеріалу показує, що у випадку психотравм арт-терапія є одним із найефективніших методів допомоги особистості, оскільки психотравма відбивається на багатьох рівнях (тілесному, емоційному, образному тощо), а арт-терапія, на відміну від більшості інших методів, працює на всіх цих рівнях одночасно. Арт-терапія допомагає знайти внутрішній ресурс, творчість є запорукою успішного відновлення психіки людини, символізм та метафоричність допомагають знайти нові шляхи подолання кризових ситуацій та побудувати нові шаблони поведінки, тобто реалізувати підхід до роботи з травмою як до посттравматичного зростання особистості.

Джерела

1. *Вознесенська О. Л.* Можливості арт-терапії в подоланні психічної травми. *Психологічна допомога особистості, що переживає наслідки травматичних подій*: зб. статей / Ін-т соціальної та політичної ; Представництво Польської академії наук у м. Києві ; Соціально-психол. методичний реабілітаційний центр. К. : Міленіум, 2015. С. 98–110.
2. *Вознесенська О. Л., Сидоркіна М. Ю.* Арт-терапія у подоланні психічної травми: практ. посіб. К. : Золоті ворота, 2015. 148 с.
3. *Гоцуляк Н. Є.* Психологічна травма: аналіз та шляхи її подолання. *Збірник наукових праць Національної академії Державної прикордонної служби України*. Серія : Педагогічні та психологічні науки. 2015. № 1. С. 378–390.

Науковий керівник:
Н. В. Задорожна, старший викладач

Ю. В. КЛОЧКОВА
доктор філософії
Хортицька національна академія

РОЛЬ ПСИХОЛОГІЧНОЇ ПІДТРИМКИ У РОЗВИТКУ КРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙНИ

Психологічний аспект війни, охоплюючи феномени травм, стресу, посттравматичного синдрому, втрат та переживань, не лише вражає індивідуальний розвиток особистості, а й має значний вплив на всі аспекти соціально-економічного життя країни. Ці аспекти війни можуть викликати серйозні зміни у структурі суспільства, ведучи до зростання безробіття, погіршення економічного стану, та збільшення ризику виникнення соціальних проблем, таких як наркоманія, злочинність, та сімейні конфлікти. У цих умовах психологічна підтримка стає важливим фактором, що забезпечує здатність людей відновлювати своє емоційне та психічне благополуччя. Вона є ключовим інструментом для зниження рівня стресу, покращення психологічного клімату

в суспільстві та сприяє відновленню нормального ритму життя. Така підтримка надає можливість індивідам адаптуватися до нових умов, ефективно вирішувати конфлікти та впроваджувати позитивні зміни для власного і суспільного благополуччя.

Війна суттєво впливає на всі сфери життя суспільства, маючи різноманітні наслідки. Економічні збитки від війни можуть бути величезними через руйнування інфраструктури та зменшення виробництва. Крім того, війна призводить до соціальних дисбалансів і конфліктів, поглиблює страждання та породжує травми серед населення. Психологічний тиск від війни може призвести до психологічних травм і стресу у військовослужбовців, цивільних мешканців та дітей. Гуманітарні кризи, що супроводжують війну, створюють серйозні проблеми, такі як біженці, безпритульність та голод. Крім того, війна може викликати політичні зміни, такі як зміна уряду або виникнення нових політичних сил [1].

Психологічні зміни у суспільстві, спричинені війною, можуть бути значними та різноманітними:

1. Травми та стрес. Учасники війни, які пройшли через бойові дії, часто стикаються з травмами, які включають фізичні поранення та психологічні травми. Це може призвести до посттравматичного стресового розладу (ПТСР) та інших психічних проблем.
2. Психологічні та емоційні труднощі у населення. Війна створює непередбачувані ситуації, що можуть призвести до стресу, тривоги та депресії у населення.
3. Зміни вірувань та цінностей. Війна може перетворити вірування та цінності суспільства, породжуючи нові погляди на політику, військову діяльність, міжнаціональні відносини та інші аспекти життя.
4. Соціальна напруженість та конфлікти. Війна може поглибити соціальні розбіжності та конфлікти у суспільстві, зокрема між етнічними, релігійними та політичними групами.
5. Психологічні наслідки для дітей та сімей. Діти та їхні сім'ї, що пережили війну, можуть відчувати серйозні психологічні наслідки, такі як тривога, страх, втрата близьких осіб, втрата дому та навчальних можливостей.

Під час війни психологічна підтримка населення стає критично важливою. Існують різноманітні способи надання такої підтримки. По-перше, професійні психологи та психотерапевти пропонують індивідуальні консультації та сесії психотерапії для тих, хто має емоційні труднощі через війну. Крім того, групові сесії або психологічні групи можуть забезпечити можливість обміну досвідом та підтримки серед рівних. Додатково, розповсюдження психологічних матеріалів через медіа може допомогти людям зрозуміти та керувати своїми емоціями. Організація культурних та розважальних заходів, таких як концерти або театральні вистави, може забезпечити відволікання та позитивні емоції [2].

Психологічні зустрічі та сесії можуть бути організовані на різноманітні теми, спрямовані на різні групи населення в умовах війни:

1. Допомога ветеранам адаптуватися до цивільного життя, вирішення проблем посттравматичного стресу, поділ досвіду та підтримка спільноти.
2. Сесії для сімей військовослужбовців, які допомагають їм управляти емоційними труднощами, спілкуватися та знаходити шляхи вирішення конфліктів.
3. Зустрічі з психологом для дітей, які допомагають їм зрозуміти та впоратися з емоційними реакціями на війну та її наслідки.
4. Зустрічі, спрямовані на підтримку та позитивний розвиток молоді, допомагають їм знаходити шляхи впоратися зі стресом та негативними емоціями.

Ці сесії можуть бути націлені на різні групи населення, такі як ветерани, сім'ї, діти чи молодь, та допомагати їм зрозуміти, впоратися та адаптуватися до емоційних та психологічних викликів, які виникають у зв'язку з війною.

Джерела

1. *Кокун О. М., Агаєв Н. А., Пішко І. О., Лозінська Н. С.* Основи психологічної допомоги військовослужбовцям в умовах бойових дій: метод. посібник. Київ, 2015. 170 с.
2. *Лесков В. О.* Психологічна реабілітація військовослужбовців запасу в системі мінімізації виявів негативних психологічних наслідків локальних воєнних конфліктів. *Актуальні проблеми психології: збірник наукових праць інституту психології ім. Г. С. Костюка АПН України*. Київ, 2006. Т. VIII. Вип. 3. С. 191–197.

В. О. КМЕТЯ

Харківський національний університет ім. Семена Кузнеця

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МОТИВАЦІЇ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ МАЛОГО ПІДПРИЄМСТВА

Розвиток сучасних підприємств нерозривно пов'язаний з інноваціями, які впроваджуються для підвищення конкурентоспроможності. Важливість цих аспектів пояснюється потребою створення ефективної системи мотивації для сприяння творчої ініціативи працівників у сфері розвитку малого підприємства.

Динамічний розвиток малого бізнесу сприяє розширенню товарних ринків, формуванню сфери послуг та максимальній орієнтації виробництва на потреби споживачів. Водночас конкуренція змушує підприємців використовувати інноваційні чинники розвитку, намагаючись максимально комерціалізувати винаходи у будь-якій сфері інноваційної діяльності, включаючи науково-технічні розробки та управлінські рішення.

Мале підприємництво є необхідною та невід'ємною частиною будь-якої ринкової системи господарювання, незалежно від її рівня розвитку. Великі та малі бізнеси взаємодіють та доповнюють один одного. Характерною рисою, що виділятиме успішне мале підприємство є інтенсивність використання ним у своїй діяльності інноваційної складової. Інноваційний процес повинен бути детально продуманий, починаючи від інноваційних ідей та створення відповідних підприємств та організацій, й до формування інноваційної політики підприємств та впровадження інноваційних проєктів. Військові дії в Україні суттєво впливають на інноваційну сферу країни. Це пояснюється кількома причинами, включаючи такі:

• війна призвела до зниження рівня інвестицій, збільшення ризику для бізнесу та спаду внутрішнього попиту на продукцію. Це призвело до скорочення обсягів виробництва та обмеження можливостей малого бізнесу з розширення та інвестування в інноваційні проекти.

• значна кількість технічних експертів та інноваційних підприємців залишили країну під час конфлікту. Це призвело до втрати технічної експертизи та зменшення кількості інноваційних проєктів у секторі малого підприємництва.

• конфлікт та економічні складнощі знизили доступність фінансування для інноваційних проектів у країні. Більшість фінансових ресурсів були спрямовані на сектори, які потребують великих капіталовкладень.

Незважаючи на ці виклики, Україна продовжує привертати зовнішні інвестиції і розвивати програми та інфраструктуру в галузі інновацій. Крім того, уряд України активно вживає заходів для залучення інвестицій та поліпшення інвестиційного клімату країни, зокрема шляхом проведення реформ і сприяння розвитку підприємництва.

Джерела

1. *Родрик Д.* Нові технології не завжди приносять благо. *New voice*. URL: https://nv.ua/ukr/opinion/yak-zastosuvannya-ii-mozhe-zashkoditiekonomici-shcho-zagrozhuye-bidnim-krajinam-ostanni-novini-50304248.html (дата звернення: 17.02.2023).
2. *Сизоненко В .О.* Сучасне підприємництво підприємництва: навч. посіб. К.: Знання–Прес, 2008. 440 с.

Науковий керівник:

В. Ф. Тищенко, канд. екон. наук, доц. кафедри фінансів Харківського національного університету імені Семена Кузнеця

І. І. КОБЛИК
канд. екон. наук,
старший науковий співробітник відділу регіональної фінансової політики
ДУ "Інститут регіональних досліджень імені М. І. Долішнього НАН України"

ІНВЕСТУВАННЯ В ЗЕЛЕНІ ІНФРАСТРУКТУРНІ ПРОЄКТИ: РОЛЬ БОРГОВОЇ ПОЛІТИКИ В ПІДТРИМЦІ ЕКОЛОГІЧНИХ ІНІЦІАТИВ В ТЕРИТОРІАЛЬНІЙ ГРОМАДІ

Сучасне суспільство стикається зі значними екологічними викликами, такими як зміна клімату та забруднення навколишнього середовища. У зв'язку з цим, виникає необхідність впровадження зелених інфраструктурних проектів, спрямованих на збереження природніх ресурсів та зменшення негативного впливу на навколишнє середовище. Інвестування в такі проекти стає важливим кроком у забезпеченні сталого розвитку та покращенні якості життя громади.

Боргова політика територіальних громад відіграє важливу роль у фінансуванні екологічних ініціатив та зелених проектів на місцевому рівні. Місцеві органи влади шляхом запозичення коштів на ринку капіталу за допомогою боргових інструментів, таких як кредити або випуск облігацій, можуть залучати необхідні ресурси для реалізації екологічних проектів. Боргова політика територіальної громади визначає стратегії залучення та управління борговими ресурсами, спрямованими на фінансування зелених ініціатив, та направлена на їх ефективне використання відповідно до цілей сталого розвитку та збереження навколишнього довкілля.

В міжнародній практиці широкого попиту набули зелені облігації місцевої позики (зелені ОМП), основна мета яких полягає у фінансуванні ініціатив, які сприяють збереженню довкілля та зменшенню викидів парникових газів (проєкти з: енергоефективності, відновлюваної енергії, водоочистки, створення зелених зон). Випуск зелених ОМП дозволяє органам місцевого самоврядування залучати позикові кошти, як на внутрішньому, так і зовнішньому ринках позикових капіталів. Зелені ОМП мають важливі переваги, які роблять їх привабливими для емітентів та інвесторів, адже допомагають емітентам показати свою відповідальність щодо фінансування сталих проєктів у сфері довкілля, що сприяє позитивному іміджу громади. Також зелені облігації відповідають попиту інвесторів, які дбають про екологічні та соціальні аспекти. Це можуть бути проєкти у сфері альтернативної енергетики, енергозбереження, утилізації та переробки відходів, впровадження екологічно чистого транспорту, використання земельних і водних ресурсів, збереження флори і фауни, адаптації до зміни клімату, а також інші проєкти, спрямовані на захист довкілля, впровадження екологічних стандартів, скорочення викидів у навколишнє середовище.

Україна активно розвиває зелену інфраструктуру та впроваджує екологічні ініціативи за допомогою їх фінансування шляхом випуску зелених облігацій місцевих позик, рекомендації щодо випуску яких надала Національна комісія з цінних паперів та фондового ринку у 2022 році [1]. Попри це українські місцеві органи самоврядування також активно залучають кошти на зелені проекти за допомогою позик від міжнародних фінансових інститутів та фондів, таких як: Міжнародна фінансова корпорація, Європейський банк реконструкції та розвитку, Європейський інвестиційний банк та Північна екологічна фінансова корпорація. Протягом 2015–2023 років за допомогою зовнішніх кредитів та співпраці з міжнародними фінансовими інституціями було профінансовано 74 екологічні проекти на суму 32 млн євро та 90086,6 млн грн. Попри це частина з них не була реалізована через повномасштабне вторгнення російських військ у 2022 році, у зв'язку з чим було відкликано фінансування 16 проєктів на суму 10,6 млн євро та 181,9 млн грн [2]. Таким чином кредитування, як інструмент залучення позикових ресурсів для фінансування зелених інфраструктурних проєктів на місцевому рівні має більше застосування ніж облігаційні запозичення.

Для покращення ролі боргової політики територіальних громад в фінансуванні екологічних ініціатив місцевого значення варто вжити такі заходи:

1. Розроблення та впровадження ефективної боргової стратегії: в якій чітко визначатимуться цілі використання запозичених коштів, а також механізми контролю за їх використанням.

2. Створення сприятливих умов для залучення інвестицій в зелені проекти: забезпечити прозорість та підзвітність в управлінні боргом та розробити стимули для інвесторів, які вкладають кошти в зелені проекти шляхом купівлі зелених облігацій.

3. Підвищення екологічної свідомості населення: популяризація боргових фінансових інструментів серед населення та виділення переваг інвестування в них.

4. Співпраця з міжнародними організаціями: шляхом отримання технічної допомоги та грантів для реалізації зелених проєктів.

Вжиття цих заходів допоможе територіальним громадам ефективніше реалізовувати боргову політику направлену на підтримку екологічних ініціатив та досягнення сталого розвитку.

Джерела

1. Про схвалення Рекомендацій щодо реалізації або фінансування проектів екологічного спрямування шляхом емісії зелених облігацій : Рішення Національної комісії з цінних паперів та фондового ринку від 23.02.2022 р. № 175-р URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/175-2022-%D1%80#
2. Місцевий борг та місцевий гарантований борг. *Міністерство фінансів України*. URL: https://mof.gov.ua/uk/miscevij-borg-ta-miscevij-garantovanij-borg

Н. О. КОВАЛЕНКО
канд. пед. наук, доц.
Херсонський державний аграрно-економічний університет

УПРАВЛІННЯ ЦИФРОВІЗАЦІЄЮ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙНИ

Умови швидкої цифровізації відкрили нові перспективи для маркетингової діяльності, забезпечуючи підприємствам якісно новий рівень взаємодії з клієнтами. За допомогою онлайн-реклами та можливості здійснювати замовлення в Інтернеті, підприємства можуть ефективно привертати увагу клієнтів. Крім того, обслуговування клієнтів у режимі реального часу стає реалізованим завдяки цифровим інструментам.

Однак, цифровізація не тільки відкриває нові можливості, але й допомагає оптимізувати та покращити діяльність підприємства. Завдяки цифровим технологіям, підприємства можуть аналізувати дані та отримувати цінні інсайти про своїх клієнтів, що дозволяє розробляти продукцію та послуги, що максимально відповідають їх потребам. Особливо це актуально для українського бізнесу, який має протистояти війні та економічним викликам.

Цифровізація дозволяє автоматизувати процеси, збільшувати ефективність та знижувати витрати, а також покращує комунікацію з клієнтами. Відтак, використання цифрових інструментів, таких як програмне забезпечення для управління бізнес-процесами, може стати проривним рішенням для компаній, що прагнуть досягти нових висот у своєму розвитку. Втілення цифровізації надає значні можливості для оптимізації процесів комерційної діяльності, поліпшення взаємодії зі споживачами та підвищення конкурентоспроможності компанії [1].

Тому, впровадження цифрових інструментів стає необхідним кроком для підтримки і забезпечення професійного розвитку будь-якої компанії регіонів України. На сьогодні Україні війна створила безліч проблем для українського бізнесу. Серед основних проблем можна виділити обмежені ресурси, низьку кількість замовлень, проблеми з логістикою, нестачу кадрів, фінансів та сировини. Однак, сучасні умови, які є несприятливими не повинні стати на заваді для відмови від цифрової трансформації бізнес-процесів, навпаки, вони повинні бути стимулом шляхом створення майбутніх перспектив [2].

Цифрова трансформація, в цілому, може забезпечувати раціоналізацію у трьох пріоритетних напрямках: документообігу, аналізу даних та організаційній діяльності.

По-перше, з використанням соціальних мереж, підтримки соц- медіа та оптимізації маркетингових кампаній на різних мережевих платформах є

можливість вирішення проблеми локалізації бізнесу та розширення його присутності на ринку.

По-друге, реалізація цифрової трансформації надає можливість ефективного планування та управління обмеженими ресурсами підприємства. Автоматизація основних бізнес-процесів дозволяє зменшити кількість процесів, кадрів та витрат.

По-третє, однією з генеральних переваг є вдосконалення комунікаційних процесів з клієнтами. Програми дозволять детально визначитись із цільовою аудиторією, знайти нові напрямки діалогу з нею, здійснити накопичення та аналіз статистичних даних за допомогою цифрових інструментів, а також визначити пріоритети та уподобання споживачів [3].

Цифрова трансформація має великий потенціал для українського бізнесу, допомагаючи раціоналізувати бізнес-процеси та забезпечуючи нові можливості для розвитку. Впровадження цифрових технологій стає необхідним кроком в умовах сучасного світу, де кожен бізнес має змогу підтримувати конкурентоспроможність та ефективність. Перспективи цифрової трансформації в Україні великі, і вона може стати важливим кроком для подолання проблем, створених війною та відкриття нових можливостей для розвитку українського бізнесу. Цифрові технології допоможуть зробити бізнес більш ефективним, автоматизувати процеси та забезпечити зручну комунікацію з клієнтами. Впровадження цифрових розрахунків також покращить логістичні процеси та допоможе в менеджменті бізнес-процесів підприємств регіонів України.

Отже, цифрова трансформація є невід'ємною частиною розвитку та управління бізнес-процесами українського бізнесу в умовах сучасного світу. Вона дозволяє забезпечити ефективність, конкурентоспроможність та нові можливості для розвитку. Необхідно активно впроваджувати цифрові технології та стимулювати їх розвиток у всіх сферах українського бізнесу, щоб забезпечити стабільний розвиток та успіх.

Джерела

1. *Лазебник Л. Л., Войтенко В. О.* Інформаційна інфраструктура в цифровізації бізнес-процесів підприємства. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. 2022. Вип. 42. С. 18–22. URL: http://www.vestnikeconom.mgu.od.ua/journal/2022/42-2022/5.pdf%20 (дата звернення: 07.02.2024).
2. *Kovalenko N.* Information technologies of business analysis in the management and design of activities of Ukrainian companies. *Вісник Хмельницького національного університету*. Серія: Економічні науки. 2023. № 5. С. 407–410. URL: http://journals.khnu.km.ua/vestnik/wp-content/uploads/2023/12/322-65.pdf (дата звернення 11.02.2024).
3. *Фіщук В., Матюшко В., Чернєв Є.* Україна 2030е — країна з розвинутою цифровою економікою. *Український інститут майбутнього*. 2023. URL: https://strategy.uifuture.org/kraina-z-rozvinutoyu-cifrovoyuekonomikoyu.html (дата звернення: 08.02.2024).

В. О. КОВАЛЬЧУК
здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
спеціальності Менеджмент
Національний університет "Львівська політехніка"

МОВНА ДИНАМІКА: АНГЛІЙСЬКА МОВА В УКРАЇНСЬКОМУ КОНТЕКСТІ

Сучасний світ визначається стрімкими змінами в різних сферах життя, зокрема в освіті, технологіях та комунікаціях. У цьому контексті велике значення набуває вивчення та використання мов, що є ключовим інструментом спілкування та передачі знань. Англійська мова, яка стала своєрідним міжнародним мовним містком, в Україні також визнається як важливий засіб комунікації та інструмент навчання.

У вересні 2023-го року Верховна Рада України прийняла законопроєкт, який присвоює англійській мові статус однієї з мов міжнародного спілкування в публічних сферах життя. Відповідно до цього документу, відтепер знання англійської мови буде обов'язковим для деяких держслужбовців, військових, працівників митниці та екстрених служб. Уряд сприятиме вивченню "Англійської мови" у закладах освіти, зокрема в садочках, школах та університетах. Раніше вивчення англійської було необов'язковим і проводилося на додаткових заняттях, тепер же цей предмет буде обов'язковим і вивчатиметься на рівні з українською. Суттєві зміни передбачаються в сфері культури. Після підписання закону президентом, афіші та анонси культурно-мистецьких подій будуть представлятися англійською мовою разом із українською. Також розглядається ідея показу англійських фільмів в кінотеатрах мовою оригіналу з українськими субтитрами.

Всі ці зміни сприятимуть інтеграції України в західний соціокультурний та економічний простір, відкриють для держави та її громадян нові можливості реалізації. Але важливо розуміти яка ситуація з англійською мовою зараз. Для цього пропоную розглянути статистику:

Рис. 1. **Динаміка індексу володіння англійською мовою в Україні за 2011–2023 роки**
Джерело: побудовано автором за [1].

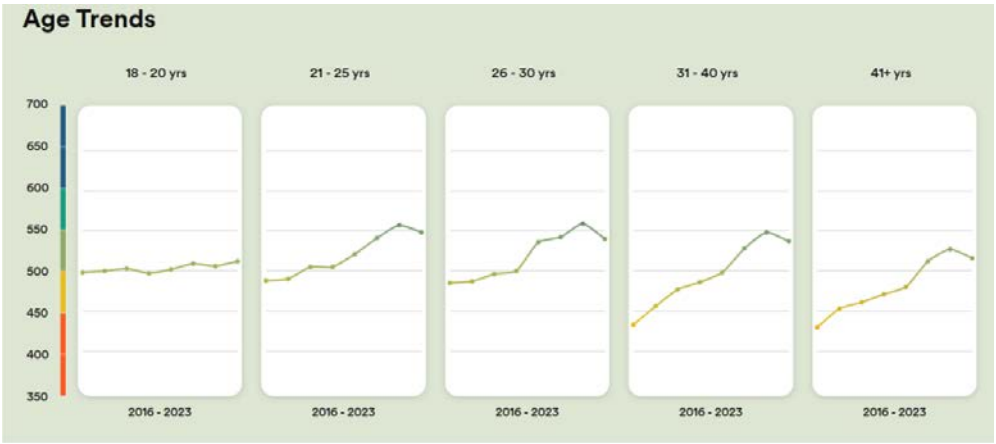


Рис. 2.
Джерело: [1].

У 2023 році Україна посіла 45 місце серед 111 країн, мешканці яких складали EF Standard English Test онлайн. Це тест, розроблений міжнародною компанією EF (Education First) для людей, які вивчають англійську мову. У середньому рівень англійської серед українців відповідає B2.

Якщо поглянути на цю статистику вікової мовної компетентності, то видно, що за останні 7 років не молодь, а саме люди середнього віку роблять "англомовну революцію", суттєво підвищуючи свої навички володіння мовою.

З цього можна сформувати висновок, що реформи, спрямовані на розповсюдження англійської мови, будуть спрямовані не лише на молодь, як можна було подумати, а, в першу чергу, на людей віком 30+, які зацікавлені у тому, щоб підвищувати свою економічну конкурентоспроможність завдяки знанням англійської мови.

Джерела

1. EF English Proficiency Index URL: https://www.ef.com/wwen/epi/regions/europe/ukraine/ (дата звернення 04.02.24).
2. Англійська мова стане обов'язковою в Україні: що зміниться. URL: https://visitukraine.today/uk/blog/2953/english-will-become-compulsory-in-ukraine-what-will-change. (дата звернення 04.02.24).
3. Як визначити рівень англійської: інструкція для тих, кому інгліш потрібен для роботи. *Тиждень*. URL: https://tyzhden.ua/iak-vyznachyty-riven-anhlijskoi-instruktsiia-dlia-tykh-komu-inhlish-potriben-dlia-roboty/ (дата звернення 04.02.24).

Науковий керівник:
О. І. Корицька, канд. екон. наук

Л. В. КОМАР
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

ЯВИЩЕ БІЛІНГВІЗМУ В СУЧАСНОМУ СУСПІЛЬСТВІ

Міжмовне спілкування є необхідною умовою розвитку сучасного суспільства. Питання щодо взаємодії мови та навколишнього світу, теорії міжмовних контактів та специфіки формування білінгвізму постійно знаходяться в центрі уваги психологічних, лінгвістичних та соціологічних досліджень [1–3; 5].

Білінгвізм (або двомовність) — це здатність особи володіти двома мовами та використовувати їх для спілкування й розуміння інформації [1, с. 5–6].

У галузі психології двомовність розглядається в аспекті дії механізмів щодо утворення та сприйняття мовлення (психологія білінгвізму). У мовознавстві проблеми двомовності досліджує теорія мовних контактів. Соціологія вивчає білінгвізм з огляду на зовнішні чинники, які здійснюють вплив функціонування двох мов у певному колективі, що існують в певний історичний період [4, с. 97].

Білінгвізм може виявлятися в таких формах, наприклад:

- *симетричний білінгвізм*, коли мовець повноцінно володіє знаннями обох мов і може використовувати їх рівноцінно в різних сферах життя;
- *асиметричний білінгвізм*, коли мовець краще володіє однією з мов та використовує її частіше або в певних контекстах порівняно з іншою.

У межах асиметричного білінгвізму розрізняють такі види [4, с. 98]:

- *пасивний білінгвізм*, коли мовець може лише розуміти другу мову, але не спілкуватися нею;
- *писемний білінгвізм*, коли володіння другою мовою відбувається лише в писемній формі;
- *технічний білінгвізм*, коли мовець використовує другу мову лише в межах своєї професійної діяльності.

Типологія білінгвізму за кількісним поширенням охоплює такі поняття як індивідуальний білінгвізм, груповий білінгвізм та масовий (тотальний) білінгвізм.

Індивідуальний білінгвізм пов'язують з окремими мовцями одномовного колективу, які володіють та користуються двома мовами. При цьому друга мова використовується ними в умовах спілкування з монолінгвами того колективу, мову якого вони знають. Як правило, такими білінгвами є перекладачі.

Груповий білінгвізм відбувається, коли білінгвами виступає частина мовного колективу. Таке явище пов'язують із ідеологічним або культурним впливом однієї країни на іншу.

Масовий (тотальний) білінгвізм виникає в разі вимушеного опанування та використання другої мови цілим мовним колективом. Таке явище загро-

жує повноцінному функціонуванню рідної мови та може призвести до її поступового зникнення [4, с. 99].

Отже, білінгвізм може мати як позитивні, так і негативні наслідки, а їхній характер залежить від різних чинників, таких як рівень володіння мовами, способи їхнього використання та соціокультурний контекст. Як правило, білінгви мають переваги в розвитку когнітивних функцій, таких як увага, пам'ять, творчість, що свідчить про позитивний вплив явища білінгвізму. З іншого боку, двомовність може призвести до негативного явища як домінування однієї мови над іншою.

Джерела

1. *Бурда Т. М.* Мовна поведінка особистості в умовах українсько-російського білінгвізму (молодіжне середовище м. Києва) : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.01. Київ, 2002. 22 с.
2. *Валігура О. Р.* Фонетична інтерференція в англійському мовленні українських білінгвів : монографія. Тернопіль : Підручники і посібники, 2008. 288 с.
3. *Девіцька А. І.* Дослідження білінгвізму у лінгвістичному та соціолінгвістичному аспектах. *Сучасні тенденції славістики.* 2013. Вип. 13. С. 26–34.
4. *Масенко Л. Т.* Нариси з соціолінгвістики. Київ : Вид. дім "Києво-Могилянська академія", 2010. 243 с.
5. *Weinreich U.* Languages in Contact. *Findings and Problems.* London – The Hague – Paris : Mouton & Co., 1967. 149 p.

С. П. КОМАР

Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

ЕНЕРГОЗБЕРЕЖЕННЯ ЯК ЗАСІБ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИРОБНИЧОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

Одним із пріоритетних завдань сучасного промислового підприємства є ощадлива витрата енергоресурсів з метою підвищення ефективності їхнього використання в процесі виробництва. Тому, виникає необхідність у розробках та комплексному застосуванню сучасних технологій, здійсненні технічних та економічних заходів, що спрямовані на поліпшення енергоефективності в процесі виробничої діяльності [3, с. 428].

Аналіз наукових досліджень, які спрямовані на визначення поняття енергозбереження, свідчить про існування різнобічних підходів. Вони визначають енергозбереження як діяльність, складову частину управління, процес чи результат [1; 3; 4]. Беручи до уваги різнобічні підходи до трактування цього поняття, енергозбереження можна розглядати як практику зменшення

витрат енергії для досягнення певного ефекту чи результату. Головна мета енергозбереження полягає в оптимізації використання енергії для зменшення енергоспоживання та зниження викидів в атмосферу.

Більшість дослідників ототожнюють енергозбереження з поліпшенням енергоефективності, яка досягається шляхом належної організації енергозберігаючої діяльності на промисловому підприємстві [3, с. 429].

Енергозберігаюча діяльність на промисловому підприємстві повинна здійснюватися в межах енергозберігаючої політики. Енергозберігаюча політика промислового підприємства спрямована на зменшення витрат енергії, оптимізацію виробничих процесів та підвищення загальної енергоефективності.

До основних аспектів енергозберігаючої політики для промислового підприємства належать [2, с. 5]:

Енергоаудит та моніторинг.

1. Проведення регулярних енергоаудитів для ідентифікації основних джерел витрат енергії та визначення можливостей для ефективніших виробничих процесів.

2. Упровадження систем моніторингу для тривалого контролю за споживанням енергії та виявленням потенційних проблем.

Оптимізація виробничих процесів.

1. Використання провідних технологій та обладнання для зменшення витрат енергії при виробництві.

2. Розробка та впровадження оптимальних графіків виробництва, які враховують пікові та знижені години споживання енергії.

Енергозберігаючі технології.

1. Заміна застарілого обладнання.

2. Використання технологій автоматизації та систем управління для оптимізації енергоефективності.

Ініціативи з використання відновлюваних джерел енергії:

1. Установлення сонячних панелей, вітрових генераторів чи інших систем для генерації власної електроенергії.

2. Застосування теплових насосів та інших енергоефективних систем для опалення та охолодження.

Навчання та інформаційні кампанії:

1. Проведення тренінгів та семінарів для персоналу з енергозберігаючих технологій та практик.

2. Розробка внутрішніх комунікаційних кампаній для підвищення свідомості працівників щодо енергозбереження.

Упровадження комплексної енергозберігаючої політики дозволяє промисловому підприємству знижувати витрати, покращувати екологічний відбиток та створювати стійкі та конкурентоспроможні виробничі процеси.

Джерела

1. *Гаприндашвілі Б. В.* Енергозбереження як чинник підвищення конкурентоспроможності промислових підприємств. *БізнесІнформ.* 2014. № 8. С. 213–217.

2. Енергозбереження. Системи енергетичного менеджменту промислових підприємств. Загальні вимоги : ДСТ4472:2008 Київ : Держспоживстандарт України, 2006. 20 с.
3. *Запащук Л. В.* Енергозбереження як напрям підвищення ефективності виробничої діяльності. *Економіка і суспільство*. 2017. Вип. 9. С. 428–434.
4. *Кошева Г. О.* Державні механізми управління енергозбереженням : автореф. дис. ... канд. держ. упр. : 25.00.02. Донецьк, 2011. 20 с.

Науковий керівник:
Ю. М. Заволока, канд. екон. наук, доц.

Д. В. КОНОН
здобувач вищої освіти
Державний біотехнологічний університет

ЗАСТОСУВАННЯ АНАЛІТИЧНИХ ПРОЦЕДУР В АУДИТІ ВЛАСНОГО КАІТАЛУ АКЦІОНЕРНОГО ТОВАРИСТВА ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ ЙОГО ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ

Власний капітал є основою для початку і продовження господарської діяльності підприємства та одним із найістотніших і найважливіших показників, оскільки відображає здатність підприємства підтримувати ефективність свого господарювання [1, с. 238.].

На практиці процес аудиторської перевірки умовно поділяють на окремі етапи залежно від терміну, змісту і призначення виконуваних аудитором процедур. На нашу думку, етапи аудиторської перевірки включають: розробку стратегії і тактики проведення аудиту; оцінювання аудиторського ризику та встановлення рівня суттєвості; виконання програми аудиту та здійснення поточного контролю; аудиторські процедури для збирання доказів та підтвердження фінансової звітності; формування документів щодо результатів аудиту; аудиторський звіт та розгорнутий лист керівництву [2, с. 146.].

Отримання обґрунтованих оцінок стану акціонерного товариства можливе на основі аудиторського звіту, який містить комплексний аналіз, що включає в себе ряд спеціальних способів і прийомів обробки економічної інформації, що міститься в обраній системі показників, що відображає господарські процеси і результати господарської діяльності.

Дослідження показали, що критеріїв оцінки інвестиційної привабливості в залежності від галузі та результатів господарювання підприємства досить багато. Кожен підприємець обирає собі конкретне джерело капіталу в залежності від того, що він хоче отримати в результаті своєї діяльності, і розробляє інвестиційну політику, орієнтуючись на знання особливостей потенційних

інвесторів. З іншого боку, будь-який інвестор діє згідно з власними оцінками інвестиційної привабливості різних операцій того чи іншого сегмента фінансового ринку чи реального сектора. Застосування моделі "Дюпон" (The DuPont System of Analysis) ми пропонуємо використовувати на першому етапі для визначення поточного стану підприємств, аналізу динаміки його зміни за останній час і прогнозування тенденцій зміни стану підприємств найближчим часом. В основі наведеної системи діє жорстко детермінована факторна залежність:

$$РВК = РАК \times КФЗ, \quad (1)$$

де РСК — рентабельність власного капіталу (%); РАК — рентабельність авансованого капіталу (%); КФЗ — коефіцієнт фінансової залежності.

Рентабельність авансованого капіталу визначається за такою формулою:

$$РВК = РД \times ОА, \quad (2)$$

де РД — рентабельність господарської діяльності; ОА — оборотність активів (показник ефективності використання ресурсів підприємства).

$$РД = \frac{БП}{ВР} \times 100\ \%, \quad (3)$$

де БП — балансовий прибуток підприємства; ВР — виручка від реалізації.

$$ОА = \frac{ВР}{ВА}, \quad (4)$$

де ВА — сума активів підприємства.

Коефіцієнт фінансової залежності характеризує співвідношення між залученим і власним капіталом підприємства:

$$КФЗ = \frac{ПК + ВК}{ВК}, \quad (5)$$

де ПК — залучений капітал; ВК — власний капітал підприємства.

Перевагами цієї моделі є відображення взаємовпливу чинників, що узагальнюють основні сторони фінансово-господарської діяльності підприємства, його статику та динаміку: рентабельності господарської діяльності, ресурсовіддачі та структури авансованого капіталу. Ця модель дає змогу порівняти підприємства як за ринковим потенціалом (очікуваного від вкладень прибутку), так і за ризикованістю такого вкладення.

Джерела

1. *Акімова Н. С., Топоркова О. В., Наумова Т. А.* та ін. Бухгалтерський облік: навч. посіб. Харків : Форт, 2016. 447 с. URL: https://repo.btu.kharkov.ua/bitstream/123456789/10434/3/BuhOblik_NP_2016.pdf.
2. *Наумова Т. А., Кишьєва Л. О.* Цифрова трансформація аудиту як фактор нового формату професійного розвитку. Механізми забезпечення сталого розвитку економіки: проблеми, перспективи, міжнародний досвід. Матеріали III Міжнар

науково-практ. інтернет-конференції. 2022. С. 145–148. URL: https://repo.btu.kharkov.ua/bitstream/123456789/35477/1/mk_10-11-22-145-148.pdf

Науковий керівник:
Т. А. Наумова, канд. екон. наук, доц.

О. М. КОРЕНЬ
канд. техн. наук
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

Л. А. КВЯТКОВСЬКА
канд. екон. наук, доц.
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

ІНФОРМАЦІЙНІ СИСТЕМИ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЛОГІСТИЧНИХ ПРОЦЕСІВ РІТЕЙЛІНГОВИХ ТА FMCG-КОМПАНІЙ

Економічна ситуація в умовах посткороновірусної кризи та воєнного стану значно вплинула на логістичні процеси в секторі роздрібної торгівлі. Змінилися ланцюги постачання, правила роботи з постачальниками. Адаптуватися до нових ринкових умов вже неможливо без автоматизації процесів та використання цифрових інструментів.

Перше і найскладніше питання, яке доведеться вирішувати учасникам ринку роздрібної торгівлі щодо впровадження IT-технологій — це локалізація інфраструктури. З України йде все більше закордонних вендорів і постає питання забезпечення безперервності бізнес-процесів. Найгостріше це питання стоїть для великого бізнесу, який працював за стандартами головного закордонного офісу та вибудовував повноцінні екосистеми навколо західних систем. Тим не менш, ритейлери не поспішають відразу і повністю мігрувати на вітчизняні технології — це вимагає значних інвестицій, на які бізнес здебільшого поки що не готовий.

Як показує практика, відсутня необхідність одномоментно змінювати всі системи відразу і перекроювати IT-ландшафт, цілком припустимий компроміс між тим, що обов'язково потрібно локалізувати, а що можна залишити, забезпечивши підтримкою на локальному рівні. Знайти цей компроміс та максимально знизити ризики, що виникають у процесі переходу (втрата даних, зниження продуктивності, несумісність інформаційних систем) допомагають технологічні партнери, які мають розуміння специфіки роздрібної торгівлі. Такий партнер виступає як координатор IT-рішень від різних виробників, з яких збирає нову стійку цифрову екосистему, що відповідає потребам бізнесу.

Зміни в кон'юнктурі ринку також вплинули на ситуацію з транспортною логістикою в рітейлі не найкращим чином: у разі зростання обсягів онлайн-торгівлі логістичні ланцюжки ускладнилися. Компанії, які раніше обходилися без автоматизації, за нових умов не зможуть ефективно конкурувати на ринку, оскільки саме проблеми з доставкою стають на заваді зростанню бізнесу. Впровадження систем автоматизації транспортної логістики допомагає скоротити рутинні процеси та звести до мінімуму втрати, пов'язані з ручним управлінням логістичними процесами.

Останніми роками з боку власників складських комплексів запит на автоматизацію логістичних процесів стабільно зростає. Насамперед компанії прагнуть збільшити оборотність складу, покращити якість обслуговування клієнтів та скоротити кількість претензій щодо якості підбору товарів, оптимізувати зберігання та простежуваність товарних запасів. А якщо компанія планує масштабуватися, розширювати асортимент продукції, то кратне зростання обсягів завдань неминуче. Тому вихід торгівлі на новий якісний рівень неможливий без розвитку складської інфраструктури та логістики. За оцінкою експертів, використання IT-технологій та ефективних інформаційних систем в управлінні складським комплексом скорочує витрати компанії в цілому більш ніж на 10 %.

Автоматизовані системи управління складом полегшують щоденне планування та контроль використання складських ресурсів, переміщення та зберігання продукції всередині та поза складом. Крім того, час підготовки та онбордингу нового персоналу значно скорочується, тому що система організовує роботу співробітника та підказує йому кожну наступну дію.

Великі торгові мережі стикаються з відсутністю товарів на полиці через складнощі з логістикою, викладкою або управлінням мерчендайзингу. Проблема зберігається, оскільки у багатьох компаніях цей процес досі здійснюється вручну. Вирішувати задачу автоматизації мерчендайзингу необхідно комплексно, за допомогою цифрових інструментів.

За оцінками практиків через відсутність товару на полиці рітейлери втрачають значні суми щороку. Причини цього — неточність інвентаризації, нерегулярне поповнення товарних запасів, некоректний моніторинг полиць. Виникає замкнене коло між логістами, мерчендайзерами, співробітниками відділів постачання та постачальниками, які чекають на вирішення проблеми один від одного. Інформаційні автоматизовані системи моніторингу, які сьогодні представлені на ринку, дозволяють визначити об'єктивні причини дефіциту, автоматично перенавчаючи алгоритми залежно від зворотного зв'язку співробітників магазину. Такий підхід веде до суттєвого зниження витрат.

При плануванні продажів компанії насамперед аналізують та враховують споживчий попит. Вирішувати це завдання рітейлерам та виробникам допомагають сучасні IT-системи для прогнозування попиту. На основі збору історичних даних та розрахунків плануються закупівлі, графіки поставок, перевезення та інші операції. За цим прогнозом розраховується, скільки запасів потрібно тримати на складах, щоб не було надлишків або дефіциту.

Українські рітейлери зазнають великих втрат, коли розрахунки проводяться вручну в Excel. На думку практиків, автоматизація процесу за допомогою спеціалізованих рішень може значно підвищити точність планування, а витрати на планування скорочуються в 2–4 рази.

Сьогодні дуже динамічно змінюються логістичні ланцюги, умови роботи з постачальниками, вартість товарів на полиці. Експерти-практики впевнені, що IT дає бізнесу позитивність у прийнятті рішень, яка така важлива в непередбачуваний час. Тому автоматизація процесів, у тому числі логістичних, стає усвідомленою необхідністю для тих рітейлерів та FMCG-компаній, які прагнуть зберігати та підвищувати свій рівень прибутковості.

О. М. КОРЕНЬ
канд. техн. наук
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

О. Ф. КРИШАН
канд. екон. наук,
доцент кафедри економічного проектування та маркетингу
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

ВИКОРИСТАННЯ СУЧАСНИХ ІНСТРУМЕНТІВ GOOGLE ДЛЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ПРОЦЕСУ ПЛАНУВАННЯ ТА БЮДЖЕТУВАННЯ НА КОМЕРЦІЙНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

Для розробки системи планування та бюджетування, а також управлінського обліку без суттєвих вкладень та з можливістю віддаленої роботи можна використовувати сучасні інструменти Google, а саме Google Docs (Документи), Google Sheets (Таблиці), Google Forms (Форми), керування даними за допомогою формул обробки масивів, централізацію введення інформації через особливу форму

Самостійно створена система планування, бюджетування та управлінської звітності має відповідати низці критеріїв. Насамперед, мінімальна вартість ліцензії та щомісячного обслуговування, інтуїтивно зрозумілий інтерфейс. Крім того, керівництво може вимагати віддаленого доступу до системи, а також захист інформації від витоку третім особам, тому розглядався варіант її зберігання на віддалених серверах.

З огляду на зазначені вимоги від "коробкових" рішення можна відмовлятися одночасно, остільки вони не мають необхідної гнучкості, а також вимагають додаткових витрат на ліцензування та поточне обслуговування. Також вимоги керівництва до проектованої системи в ході впровадження можуть

неодноразово змінюватися, адаптація стандартного рішення може виявитися фінансово неефективною та витратною за часом. Продукти MS Office (Excel) є більш відповідними інструментами, але мають свої недоліки — слабкий захист від недосвідченого користувача, незручності при спільній роботі кількох учасників, у тому числі віддаленої. Для цих вимог продукти Google є найбільш ефективними.

Це рішення характеризують мінімальні витрати на виробництво та використання (фактично йдеться лише про власні трудовитрати на створення таблиць); гнучкість налаштування та можливість оперативно доопрацьовувати систему; незалежність від зовнішньої технічної підтримки (економія коштів та захист даних від сторонніх консультантів); можливість введення даних через форму, тобто набір полів, де ключові параметри не можна пропустити (система видасть помилку). Питання у рядках для заповнення зрозумілі людині, яка не володіє додатковими знаннями в галузі фінансів чи інформаційних технологій.

Насамперед, ця особливість може бути корисною, якщо крім фінансистів системою користуються інші непрофільні користувачі, яким необхідно заповнювати абсолютно всі без винятку поля, інакше користувач не зможе її відправити. А значить, правильність заповнення полів не потрібно перевіряти ще раз, тобто робити додаткову роботу. Крім того, користувачі не бачать усіх раніше введених даних, якщо вони не мають дозволу від власника форми. І, зрештою, безпека системи. Якщо вийти з облікового запису Google, треті особи отримати дані не зможуть.

На першому етапі необхідно створити робочу модель системи планування та управлінської звітності.

Розглянемо один з основних елементів проектованої системи - модель управління рухом грошових коштів та обліку угод.

Ключова первинна таблиця — "Введення з форми", інші аркуші файлу заповнюються за допомогою налаштованих фільтрів. Щоб підвищити надійність вихідних даних, тобто посилання в формулах залишалися актуальними при видаленні інформації з таблиці, застосовуються функції ArrayFormula. Вони приблизно відповідають функціям масивів Excel і бувають двох видів: single-cell і multi-cell. Для вхідних даних використовується функція multi-cell. Логіка її застосування така, що формула пишеться в одному осередку, а всі наступні (вниз та/або в бік) заповнюються автоматично нею з введенням даних з потрібного осередку.

Інформація про рух коштів по рахунках береться із системи "Клієнт-Банк", і за невеликій кількості операцій дані нескладно переносити вручну. Інакше можна поставити завдання програмістам автоматизації цього процесу. Подібним чином можлива адаптація звітів з облікових систем.

Лист "Готівки" акумулює операції, пов'язані з видачею або внесенням готівки в хронологічному порядку. Аналогічні операції проводяться на листах "Безготівкові операції" та "Таблиця угод". У таблиці угод має бути можливість фільтрації та відбору за датою та іншими необхідними реквізитами (номер договору, адреса, назва контрагента, суми угоди та комісії тощо).

Наступні аркуші таблиці — “Заявка на внесення” та “Заявка на видачу”. Вони безпосередньо пов’язані з листом “Каса”, і під час операції на цих вкладках автоматично формуються заявки на внесення чи видачу коштів.

Платіжні календарі формуються помісячно на окремих аркушах та містять інформацію з можливістю фільтрації за датою проведення операції.

Для забезпечення безпеки системи не варто нехтувати резервним копіюванням. Фахівці, які працюють з об’ємними файлами Excel, зазвичай роблять копії. У випадку сервісів Google ситуація аналогічна, відрізняється лише техніка дублювання. Копію бажано робити щодня (меню “Файл” — “Створити копію”). Однак якщо обліковий запис користувача буде зламаний, є ризик втратити і основний, і резервні файли.

Підвищити захист можна, створивши другий обліковий запис Google, куди періодично копіюватимуться дані. Допустимо, файл “Система” прив’язаний до облікового запису user1@gmail.com. Необхідно створити обліковий запис user2@gmail.com. Копіювати “Систему” в першому обліковому записі та надаємо до нього доступ другого облікового запису та призначаємо його власником файлу. Потім з другого облікового запису заходимо до налаштувань доступу та видаляємо зі списку user1@gmail.com. Ми отримуємо два однакові файли, які ніяк не пов’язані один з одним, на різних облікових записах.

Безумовна перевага роботи в сервісах Google — можливість введення даних різними користувачами з різних облікових записів, що дозволяє організувати віддалену спільну роботу, у тому числі з використанням обмежень доступу. За замовчуванням ідентифікатор кожного введення — час (з точністю до секунди), тому якщо потрібно відстежувати зміни кожного користувача, слід передбачити й інший ідентифікатор — ім’я відповідального (оператора). Обмежити права доступу дозволяє функція ImportRange, за допомогою якої вибірково імпортуються вкладки таблиці у видимий користувачеві файл.

З очевидних недоліків використання таблиць у сервісах Google варто виділити їхню недостатню сумісність зі звичним для багатьох Excel. Дані з сервісів Google можна зберегти в продуктах від Microsoft, але при цьому перенесуться лише значення осередків, але не формули. Крім того, складні конструкції, які утворюються за рахунок використання кількох службових таблиць, можуть вимагати внесення до них коректив, що, у свою чергу, спричинить великі витрати часу.

Д. В. КОРОБКО
ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

В. Г. ГНОЄВИЙ
канд. екон. наук, доц.
ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

ТОВАРНА ПОЛІТИКА ЯК ОСНОВА ТОВАРНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВ

Ефективність діяльності підприємства у сучасних умовах значною мірою залежить від обґрунтованого формування його стратегічних і тактичних цілей і завдань, об'єктивної оцінки наявного потенціалу, обґрунтованого формування та розвитку його товарної політики.

Товарна політика підприємства є однією із найважливіших конкурентоспроможних траєкторій, пов'язаних з прийняттям рішень з питань виробництва та реалізації на ринку певних товарів або послуг [1].

Товарна політика повинна ґрунтуватися на розумінні потреб споживачів, стратегічних підходів, які використовуються конкурентами, а також на законодавчих актах, що регулюють сферу товарного виробництва.

Товарна політика є найважливішою ланкою в діяльності підприємства, суттєво впливаючи на його фінансові результати, конкурентоспроможність та економічну стійкість загалом. Формування і реалізація ефективної товарної політики вимагає від підприємства дотримання наступних умов:

- наявності стратегії розвитку;
- глибокого знання потреб ринку;
- чіткого уявлення про цілі в довгостроковій перспективі;
- володіння знаннями про свої потенційні та реальні можливості та ресурси.

Щоб підприємство та його товар були конкурентоспроможними та мали стійку позицію на ринку, потрібна добре продумана товарна стратегія, яка відрізняється від поняття товарної політики. Товарна політика підприємства є спеціально розробленим комплексом дій, спрямованим на забезпечення необхідних заходів задля формування та управління товарною стратегією.

У широкому значенні під товарною стратегією розуміється загальний напрямок товарної політики підприємства, розрахований на рішення як оперативних, так і довгострокових задач. Іншими словами, товарна стратегія є розробкою напрямів оптимізації та розвитку асортименту товарів та послуг, які дозволяють підприємству ефективніше функціонувати. Це вимагає комплексного та системного підходів до формування основних методичних положень управління товарною політикою підприємств, які втілюються в стратегію [2].

Товарна стратегія служить для керівника покажчиком загального спрямування його дій і засобом досягнення цілей компанії, які вимагають перегляду товарної стратегії внаслідок глобальних змін зовнішнього середовища.

У процесі формування напрямів товарної політики важливою є розробка грамотної товарної стратегії, що забезпечує надійність підприємства у довгостроковій перспективі та є засобом досягнення його цілей. Застосування тієї чи іншої товарної стратегії визначає перспективи розвитку як системи управління маркетингом, так і усієї діяльності підприємства.

Серед елементів товарної політики, які потребують постійної підтримки і модифікації в залежності від потреб ринку, найбільш важливими є: марочна політика, яка служить ідентифікатором товару на ринку; упаковка, яка несе у собі безліч функцій, від естетичної до екологічної; якість товару, як основний конкурентоспроможний параметр. І це далеко не весь перелік напрямків товарної політики, проте саме цим напрямкам варто приділяти особливу увагу з метою найбільш сталого розвитку підприємства на ринку, в том числі й при управлінні життєвим циклом товару.

Крім того, ефективно збудована товарна політика дозволяє вживати своєчасних заходів у мінливих умовах зовнішнього середовища з метою стабілізації ринку та уникнення кризових явищ.

Джерела

1. *Райко Д. В., Шипуліна Ю. С.* Маркетингова товарна політика: навч. посіб. Суми: Територія, 2022. 158 с.
2. *Кубишина Н. С.* Стратегічні орієнтири розвитку товарної політики. *Економічний вісник НТУУ "КПІ"*: зб. наук. праць. 2011. № 8. С. 363–368.

Р. Д. КОСЕНКО
ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

ВИРІШЕННЯ ПИТАНЬ ПРО КРИМІНАЛЬНУ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЗА ПОСЯГАННЯ НА НЕДОТОРКАННІСТЬ ЖИТЛА

Відповідно до ст. 30 Конституції України кожному гарантується недоторканність житла. Не допускається проникнення до житла чи іншого володіння особи, проведення в них огляду чи обшуку інакше як за вмотивованим рішення суду. Недоторканність житла має важливе значення, адже його дотримання може гарантувати інші основоположні права на життя особисту недоторканість. Для забезпечення захисту від суспільно небезпечних посягань гарантованих конституцією права на недоторканність житла вста-

новлена заборона передбачена ст. 162 Кримінального Кодексу України (далі – ККУ).

Безпосередній об'єкт даного злочину полягає у тому, що суб'єкт кримінального правопорушення порушує конституційне право громадянина на недоторканність житла та іншого володіння. Під порушення недоторканості житла слід розуміти протиправне відкрите або таємне проникнення в чуже житло (будинок, квартиру або кімнату) без згоди власника житла на такі дії. Правомірність проникнення до житла чи іншого володіння особи буде тільки за добровільною згодою власника, а в разі отримання згоди в результаті *насильства або погрози його застосування* правомірність виключається.

Об'єктивна сторона злочину виражається у виконанні однієї з таких дій:

1) незаконне проникнення до житла або іншого володіння особи проти її волі;
2) незаконне проведення в них огляду або обшуку;
3) незаконне виселення, чи інші дії, що порушують недоторканість житла громадян. Незаконним є будь-яке проникнення до житла чи іншого володіння особи всупереч чинному законодавству.

Потерпілим від злочину можуть бути тільки *фізична особа*. Щодо порушення встановленим законом порядку проникнення, яке належить на право власності *юридичній особі*, не містить складу злочину передбаченого ст. 162 КК. Тому такі дії кваліфікуються як перевищення влади або службових повноважень (ст. 365 КК), самоправство (ст. 356 КК) або інший злочин. Згідно з ч. 2 ст. 233 КПК під житлом розуміється будь-яке приміщення, яке знаходиться на постійному чи тимчасовому володінні особи, незалежно від його призначення і правового статусу, та пристосоване для постійного чи тимчасового проживання в ньому фізичних осіб а також всі складові частини приміщення.

Якщо мета проникнення до житла чи іншого приміщення була викрадення чужого майна (ч. 3 ст. 185 КК), грабежу (ч. 3 ст. 186 КК), або (ч. 3 ст. 187 КК), додаткова кваліфікація дій за ст. 162 не потрібна тому, що в таких випадках проникнення є кваліфікуючою обставиною (способом вказаних злочинів) і враховується законодавцем при визначенні санкцій за їх вчинення.

Незаконним також вважається обшуки, здійснюваними особами, які не мають права, або вчинений з порушенням Кримінально-процесуальним кодексом України, або за певних умов мають на це право, але не були наділені необхідних повноваження наприклад: відсутності постанови суду щодо проведення обшуку.

Відповідно до ч. 3 ст. 47 Конституції України ніхто не може бути примусово позбавлений житла інакше як на підставі закону за рішенням суду. Незаконне виселення має місце у разі, якщо воно здійснюється без законних підстав, тобто без судового рішення, яке набуло чинності а також незаконним слід вважати виселення, що здійснене не уповноваженими на те особами

Під іншими діями, що порушують недоторканність житла громадян, слід розуміти будь-яке інше вторгнення до житла проти волі осіб, які там про-

живають, за винятком випадків крайньої необхідності, як-от: самовільне вселення до чужого житла інших осіб.

Даний злочин вважається закінченим з моменту вчинення однієї із зазначених у цій статті дій

Суб'єкт злочину — будь-яка фізична особа, що порушує недоторканність житла, а за ч. 2 — також службова особа.

Суб'єктивна сторона цього злочину — прямий умисел. Винна особа усвідомлює, що порушує недоторканність житла громадян, і бажає вчиняти такі дії. Мотиви і мета злочину можуть бути різними. Однак слід мати на увазі, що з'ясування мотивів дозволяє відмежувати цей злочин від самоправства (ст. 356 КК).

У частині 2 ст. 162 КК передбачена відповідальність за ті самі дії, вчинені службовою особою або із застосуванням насильства чи з погрозою його застосування.

Під насильством слід розуміти фізичне насильство, як небезпечне, так і таке, що не є небезпечним для життя і здоров'я потерпілого, в тому числі й таке, що заподіяло потерпілому легкі тілесні ушкодження. Погроза застосування насильства виражається в залякуванні потерпілого застосуванням до нього фізичного насильства. Погроза має бути реальною.

Джерела

1. Конституція України. *Відомості Верховної Ради України (ВВР)*. 1996. № 30. Ст. 141.
2. Кримінальний Кодекс України. *Відомості Верховної Ради України (ВВР)*. 2001. № 25–26. Ст. 131.
3. Кримінальний процесуальний кодекс. *Відомості Верховної Ради України (ВВР)*. 2013. № 9–10, № 11–12, № 13. Ст. 88.
4. Кримінальне право України Особлива частина підр. / за ред. проф. В. В. Сташиса, В. Я. Тація. Ст. 128–129. Харків: Право, 2010 [Електронний ресурс]. https://library.nlu.edu.ua/POLN_TEXT/KNIGI-2010/UgolovPravoOsob.pdf

Науковий керівник:
В. М. Прилипко, канд. пед. наук, доц.

Д. О. КРАВЧЕНКО
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

ІДЕЯ СРОДНОЇ ПРАЦІ У ТВОРАХ ГРИГОРІЯ СКОВОРОДИ

Ідея "пізнання себе" сягає сивої давнини, поринає в глибину віків. Ще давньогрецькі філософи звертали увагу на важливість самопізнання, яке вважали великим кроком людини на дорозі до свого щастя.

Український поет і філософ Григорій Сковорода вбачав у самопізнанні віднайдення свого призначення в житті, своєї спорідненості з людством, вінцем яких була "сродна праця". "Пізнання себе", на думку мандрівного філософа, — це пізнання своїх природних схильностей до певного виду діяльності, свого справжнього покликання. Будь-які здібності людей мають природну основу і вдосконалюються відповідним вихованням, "наукою і практикою". Ідея "сродної праці" знайшла яскраве відображення у творах Григорія Сковороди. У байці "Зозуля і Косик" стверджується: "Робота наша — джерело веселощів". Суспільний поділ праці, на думку Григорія Сковороди, теж залежить від природних "сродностей" людей: "Скільки посад, стільки й спорідненостей". Не буде мати успіху та людина, що працює не за своїми нахилами, вона ніколи не досягне високих результатів у своїй діяльності, бо знаходитиметься в "протиприродному стані". Така ж сама ідея спорідненої праці розкривається в байці "Бджола та Шершень". І Зозуля, і Шершень належать до тих істот, що тільки й знають, як їсти і спати. Зозуля підкидає своїх дітей, яких повинна доглядати, у чужі гнізда, а Шершень краде мед у бджіл. Шершень не розуміє, навіщо потрібна Бджолі ця праця, якщо нею користуються не стільки бджоли, скільки люди. Бджолу, що є "гербом мудрого чоловіка, який у спорідненій праці трудиться", Сковорода порівнює із собакою, якому смачнішим є той заєць, якого він загнав, і з котом, що може усю ніч просидіти біля мишиної нірки. Вони не задумуються над тим, чи має це сенс, бо справжнє щастя як для людини, так і для тварини, — це жити за призначенням. Але як зрозуміти своє призначення? Щоб відповісти на це питання, Сковорода звертається до Епікура: "Вдячність моя блаженній натурі за те, що потрібне зробила неважким, а важке — непотрібним". Людина сама повинна відчувати, що їй дається найлегше і що найцікавіше. "Сродна праця" принесе суспільству матеріальне і духовне багатство, а людям — щастя і задоволення. Якщо ж людина буде працювати не за своїм покликанням, то це може обернутися для неї трагедією.

Ці думки Сковорода розвиває також у "Розмові, названій Алфавіт, або Буквар миру". Один із учасників розмови Афанасій говорить про те, що свою природу важко пізнати. Він посилається на байку Сковороди "Орел та Черепаха". Черепаха розповідає, як її прабаба загинула через те, що вирішила політати. "Не тому загинула премудра твоя баба, що літала, а тому, що взялася за неналежну їй справу", — відповідає Орел. Григорій Сковорода пояснює свою байку: "Не треба, тобто не корисно, а через те й важко черепасі літати".

Отже, у багатьох своїх творах Сковорода розвивав ідею "сродної праці". Та і власним життям довів, що щастя не там, де багатство і слава, а там, де твоє покликання. Сковорода відмовився і від запрошення ченців Києво-Печерської лаври, і від світських посад, і врешті-решт покинув викладання у Харківському колегіумі, а відтоді 25 років свого життя подорожував по всій Україні, навчаючи своєї мудрості усіх, хто з ним розмовляв. І за це користувався великою повагою людей. І, напевне, був щасливий.

Науковий керівник:
Л. А. Поркіна, старший викладач кафедри соціальної роботи та мовної підготовки Придніпровського інституту ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

А. А. КРИВОНОСОВ
здобувач
Харківський національний університет міського господарства ім. О. М. Бекетова

РИЗИКИ ТА ЗАГРОЗИ НАЦІОНАЛЬНІЙ БЕЗПЕЦІ

Національна безпека, пов'язана з національним виживанням та розвитком у сучасному світі, набуває все більшого значення. Силові можливості держави залишаються ключовим засобом для забезпечення цієї безпеки. Однак у зв'язку з глобалізаційними процесами та трансформаціями загроз безпеки стають транснаціональними, що призводить до зростання уваги до нових форм співпраці у напрямі забезпечення безпеки.

Негативний вплив на національну безпеку мають як внутрішні, так і зовнішні загрози. Серед внутрішніх загроз економічній безпеці України слід зазначити:

- низький рівень технологічного розвитку більшості галузей та високі витрати на виробництво, що призводить до низької якості продукції та зниження конкурентоспроможності економіки;
- втрату значної частини науково-технічного потенціалу та втрату позицій у важливих напрямках наукового прогресу;
- деформацію структури виробництва та руйнування системи відтворення виробничого потенціалу;
- неефективне державне управління соціально-економічними процесами.

До основних зовнішніх загроз варто віднести:

- імпортну залежність країни від багатьох видів продукції;
- нераціональну структуру експорту;
- розвиток ще в зародковому стані фінансової, організаційної та інформаційної інфраструктури для підтримки конкурентоспроможності українського експорту;
- неконтрольований відтік за кордон інтелектуальних та людських ресурсів;
- недостатній контроль над експортом та валютною політикою, а також недосконаліть митної політики;
- недостатньо розвинену транспортну інфраструктуру для здійснення зовнішньоекономічних операцій [1].

Важливо визначити ризики та загрози, які виникають внаслідок недостатньої пристосованості політичних інститутів до потреб і проблем економічного та соціального розвитку. Серед основних ризиків та загроз можна виділити наступні:

• неефективність державного апарату. Це проявляється у невиконанні державних програм, неефективному використанні бюджетних ресурсів, про-

довольчій інфляції та загрозі підвищення тарифів, що призводить до зниження рівня життя значної частини населення. На тлі обмеженого внутрішнього ринку створення високотехнологічних великих вітчизняних виробництв ускладнюється, що призводить до неконкурентоспроможності продукції і високих транспортних витрат.

• корупція державного апарату. Корупція стає додатковим тягарем для економіки, що порушує конкурентоспроможність ринкових інститутів і підриває їхні можливості розвитку;

• зниження рівня компетентності та політичної лояльності державних службовців: це призводить до неефективного використання управлінських можливостей та повноважень. Це може бути наслідком боротьби кланів у вищому керівництві, недостатньої ефективності кадрової політики, відсутності матеріальних і кар'єрних стимулів для державних службовців та таємності прийняття кадрових та управлінських рішень.

Для подолання цих ризиків та загроз можна вжити низку заходів:

• необхідно провести системну реформу, спрямовану на оптимізацію структури та процесів управління, вдосконалення механізмів моніторингу та контролю за виконанням державних програм, а також підвищення професійної компетентності державних службовців;

• важливо впровадити систему прозорих та відкритих процедур управління, зміцнити контрольні механізми та забезпечити неперехідність правопорядку для всіх, незалежно від їхнього статусу або посади;

• необхідно здійснювати систематичну підготовку та навчання кадрів у сфері управління, а також стимулювати їхній професійний розвиток та кар'єрний зріст;

• необхідно активно впроваджувати механізми громадського контролю та залучення громадськості до прийняття та виконання стратегічних рішень, а також забезпечувати доступ громадськості до інформації про діяльність органів влади.

Ці заходи мають бути реалізовані комплексно та систематично з метою забезпечення сталого розвитку та зміцнення держави.

Джерела

1. Указ Президента України Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 14 вересня 2020 року "Про Стратегію національної безпеки України" № 392/2020 [Електроний ресурс]. Режим доступу: https://www.president.gov.ua/documents/3922020-35037

Науковий керівник:
Ю. І. Лях, д-р філософії, ст. викладач кафедри менеджменту і публічного адміністрування

О. Ф. КРИШАН
канд. екон. наук
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

О. І. БОГДАН
канд. екон. наук, доц.
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

НОРМАТИВНО-ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ВПРОВАДЖЕННЯ ГРАФІКУ РОБОТИ ПРАЦІВНИКІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ З ПІДСУМОВАНИМ ОБЛІКОМ РОБОЧОГО ЧАСУ

Залежно від технологій виробництва і характеру виконуваних робіт робота на підприємстві може здійснюватися з перервами (вихідні та святкові дні) і безперервно. Невід'ємною складовою режиму роботи є робочий час.

Щодо обліку робочого часу розрізняють режим щоденного обліку робочого часу та режим підсумованого обліку робочого часу.

Загальноприйнятий режим щоденного обліку робочого часу (це 5-денний і 6-денний робочі тижні) регулюється загальними правилами, передбаченими статтями 52 і 53 Кодексу законів про працю України (далі — КЗпП).

Питання застосування режиму підсумованого обліку робочого часу регулюються відповідними нормами КЗпП. Загального нормативно-правового акту, який регулював би зазначене питання, на сьогодні не існує. Водночас є низка нормативно-правових актів, якими визначено порядок застосування такого режиму роботи для певних категорій працівників, зокрема: плаваючого складу морського і річкового транспорту України (Положення про робочий час та час відпочинку плаваючого складу морського і річкового транспорту України, затверджене наказом Міністерства інфраструктури України від 29 лютого 2012 року № 135), водіїв колісних транспортних засобів (Положення про робочий час і час відпочинку водіїв колісних транспортних засобів, затверджене наказом Міністерства транспорту та зв'язку України від 7 червня 2010 року № 340). При підсумованому обліку робочого часу робота працівників регулюється графіками роботи (змінності), якими визначається робочий час і час внутрішньозмінного та міжзмінного відпочинку.

Правила побудови графіків змінності у разі підсумованого обліку робочого часу визначаються відповідними нормами КЗпП, що регулюють робочий час і час відпочинку.

Міністерство праці та соціальної політики України наказом від 19 квітня 2006 року № 138 затвердило Методичні рекомендації щодо застосування підсумованого обліку робочого часу (далі — Методичні рекомендації № 138), у

яких визначено умови та порядок застосування підсумованого обліку робочого часу з урахуванням законодавства.

Питання застосування підсумованого обліку робочого часу на галузевому рівні регулюється галузевими угодами.

Підприємство самостійно визначає режим робочого часу працівників. Правове регулювання цього питання здійснюється колективним договором та/або правилами внутрішнього трудового розпорядку (далі — ПВТР), які затверджуються трудовими колективами за поданням власника або уповноваженого ним органу і виборного органу первинної профспілкової організації (профспілкового представника) на основі типових правил (ст. 142 КЗпП).

Слід зауважити, що встановлення графіків змінності не завжди пов'язане із запровадженням підсумованого обліку робочого часу. Так, статтею 52 КЗпП передбачено, що при 5-денному робочому тижні тривалість щоденної роботи (зміни) визначається ПВТР або графіками змінності. Наприклад, у зв'язку з виробничою потребою замість однозмінної роботи при 6-денному або 5-денному робочому тижні відповідно з 1 або 2 вихідними днями може запроваджуватися двозмінна робота з таким самим графіком. При цьому залишається щоденний облік робочого часу і для першої, і для другої зміни, тобто дотримується встановлена щоденна і щотижнева тривалість робочого часу.

Упроваджуючи режим підсумованого обліку робочого часу на підприємстві, потрібно звернути увагу на таке: 1) порядок застосування такого режиму роботи визначається у колективному договорі та/або ПВТР; 2) в установленому порядку документально (наказом по підприємству) визначають режими роботи й обліку робочого часу; 3) зміна зазначеного режиму роботи має здійснюватися відповідно до законодавства.

Отже, по підприємству в цілому і для працівників кожного структурного підрозділу зокрема режими роботи установлюють наказом — тобто має бути передбачена однозмінна або багатозмінна робота з визначенням кількості змін на добу, тривалості зміни й робочого тижня з перервою (на вихідні, святкові або неробочі дні) або без перерв.

Якщо питання режиму роботи й обліку робочого часу на підприємстві не врегульовано (документально не оформлено), потрібно видати відповідні накази про впорядкування таких трудових відносин.

Якщо підсумований облік робочого часу застосовується на підприємстві як такий, що фактично склався, без належного оформлення, то це може розцінюватися як використання щоденного обліку з порушенням вимог трудового законодавства, а саме:

- статей 62, 71 і 73 КЗпП (необґрунтоване залучення працівників до надурочних робіт та до роботи у вихідні, святкові і неробочі дні) та, відповідно, статей 106, 72 і 107 цього Кодексу (невиплата відповідної грошової компенсації за вказані роботи) — у разі коли працівник перепрацьовує понад норму;
- статей 32 і 56 (неправомірне встановлення неповного робочого часу) — у разі недопрацювання нормативного часу.

О. Ф. КРИШАН
канд. екон. наук, доц.
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

Л. А. КВЯТКОВСЬКА
канд. екон. наук, доц.
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

СОЦІАЛЬНЕ ПАРТНЕРСТВО І ПЕРСПЕКТИВИ ЙОГО РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ

Соціальне партнерство — це система взаємозв'язків між найманими працівниками, трудовими колективами, професійними спілками з одного боку, роботодавцями та їх об'єднаннями — з іншого, і державою та органами місцевого самоврядування — з третьої. Їх представниками та спільно створеними органами з регулювання соціально-трудових відносин (взаємозв'язку) укладаються у взаємних консультаціях, переговорах та примирних процедурах договори на взаємоузгоджених принципах з метою дотримання прав та інтересів працівників, роботодавців та держави.

Суть соціального партнерства полягає в тому, що це специфічний вид суспільних відносин між різними соціальними групами, верствами та класами, які мають суттєво відмінні соціально-економічні та політичні інтереси. Ці різні інтереси що неспроможні стати однаковими, проте можливе їх поєднання, забезпечення певного балансу реалізації. Становлення та розвиток соціального партнерства забезпечується створенням його системи, є складною та динамічною освітою структурно-організаційних елементів (суб'єктів, предмета, нормативно-правового забезпечення), форм, ідеології, культури, принципів, методів, засобів, тактики, технологій взаємовідносин, об'єднаних певного механізмом.

Основними засадами соціального партнерства в Україні мають бути: законність; повноваження та рівноправність сторін та їх представників, сприяння держави розвитку соціального партнерства на демократичних засадах, свобода вибору та обговорення питань, що входять до сфери соціального партнерства; добровільність та реальність зобов'язань, що приймаються сторонами; обов'язковість виконання досягнутих домовленостей, відповідальність за виконання взятих на себе зобов'язань, контроль за виконанням досягнутих домовленостей.

Держава у соціальному партнерстві грає кілька важливих ролей: власника, роботодавця. Інші основні функції держави у системі соціального партнерства такі: законодавча, право- та нормотворча, прогностична, організаторська, контрольна та арбітражна. Завдання держави полягає у створенні за участю організацій роботодавців та найманих працівників ефективної системи

соціального партнерства та впровадженні механізму та забезпечує життєдіяльність цієї системи задля задоволення суспільних потреб у галузі соціально-трудових відносин.

Найбільш інституційно структурованою ланкою соціального партнерства в Україні зараз є профспілки. Відповідно до Закону України "Про профспілки, їх права та гарантії діяльності", іншим нормам законодавства України та міжнародним нормам профспілки здійснюють представництво від імені працівників на колективних переговорах, під час укладання угод на державному, галузевому, регіональному та виробничому рівнях.

Організації та об'єднання роботодавців є одним із основних суб'єктів соціального партнерства. Основними завданнями організацій роботодавців у справі оздоровлення соціально-трудових відносин в Україні, поширення соціального партнерства мають стати наступні:

- представництво та захист спільних інтересів та прав роботодавців у соціально-трудових відносинах;
- участь у проведенні переговорів та укладанні дво- та тристоронніх угод на всіх рівнях;
- координація дій у виконанні зобов'язань, прийнятих відповідно до укладених угод;
- сприяння вирішенню колективних трудових спорів та запобіганню страйкам, поширенню управлінських знань та досвіду;
- надання роботодавцям різних послуг — інформаційних, консультаційних, навчальних, юридичних, посередницьких у справі врегулювання трудових конфліктів та інше.

Нинішній стан відносин соціальних партнерів у сфері праці в Україні слід охарактеризувати як переважання формальних процедур соціального партнерства, які не мають вагомих реальних економічних наслідків. У найближчій перспективі всі сторони соціально-трудових відносин в Україні мають зайняти свою нішу у справі регулювання національного ринку праці з метою його соціалізації.

Основним завданням профспілок має стати реальне покращення умов продажу трудових послуг найманими працівниками;

Підприємці повинні усвідомити як реальний факт залежність успішності свого бізнесу від соціального становища в країні та на підприємстві, отже враховувати й інші, крім збагачення, цілі підприємницької діяльності та людського життя в цілому;

Держава має створити механізм заохочення сторін до вирішення соціальних та трудових проблем методами соціального партнерства.

Джерела

1. *Колот А. М.* Соціально-трудові відносини: теорія і практика регулювання. К: КНЕУ,2005. 230с.
2. *Прощаков В.* Як зміцнити соціальне партнерство. *Праця і зарплата.* 2003. № 48. С. 4–5.

О. Ф. КРИШАН
канд. екон. наук, доц.
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

О. О. ПУСТОВІТ
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

ІНВЕСТИЦІЇ ЯК ІНСТРУМЕНТ УПРАВЛІННЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИМ РОЗВИТКОМ

Інвестування — це процес розміщення грошових коштів в різноманітних фінансових інструментах, таких як акції, облігації, нерухомість та інші, з метою отримання доходу або збільшення капіталу. Інвестиції дозволяють диверсифікувати портфель, тобто розподілити ризики між різними активами та ринками, що допомагає зменшити загальний ризик інвестування. Важливо мати чітку стратегію інвестування, яка відповідає власним фінансовим цілям та терпінню, оскільки успішні інвестиції часто потребують довгострокового підходу. Постійне навчання та аналіз ринку допомагають інвесторам приймати обґрунтовані рішення та впевнено реагувати на зміни у фінансовому середовищі. У кінцевому підсумку, інвестування є важливим інструментом для досягнення фінансової незалежності та забезпечення майбутнього благополуччя.

Інвестиції є не лише шляхом досягнення фінансового зростання, але і можливістю забезпечення фінансової стабільності та захисту від інфляції. Правильно розподілені інвестиції дозволяють збільшувати капітал, зберігати та примножувати власні активи. Важливо також зазначити, що інвестування відображає рівень ризику, який інвестор готовий прийняти, та його інвестиційний горизонт, адже різні види інвестицій мають різний рівень ризику та потенційного доходу. Також важливо пам'ятати про етичний аспект інвестування: деякі інвестори враховують соціальну відповідальність та екологічні аспекти у своїх інвестиційних рішеннях, спрямовуючи свій капітал у проекти та компанії, які сприяють сталому розвитку. У кінцевому підсумку, інвестування відкриває безліч можливостей для досягнення фінансових цілей та реалізації мрій.

Крім того, інвестування може впливати на економічний розвиток суспільства шляхом сприяння виробництву, створенню нових робочих місць та інноваційним проектам. Інвестори часто вибирають напрямки, які вони вважають перспективними для розвитку, такі як технології майбутнього, відновлювана енергія або медичні дослідження. Це допомагає стимулювати прогрес і сприяє створенню сприятливих умов для економічного зростання.

Також інвестування може мати важливий соціальний вплив, особливо через механізми соціального інвестування та філантропії. Інвестори можуть

направляти свій капітал на проекти, спрямовані на розвиток освіти, підтримку бідних шарів населення, а також на захист довкілля та боротьбу зі зміною клімату [1].

Отже, інвестування має глибокий соціальний, економічний та екологічний вплив, що підкреслює його важливість для розвитку суспільства та забезпечення сталого майбутнього. Далі, інвестори мають можливість впливати на корпоративне управління шляхом голосування за рішення на загальних зборах акціонерів та висловлення своєї думки щодо стратегії компанії. Це сприяє покращенню прозорості, ефективності та відповідальності корпоративних структур перед акціонерами та суспільством в цілому.

Також, інвестування може стати інструментом для досягнення особистих та соціальних цілей. Наприклад, інвестування в освіту може допомогти забезпечити доступ до вищої освіти для більш широкого кола людей, тоді як інвестування в місцеві спільноти може сприяти розвитку інфраструктури та підвищенню якості життя мешканців.

Усе це підкреслює важливість інвестування як стратегічного інструменту не лише для особистого фінансового успіху, але й для соціального розвитку та створення кращого майбутнього для всіх. Далі, інвестування може стати каталізатором інновацій та технологічного прогресу. Інвестори, спрямовуючи свій капітал у стартапи та дослідницькі проекти, сприяють розвитку нових ідей, технологій та продуктів, які можуть змінити світ.

Крім того, інвестування може стати джерелом доходу для пенсіонерів та інших осіб, які планують забезпечити собі фінансову безпеку на майбутнє. Розумне управління пенсійними фондами та іншими інвестиційними інструментами може допомогти забезпечити стабільний дохід під час пенсійного віку.

Нарешті, інвестування може сприяти розвитку глобальних ринків та міжнародної співпраці. Шляхом інвестування в компанії та проекти у різних країнах, інвестори сприяють економічному зростанню та обміну знаннями та технологіями між країнами [2].

У підсумку, інвестування має широкий спектр позитивних впливів, включаючи стимулювання економічного розвитку, сприяння інноваціям, забезпечення фінансової безпеки та сприяння соціальному прогресу та співпраці. Отже, інвестування відіграє критичну роль у фінансовому, соціальному та економічному розвитку суспільства. Воно не лише допомагає індивідуальним інвесторам забезпечити фінансову стабільність та зростання капіталу, але й сприяє розвитку бізнесу, інновацій та соціальної відповідальності. Інвестування має потужний потенціал стати каталізатором позитивних змін у всіх сферах життя, якщо воно використовується з урахуванням різноманітних фінансових, екологічних та соціальних аспектів.

Джерела

1. *Грідасов В. М., Кравченко С. В., Ісаєва О. Є.* Інвестування: навч. посіб. К.: ЦУЛ, 2004.
2. Інвестиції та інвестиційна діяльність. URL: https://ru.osvita.ua/vnz/reports/econom_theory/21584/

О. Л. КУЗНЕЦОВА
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

УПРАВЛІННЯ ОБОРОТНИМИ АКТИВАМИ ЯК ЗАПОРУКА СТАБІЛЬНОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ СЬОГОДЕННЯ

Проблема управління оборотними активами є однією з найбільш актуальних у рамках сучасного фінансового аналізу.

Саме від раціонального та ефективного управління оборотними активами залежать такі показники діяльності підприємств, як ліквідність, прибуток, рентабельність та фінансова стійкість.

У сучасних умовах функціонування кожен суб'єкт господарювання прагне стабільного функціонування та розвитку. При цьому саме зміст та структура активів формує визначальну частину підсумкового фінансового результату. Тому обов'язковою основою ефективного управління оборотними активами має бути система управління всіма його елементами, а саме:

- визначення цілей та завдань керівництва;
- створення інформаційних ресурсів, необхідних для аналізу, управління, прогнозування;
- аналіз оборотних активів та показників, що характеризують ефективність їх використання;
- визначення та оцінка факторів, що впливають на оборотні активи тощо.

Метою управління оборотними активами є визначення їх оптимальної структури та створення необхідних джерел грошових коштів у балансі між ліквідністю та рентабельністю підприємства. Саме завдяки системному підходу можна створити процес управління оборотними активами, який дозволить послідовне виконання наступних етапів, кожен із яких вирішує певне завдання в управлінні. Це й аналіз оборотних засобів, й показників, що характеризують ефективність їх використання; ідентифікація та оцінка факторів, які впливають на оборотний капітал тощо.

Також ефективність використання оборотних активів залежить від багатьох факторів, до яких належать як зовнішні: загальноекономічна ситуація, особливості податкового законодавства, умови кредитування тощо, так і внутрішні: обсяг виробництва та реалізації, темп розвитку підприємства, тривалість виробничого циклу, структура підприємства тощо.

У зв'язку з цим можна зазначити, що саме комплексний підхід дозволяє розглядати окремі компоненти оборотних активів з урахуванням їх взаємозв'язків та впливу на інші процеси у ланцюжку створення вартості. А для ефективного функціонування підприємству необхідно вести грамотну й ефективну політику та планувати його розвиток.

Джерела

1. *Бензерук М.* Необхідність управління оборотним капіталом підприємства в сучасних умовах. *Науковий вісник Одеського національного економічного університету*. 2016. № 9. С. 16–29. URL: http://n-isnik.oneu.edu.ua/collections/2016/241/page.php?id=abstract/ukr/16-29 (дата звернення: 12.02.2024).
2. *Поддєрьогін А. М., Білик М. Д.* Фінанси підприємств: підручник. Київ: КНЕУ, 2013. 219 с
3. Фінанси підприємств: навч. посіб. / за ред. Г. Я. Аніловської, І. Б. Висоцької. Львів: ЛьвДУВС, 2018. 440 с. URL: https://dspace.lvduvs.edu.ua/bitstream/1234567890/2356/1/%D1%84%D1%96%D0%BD%D0%B0%D0%BD%D1%81%D0%B8%20%D0%BF%D1%96%D0%B4%D0%BF%D1%80%D0%B8%D1%94%D0%BC%D1%81%D1%82%D0%B2.pdf (дата звернення: 12.02.2024).

Науковий керівник:
Ю. М. Заволока, канд. екон. наук, доц.

С. М. КУЗЬМЕНКО
Харківський національний університет міського господарства ім. О. М. Бекетова

СУЧАСНИЙ СТАН ОБОРОННОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ

Оборонна промисловість є особливою підсистемою суспільного господарства, що функціонує в умовах жорстких політичних та економічних обмежень, що визначають напрямки й особливості її розвитку. Поняття оборонного комплексу охоплює промислові підприємства, науково-дослідні установи, конструкторські та проєктні організації різних форм власності та статусу, які здійснюють свою діяльність у сфері виконання державного оборонного замовлення. Це означає, що вони спеціалізуються на виробництві продукції та наданні послуг, спрямованих на забезпечення обороноздатності країни.

Робота підприємств та організацій оборонно-промислового комплексу (ОПК) має ряд особливостей, що відрізняють їх від звичайних товаровиробників, що діють на ринкових умовах: високі вимоги до якості продукції, яка виготовляється, зокрема у порівнянні з продукцією цивільного призначення; монополія замовника, яка обумовлена переважанням державного оборонного замовлення; високий рівень наукоємності та високотехнологічності розробки та виробництва більшості продукції; довгострокові та капіталомісткі інвестиційні проекти; наявність надлишкових (мобілізаційних) потужностей; високий рівень спеціалізації та монополізації виробників; повільніший темп оновлення зразків продукції порівняно з цивільним виробництвом, що не пов'язаний з потребами ринку; особливі умови інформаційного обміну,

обумовлені необхідністю забезпечення конфіденційності, що обмежують можливості співпраці та передачу технологій.

Нині оборонно-промисловий комплекс України охоплює 500 підприємств, на яких задіяно 300 тисяч працівників. Попри бойові дії, економіка нашої країни розвивається. І ОПК робить свій вагомий внесок: з 4,9 % зростання ВВП України 1,5 % дала оборонна галузь у 2023 році.

Виробництво на державних підприємствах у грошовому еквіваленті зросло на 92 % (у порівнянні з 2022 роком) і склало більше 79 млрд грн, це понад 637 тисяч одиниць виробленої і відремонтованої продукції, що становить 1117 % від минулого року.

Ще більше виросли приватні виробники, як і загальна частка приватного бізнесу в ОПК — їх стало вчетверо більше. Нині приватні компанії кількісно складають 4/5 ринку [1].

За даними аналітиків, виробництво мінометних боєприпасів зросло у 42 рази, а артилерійських — у 2,8 раза. Крім того, в Україні почали виробляти патрони для стрілецької зброї, снаряди калібру 73 мм, 125 мм, ВОГ-17, ВОГ-25 та боєприпаси для безпілотних літальних апаратів.

Головною проблемою у виробництві боєприпасів є нестача вибухових речовин та пороху. Одним із можливих варіантів вирішення — це лібералізація ринку, що дозволить приватним виробникам працювати у цьому сегменті.

Українські виробники поставляють на фронт широкий спектр виробів: fpv-дрони, безпілотні літальні апарати для розвідки та коригування вогню, ударні дрони різної дальності, в тому числі дрони-камікадзе з дальністю понад 1000 кілометрів, морські дрони, наземні роботизовані системи різного призначення: для медичної евакуації, логістики, мінування.

Станом на кінець 2023 року річні виробничі спроможності державних та приватних виробників становлять: 1 млн fpv-дронів; десятки тисяч ударних дронів середньої дальності; тисячу далекобійних ударних дронів (1000+ км). Таку кількість можна виготовити в Україні за умови довгострокового контрактування з Міноборони.

З метою прискорення темпів виробництва та збільшення їх обсягу, активно залучаються до співпраці компанії оборонного сектору країн-партнерів. Так, вже укладено перші угоди про партнерство між українськими та іноземними компаніями, включаючи угоди про створення спільних підприємств.

За даними Міністерства стратегічних галузей промисловості, передбачається шестиразове зростання обсягів виробництва оборонно-промислового комплексу в 2024 році порівняно з 2023 роком. Однак на шляху до цього є кілька проблем: недостатнє фінансування, нестача пороху та вибухових речовин, постійні обстріли наших підприємств.

З червня 2023 року Міністерство стратегічних галузей промисловості контролює та координує процес відновлення та облаштування об'єктів цивільного захисту. Міністерство розпочало Всеукраїнський проект "Залізне укриття", спрямований на ремонт та облаштування укриттів цивільного захисту по всій країні, з метою забезпечення комфортного перебування під час повітряної тривоги.

Отже, розвиток ОПК в Україні залежить від різноманітних факторів, які включають: наявність висококваліфікованих фахівців та наукових кадрів у галузі оборонного виробництва; підтримка та розвиток наукових досліджень та інновацій у сфері військово-прикладних технологій; достатнє фінансування з боку держави та інвестиції приватного сектору; співпраця з міжнародними партнерами та ефективна державна політика, спрямована на підтримку та розвиток оборонного сектору.

Джерела

1. Мінстратегпром: виробничі потужності оборонно-промислового комплексу цього року зросли втричі. *Урядовий портал*: Єдиний веб-портал органів виконавчої влади. URL: https://www.kmu.gov.ua

К. Р. КУРБАНОВ
д-р техн. наук, проф.
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

І. М. ТАРАСЕНКО
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

ПРОБЛЕМИ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ З ВИКОРИСТАННЯМ "ЗЕЛЕНИХ" ТЕХНОЛОГІЙ В УКРАЇНІ

Повітря, біосфера та вода завжди вважалися суспільними благами, які нікому не належать і тому можуть використовуватись як ресурси та як місця для скидання всіляких відходів. При використанні цих природних ресурсів ні виробники, ні споживачі не несуть втрат і тому, зазвичай, не враховують в своїх витратах. Така практика призвела до того, що традиційні моделі промислового виробництва та споживання втратили екологічну стійкість. Стійкий економічний розвиток не може бути забезпечений без переходу від традиційної моделі зростання економіки до моделі з використанням зелених технологій. Високий рівень виробництва та зайнятості в перспективі мають досягатися без завдання шкоди природному середовищу.

При цьому бізнес найвідповідальніший за екологічну ситуацію на планеті. І не має значення який бізнес призвів до теперішньої екологічної ситуації: китайський, американський, німецький чи український — планета у нас одна. Не можна стояти осторонь, необхідно створити план дій щодо зниження негативного впливу на навколишнє середовище та цілеспрямовано реалізовувати його. Це і є "зелений бізнес" і така діяльність стає справді ефективною як для бізнесу, так і для довкілля, і для людства загалом.

Тобто зелений бізнес створюється для задоволення потреб громади в продуктах та послугах, які чинять менший вплив на довкілля та покращують його стан. Ідеї розвитку зеленого бізнесу ґрунтуються на усвідомленні громадою важливості екологічних питань, що зі свого боку створює попит на екологічно чисту продукцію та послуги [3].

На жаль, у менталітеті більшості жителів України ще не вкоренилося, що треба берегти те, що знаходиться довкола. Тому вкрай складно говорити про зелені технології у нашій країні.

Наприклад, якщо йдеться про будівництво, не має значення: буде житиме вона (людина) у "зеленому" будинку чи ні. Крім того, очевидним є той факт, що зелені технології — дорога річ, і споживач за нинішніх умов не готовий переплачувати. А бізнес не готовий будувати те, що не матиме попиту [1].

Основна частина "зелених" технологій зосереджена у відносно невеликій кількості країн, причому різні країни спеціалізуються на тих чи інших видах технологій. Технології боротьби з водним і повітряним забрудненням, управління відходами активно розвиваються у країнах ОЭСР: у Австралії — боротьби з забрудненням води, у Данії — по відновлюваної (насамперед вітрової) енергетиці, у Німеччині — боротьби з забрудненням повітря, в Іспанії — з сонячної енергетики. Значний прогрес у розробці "зелених" технологій відзначається також у країнах БРІІКС: Бразилія, Росія, Індія, Індонезія, Китай, ПАР розробляють технології управління відходами, контролю над забрудненням води та відновлюваної енергетиці [2].

У перспективі очікується подальший прискорений розвиток широкого спектра екологічно чистих технологій. За оцінками експертів стратегічної консалтингової компанії Roland Berger, екологічні технології стануть лідируючими у розвитку світового господарства в XXI ст. До найбільш гострих глобальних екологічних проблем сьогодні відносять зміну клімату, доступ до якісної води та інших ресурсів, а також втрату біорізноманіття, тому можна припустити, що розвиток технологій буде спрямований на їх вирішення.

Серед важливих обмежень запровадження зелених технологій слід зазначити такі:

- висока витратність на початкових етапах їх розвитку в деяких секторах економіки (при подальшому збільшенні економічної ефективності в міру використання та розширення обсягів застосування);
- недоліки регулювання цієї сфери (не лише в Україні, а й у розвинених країнах);
- тривалість процесу їх розробки та застосування часто при непередбачуваних результатах (що впливає на рішення підприємств);
- складність перебудови громіздкої енергетичної та транспортної інфраструктури;
- дефіцит кваліфікованих дослідників та управлінців;
- психологічна неготовність людей до серйозних змін у бізнесі та приватному житті.

Проте розвинені (і деякі, які швидко розвиваються) країни переорієнтують свою економічну політику на "зелений" розвиток, стимулюють розробку

та впровадження екологічних технологій, націлюють освітні програми формування екологічної свідомості, проводять широкі інформаційні кампанії [2].

Проблеми, пов'язані з організацією та розвитком зелених технологій в Україні, стоять ще гостріше, ніж у багатьох європейських країнах.

Україна входить до десятки країн світу, які виробляють найбільшу кількість різних твердих відходів. Про це пише журнал HB, посилаючись на дані американського агентства 24/7 Wall Street. За оцінками Держстату, щорічно в Україні утворюється до 500 млн т відходів, у тому числі від первинного (76 %) і вторинного (близько 18 %) виробництв, від сільського господарства (близько 2 %). Ще 2 % припадає на побутові відходи — їх щорічно виробляється близько 12 млн т. З них лише 5 % сортується і ще 1 % спалюється на заводі Енергія в Києві. Левова ж частка — 94 % — захоронюється, потрапляючи на легальні та нелегальні звалища, яких у країні налічується десятки тисяч. Лише офіційних полігонів близько 5 тисяч і вони займають територію, яка більша за територію міста з населенням 300 тисяч осіб.

Відповідно до піраміди правильного поводження з відходами, ієрархія управління відходів виглядає так:

- запобігання утворенню відходів;
- повторне використання;
- переробка матеріалів та біологічне очищення;
- інші види переробки — наприклад, для виробництва енергії;
- поховання відходів на звалищах [4].

Для того, щоб планета стала більш придатною для життя, людям необхідно зрозуміти, що Земля — це їхній дім, у якому мають підтримуватись чистота та порядок. І будь-які відступи від цього правила, зокрема й війни, ведуть до знищення життя на планеті.

Джерела

1. Как "зеленые" технологии помогают экономить и делать окружающую среду лучше. URL: google.com/search?q= как + «зеленые» + технологии + помогают + экономить + и + делать + окружающую + среду +лучше&sxsrf=APq–WBsTH0blLH_YwseOeB9WPFIUJgGtwA%3A16450 09279388&e...
2. *Пискулова Н.* "Зеленые" технологии в глобальной экономике. URL: eussiacouncil.ru/analytics – and – comments/analytics/zelenye – tekhnologii – v – globalnoy – ekonomike/
3. *Рамсли С.* Актуальность "зеленых технологий". URL: tssonline.ru/aryicles2/fix – corp/aktualnost – zelenyh – tehnologiy
4. Страна покрытая свалками. Как (не)решают проблемы с отходами в Украине, а как в других странах мира – инфографика. URL: https://newsrealtime.biz/страна-покрытая-свалками-как-нерешают/amp/

Д. І. КУЧЕР
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

СПЕЦИФІКА ВІДТВОРЕННЯ НЕОЛОГІЗМІВ СУЧАСНОЇ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ

Мова та її словниковий мають нерозривний зв'язок із суспільною діяльністю людей. Оскільки мова є найголовнішим засобом спілкування, то її словниковий склад швидко реагує на зміни, що відбуваються в життєдіяльності суспільства. Постійне збагачення мови новою лексикою призвело до розвитку науки неології. Неологія пов'язана з такими напрямами: пошук та інтерпретація нових лексичних одиниць, визначення основних способів утворення, переклад нових слів та їхній лексикографічний опис [3]. Під неологізмом, як правило, розуміють слово або словосполучення, яке використовується в мові в певний проміжок часу на позначення нового поняття чи поняття, що вже існує, але яке застосовується в новому значенні [5, с. 417].

Поширення неологізмів в мові є результатом взаємодії екстралінгвістичних та лінгвістичних чинників. До лінгвістичних чинників можна віднести використання мови для вираження нових ідей, концепцій, технологічних досягнень, що викликає потребу в нових лексичних одиницях. На структурному рівні зміни в граматиці, фонетиці, синтаксисі або морфології можуть стимулювати творення нових слів або варіантів наявних слів. Екстралінгвістичні чинники охоплюють соціокультурні та технологічні трансформації:, коли через зміни в соціальних та культурних сферах, впровадження нових технологій, виникають нові поняття та ідеї, які потребують відповідної лексики. Поширення неологізмів може відбуватися через усі аспекти комунікації, від усного мовлення та письма до мас-медіа та цифрових комунікацій.

Коли нові слова або вирази стають загальновживаними, то вони визнаються мовцями й можуть відбиватися в словниках. Соціалізація неологізмів призводить до поступової втрати їхнього статусу [1, с. 146].

У процесі перекладу англійських неологізмів можуть виникати складнощі через те, що не всі новоутворені лексичні одиниці можуть бути закріпленими в спеціалізованих словниках, а тому перекладачеві необхідно звертати увагу на контекст, особливості творення неологізмів та правильну інтерпретацію їхніх складових елементів [4, с. 99].

Залежно від контексту, перекладач обирає найдоцільніший спосіб перекладу або застосовує різні комбінації перекладацьких методів для найефективнішого відтворення неологізмів.

Найпоширенішими способами перекладу є транскрибування та транслітерація, калькування, описовий переклад, прийом прямого включення, приблизний переклад. Процес відтворення англійських неологізмів українською мовою складається з двох етапів: пояснення значення нового слова та пере-

дача його засобами української мови. Переклад повинен бути лаконічним та доступним для сприйняття україномовним реципієнтом [2, с. 180].

Джерела

1. *Астаніна Н. А.* Нові англомовні запозичення як один із засобів створення мовної картини світу мови реципієнта. *Нова філологія*. 2003. № 2. С. 145–149.
2. *Драбов Н.* До питання перекладу англійських неологізмів. *Актуальні питання гуманітарних наук*. 2015. Вип. 13. С. 176–181.
3. *Зацний Ю. А.* Неологізми англійської мови 80–90 років XX століття. Запоріжжя: РА "Тандем-У", 1997. 396 с.
4. *Костенко О. Г.* Сучасні англійські неологізми та способи їх перекладу українською мовою. *Закарпатські філологічні студії*. 2020. Вип. 13. Том 2. С. 97–100.
5. *Селіванова О.* Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія. Полтава : Довкілля. К, 2006. 716 с.

Науковий керівник:
Л. В. Комар, старший викладач

Р. В. ЛЕВКІНА
д-р екон. наук, проф.

С. А. УРАЗГІЛЬДЯЄВ
здобувач PhD
Національний університет "Одеська політехніка"

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ ВЗАЄМОДІЇ СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦТВА

Питання соціально-економічної взаємодії є наразі надзвичайно актуальними, оскільки фактично формують механізми, що дозволяють спільними зусиллями вирішувати проблеми, які неспроможні самостійно вирішити суб'єкти підприємництва будь-якої галузевої належності або органи влади. Тільки у стійкій співпраці можуть бути реалізовані соціальні підприємницькі проекти, програми відбудови населених пунктів, запуск у виробництво соціально значимих товарів, але неефективних товарів. Отже тема нашого дослідження є актуальним, своєчасним і формує теоретико-методичний базис для формування інноваційних механізмів реалізації соціально-економічної взаємодії у підприємництві. Зважаючи на умови невизначеності й ризику, у яких наразі опинилися суб'єкти підприємництва, що ускладнюються необхідністю функціонувати на деокупованих територіях або у зоні бойових

дій, вони роблять майже неможливе для вирішення соціальних проблем у місцевих громадах.

Огляд публікацій на зазначену тему свідчить про достатньо широкий перелік наукових праць, які присвячені соціально-економічним питанням і навіть методології соціально-економічного розвитку країн, регіонів, територіальних громад [1; 2]. Представлені стратегії соціально-економічного розвитку і запропоновані механізми їх реалізації на практиці у розрізі складових, методів, інструментів, оцінки внутрішнього й зовнішнього середовища малих і крупних підприємств [3]. Часто питання соціально-економічного розвитку досліджують одночасно зі сталим розвитком, зважаючи на структуру складових останнього. Автори даної публікації також мають певні наукові результати, які опубліковані у багатьох фахових публікацій та монографіях, серед яких [4; 5]. Проте існують окремі питання, дослідження яких є достатньо обмеженими і потребують акцентування уваги на механізмі соціально-економічної взаємодії у підприємництві. Потребують дослідження теоретичні й методичні основи такої взаємодії починаючи з самого поняття. Звичайно "соціально-економічна взаємодія" як поняття є неновим, воно зрозуміле, логічне, але вимагає конкретизації й уточнення. Так дослідженням різних аспектів реалізації економічної взаємодії займалися такі науковці: І. П. Тимечко, Н. М. Богдан, Г. В. Ортіна, Л. С. Лісовська. Наприклад, Л. С. Лісовська розглядає дане поняття з двох позицій: як систему і як процес, кожний з яких, на наш погляд, є правильним з певної точки зору . Так вона визначає наступні елементи економічної взаємодії як системи: спільну мету, єдиний результат, спільні дії, спільну мотивацію, спільне розуміння цінності спільних дій та результату. Для визначення економічної взаємодії як процесу вона вказує: елементи системи (суб'єкти взаємодії, їх контакти і фізичний рух); спільні дії (взаємини, інформаційні зв'язки, взаємовплив) та взаємодію, що є результатом взаєморозуміння. Ми цілком погоджуємося з таким підходом науковця до формулювання поняття "економічна взаємодія" як системи і процесу, проте вважаємо, що для проведення власних досліджень більш доцільним є останній, де первинне місце у якості елементів системи займають суб'єкти взаємодії. Саме вони впливають і визначають спільні дії і потенціал для знаходження взаєморозуміння, відповідно, мають визначальний вплив і на результат взаєморозуміння – взаємодію. Цікавим є визначення Н. О. Євтушенко, згідно якого взаємодією суб'єктів господарювання є універсальна форма взаємозв'язку між підприємствами, які здійснюють "постійний соціально-психологічний взаємовплив структурних елементів різних рівнів на систему управління з метою забезпечення механізму організаційно-економічного розвитку у довгостроковій перспективі". Отже, підтверджується нерозривність і взаємозалежність економічної взаємодії із соціальними питаннями. Ми вважаємо, що при визначенні поняття "соціально-економічна взаємодія" повинно враховувати зворотні реакцій і побудову балансів інтересів, а також рівень інтелекту кожного суб'єкту, його професійної й соціальної належності, освіти, психологічних якостей, ставлення до ризику й умов невизначеності, навичок комунікації та ін.

Джерела

1. *Стоянець Н. В.* Методологічні аспекти соціально-економічного розвитку регіону. *Науковий вісник МДУ*. 2015. 2 (2). С. 208–213.
2. *Ксьонжик І. В., Потравка Л. О., Замковий В. М.* Соціально-економічний розвиток територіальних громад в Україні в контексті децентралізації. *Державне управління: удосконалення та розвиток*. 2020. № 11. http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=1843
3. *Дідур К.* Стратегії соціально-економічного розвитку підприємства. Актуальні проблеми сучасного бізнесу: обліково-фінансовий та управлінський аспекти: матеріали V Міжнародної наук.-практ. інтерн.-конф. 22-23.03.2023 р. Ч. 1. Львів: ЛНУП, 2023. С. 39–41.
4. *Levkina R. V.* The formation of organizational-economic mechanism for stable development of agricultural enterprises. *Technology Audit and Production Reserves*. 2013. 5 (3(13). P. 16–18.
5. *Gupta S. K., Reznik N., Cherkasov A., Kozhemiakina S., Levkina R.* An assessment of stock market application to speculative transactions for socio-economic growth. *Materials todayproceedings*. 2022. Vol. 49 (8). P. 3600–3602.

Л. ЛИМАР
А. В. ЛІЩЕНКО
канд. екон. наук, доц.
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ВНУТРІШНЬОГО КОНТРОЛЮ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ПІДПРИЄМСТВА

Внутрішній контроль як функція управління є комплексом різних операцій, пов'язаних зі спостереженням і перевіркою об'єктів управління, дотриманням та виконанням керованим суб'єктом управлінських рішень, виявленням відхилень від запланованих показників та проведенням регулюючих заходів. Він забезпечує стабільну роботу підприємства, оцінює результативність управління, підтримує стійкий рівень розвитку та рентабельності.

Внутрішній контроль взаємопов'язаний із такими функціями системи управління, як планування, регулювання, облік та аналіз. Ефективно функціонуюча організаційна модель внутрішнього контролю включає в себе сукупність цілей, завдань, принципів, суб'єктів, об'єктів, інструментів і стандартів, нормативного та інформаційного забезпечення, документування контрольного процесу, інформаційного забезпечення системи управління, прийняття ефективних управлінських рішень.

Для досягнення цілей внутрішнього контролю фінансових результатів повинні бути вирішені наступні завдання: забезпечення збереження активів та ефективності використання ресурсів підприємства; забезпечення вико-

нання планів збільшення фінансових результатів у результаті ефективного ведення господарської діяльності. Ефективне попередження, виявлення та усунення порушень у процесі фінансово-господарської діяльності підприємства; розробка та освоєння ефективних контрольних процедур, що дозволяють зменшити ризики, пов'язані з отриманням прибутку; запобігання чи своєчасне виявлення відхилень від запланованих параметрів; профілактика несумлінних дій працівників та третіх осіб, які впливають на формування фінансових результатів; забезпечення дотримання вимог законодавства та внутрішніх регламентів при формуванні фінансових результатів.

В економічній літературі виділяють такі принципи внутрішнього контролю фінансових результатів: законності, об'єктивності, систематичності, збалансованості, професійної компетентності, поділу обов'язків, відповідальності, раціональності та ін.

Нормативно-правову базу, що регулює внутрішній контроль фінансових результатів, можна подати у вигляді дворівневої системи: законодавчі та нормативні документи; внутрішні нормативні документи.

Інформаційну базу внутрішнього контролю фінансових результатів формують внутрішні документи організації та зовнішні документи вищих органів законодавчої та виконавчої влади, громадських організацій, кредитних установ, міжнародних організацій та ін.

В систему суб'єктів внутрішнього контролю фінансових результатів входять: керівник організації, служба внутрішнього контролю, керівники підрозділів та працівники організації. Для ефективного розмежування повноважень між ними необхідно розробити положення про структурні підрозділи, посадові інструкції та інші організаційно-розпорядчі документи, регулюючі їх діяльність.

Інструментарій внутрішнього контролю можна представити у вигляді комплексного механізму, що інтегрує та координує конкретні інструменти (методи)формування інформаційного забезпечення системи управління. До інструментів внутрішнього контролю можуть бути віднесені такі: нормативна перевірка; арифметичний контроль; взаємний контроль; зустрічна перевірка; економічний аналіз; простежування (передбачає перевірку від ділових первинних документів, правильність їх відображення в регістрах аналітичного та синтетичного обліку); спостереження при внутрішньому контролі фінансових результатів (здійснюється за точністю відображення виручки на бухгалтерських рахунках, правильністю класифікації доходів, віднесення різних груп витрат на собівартість продукції (робіт, послуг) та організації обліку витрат та калькулювання собівартості продукції (робіт, послуг); оцінка законності та обґрунтованості господарських операцій.

Об'єкти внутрішнього контролю фінансових результатів можуть бути представлені результатами фінансово-господарської діяльності підприємств, способами управління рішеннями, процесами освіти, розподілу та використання фінансових ресурсів.

Результати внутрішнього контролю служать основою інформаційного забезпечення системи управління для подальшого прийняття рішень, що

дозволяють забезпечити ефективне функціонування підприємства, його фінансову стійкість, конкурентоспроможність, забезпечити збереження та ефективне використання ресурсів підприємства. Для прийняття ефективних управлінських рішень необхідно впроваджувати контрольні процедури на кожній стадії процесу управління. Вони являють собою дії, які здійснюються на таких етапах, як планування, організація та регулювання реалізації управлінських рішень, облік та аналіз.

Джерела

1. *Радіонова Н. Й., Гайдей І. С.* Організаційні засади проведення аудиту фінансових результатів діяльності підприємства. *Економічний простір*. 2019. № 142. С. 136–148.
2. *Шум М. А., Паскова О. В.* Особливості обліку та аналізу фінансових результатів промислових підприємств в Україні. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. Серія: Економічні науки. 2017. Вип. 25. Ч. 2. С. 179–182.

В. В. ЛИННИК
Державний біотехнологічний університет

МІЖНАРОДНИЙ ЗАХИСТ ПРАВ БІЖЕНЦІВ

В основі міжнародного захисту біженців лежить право не бути примусово поверненим або депортованим у ситуаціях, які можуть загрожувати життю чи свободі особи. Цей принцип заборони примусового повернення закріплений в статті 33 Конвенції "Про статус біженців" 1951 року. Конвенція також встановлює основні права біженців і "мінімальні стандарти" поводження з ними, визначає правовий статус біженців, містить положення про працевлаштування та трудові права, соціальне забезпечення, положення щодо права біженця отримати посвідчення особи та проїзні документи, про регламент щодо оподаткування та прав біженців, що вони мають право перевезти своє майно, щоб оселитися в іншій країні, до якої їм надано право в'їзду. Інші положення Конвенції визначають права біженців у країні притулку: недискримінацію, свободу віросповідання, право на об'єднання, право на суд, право на працю, соціальні права, право на освіту, свободу пересування, право на проїзні документи.

Більшість положень Конвенції про статус біженців, за винятком статті 28, вимагають від держав надання біженцям тих самих прав, що й іншим іноземцям. Міжнародне право біженців включає низку стандартів, розроблених Виконавчим комітетом Управління Верховного комісара ООН у справах біженців, які не є юридично обов'язковими для держав, але були прийняті одноголосно представниками понад 60 країн і визнані такими, що відобража-

ють погляди міжнародної спільноти і володіють відповідним авторитетом. Вони відображають такі важливі питання, як процедури та критерії визначення статусу біженця, правила утримання біженців та шукачів притулку, захист жінок-біженок та зобов'язання держав перед біженцями в умовах великих міграційних потоків. Серед цих документів домінують конвенції про грубі порушення прав людини та конвенції про дискримінацію. Наприклад: стаття 3 Конвенції Організації Об'єднаних Націй проти катувань та інших жорстоких, нелюдських або таких, що принижують гідність, видів поводження та покарання 1984 року розвиває принцип заборони примусового повернення, зазначаючи, що "Жодна держава-учасниця не має права висилати будь-яку особу, передану іншій країні, якщо є вагомі підстави вважати, що їй може загрожувати катування" [1].

Права дітей-біженців визначаються рядом міжнародних конвенцій та документів, основними з яких є Конвенція ООН про права дитини: Стаття 2 — Недискримінація: діти-біженці мають право на захист від будь-якої форми дискримінації. Це означає, що всі права, визначені у Конвенції, надаються кожному дитині, незалежно від її статусу біженця чи мігранта. Стаття 22 — Захист для дітей, які перебувають під заходом держави для захисту: діти-біженці, які перебувають під заходом держави для захисту чи які звертаються за притулком чи допомогою, мають право на спеціальний захист та допомогу. Стаття 37 — Захист від поганого оброблення та використання: діти-біженці не повинні піддаватися поганому обробленню чи використанню, включаючи фізичне чи психічне насильство, зловживання, торгівлю або будь-яку форму експлуатації. Стаття 39 — Відновлення та реінтеграція: діти-біженці, які були жертвами будь-якої форми злочину чи експлуатації, мають право на відновлення та реінтеграцію у суспільство. Стаття 22 — Право на спеціальний захист та гуманітарну допомогу: діти-біженці мають право на спеціальний захист та гуманітарну допомогу, враховуючи їхні особливі потреби та вразливість [2].

У країнах притулку жінки-біженки часто стають жертвами фізичного, сексуального насильства та експлуатації. Зокрема, Конвенція про ліквідацію всіх форм дискримінації щодо жінок 1979 року спрямована на захист прав жінок [1]. Необхідність вжиття країнами належних заходів у відповідності до стандартів Ради Європи, які закріплені в міжнародно-правових інструментах Організації та безпосередньо стосуються захисту прав згаданої категорії жінок. Зокрема, це Конвенція про запобігання насильству стосовно жінок і домашньому насильству та боротьбу із цими явищами (Стамбульська конвенція), Конвенція Ради Європи щодо захисту дітей від сексуальної експлуатації та сексуального насильства (Ланцаротська конвенція) та Конвенція про заходи щодо протидії торгівлі людьми, а також приклади кращих практик їх імплементації. А також основні громадянські та політичні права: свобода совісті та релігії; свобода віросповідання та вираження поглядів; свобода пересування; захист сім'ї; право не піддаватися катуванням і такому, що принижує гідність, поводженню; захист іноземців від депортації. Основні економічні, соціальні та культурні права: право на соціальне забезпечення;

право на працю; право на освіту; право на достатній життєвий рівень, охорону здоров'я та житло; право на пошук притулку, яке прямо гарантується ст. 14 Загальної декларації прав людини [3].

Джерела

1. *Священук А. Л.* Проблеми прав біженців та виклики сучасності. Харків: ФОП Голембовська О.О, 2018. 321 с
2. Конвенція про права дитини / Міжнародний документ від 20.11.1989. URL:https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_021#Text
3. Захист прав жінок біженців та шукачів притулку. URL: https://mfa.gov.ua/news/45699-vidbuvsya-zahid-radi-jevropi-na-temu-zahist-prav-zhinok-bizhenciv-ta-shukachiv-pritulku-za-uchasti-zastupnika-ministra-zakordonnih-sprav-ukrajini-skislici

Науковий керівник:
М. М. Топоркова, канд. юрид. наук, доц.

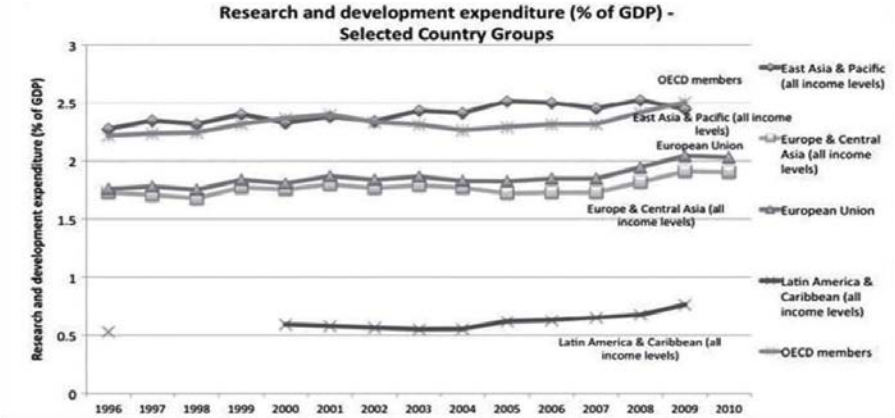
Ю. В. ЛИТВИН
здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
спеціальності Міжнародні економічні відносини
Національний університет "Львівська політехніка"

ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДЛЯ ПІДТРИМКИ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ

У наш час малий та середній бізнес відіграють ключову роль у розвитку економіки країни, сприяючи створенню робочих місць, забезпеченню інновацій та підтримці стійкого економічного зростання. Проте, ці сегменти підприємництва часто стикаються з рядом викликів, таких як обмежений доступ до капіталу, недостатня підтримка у вигляді консультацій та навчання, а також складність проходження бюрократичних процедур. Для забезпечення їхнього успішного розвитку необхідно застосовувати інноваційні підходи.

За статистикою, велика кількість малих та середніх підприємств банкрутують упродовж перших років своєї діяльності через фінансові труднощі та недостатню конкурентоспроможність. Згідно з даними Всесвітньої організації торгівлі (WTO) [1], майже 50 % малих підприємств припиняють свою діяльність протягом перших п'яти років. Саме інновації є надзвичайно важливим показником у сучасному світі, який є дуже швидкоплинним та мінливим. Тому задля того, щоб не залишатися позаду компанії та цілі країни вкладають численні кошти в інноваційні проекти, що ми можемо більш детально спостерігати на рис.

Аналізуючи графік, ми можемо визначити, які регіони виділяють на фінансування інноваційною діяльності найбільший відсоток від ВВП. Най-



Динаміка витрат на дослідження та розробки окремих країн
Джерело: [2].

більші показники є у країн Азії та країн, що входять до Організації економічного співробітництва та розвитку, їх відсоток сягає меж від 2 до 2,5. Проте, варто зазначити, що при більшому ВВП країни із меншим відсотком можуть виділяти більше саме коштів, тому це швидше можна розглядати як показники зацікавленості в інноваціях.

Одним з інноваційних підходів для підтримки малого та середнього бізнесу є створення інкубаторів та акселераторів. Це спеціалізовані організації, які надають підприємцям доступ до необхідних ресурсів, таких як фінансова підтримка, консультації експертів, менторство та можливості для мережевого зв'язку. Інкубатори допомагають стартапам у стадії розвитку ідеї, водночас акселератори сприяють швидкому росту вже існуючих підприємств. Ще одним інноваційним підходом є використання технологій блокчейн. Блокчейн може допомогти у спрощенні процесу фінансування для малих та середніх підприємств шляхом використання смарт-контрактів та безпеки даних. Це може зменшити витрати на посередників та забезпечити більшу прозорість та ефективність у функціонуванні бізнесу. Крім того, інноваційні підходи можуть включати в себе створення спеціалізованих програм навчання та підтримки для підприємців, які допомагають розвивати їх навички у сферах управління, маркетингу, фінансів та інновацій. Також важливо створювати сприятливе законодавство для малого та середнього бізнесу, яке сприяє їх розвитку та захищає їхні права.

Можна зробити висновок, що інноваційні підходи для підтримки малого та середнього бізнесу є ключовим елементом у забезпеченні сталого економічного зростання та підтримки підприємництва. Вони допомагають знижувати ризики для підприємств, стимулюють їх інноваційний потенціал та сприяють їх успішному розвитку на ринку. Тому важливо продовжувати розвивати та впроваджувати новаторські методи підтримки малого та середнього бізнесу для побудови стабільної та конкурентоспроможної економіки.

Джерела

1. Small Business Management: Launching & Growing Entrepreneurial Ventures by Justin G. Longenecker, J. William Petty, and Leslie E. Palich.
2. *Sergio Olavarrieta, Mauricio G. Villena.* Innovation and business research in Latin America: An overview. URL: https://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/128763/Innovation-and-business-research-in-Latin-America-An-overview.pdf?sequence=1 (дата звернення 06.02.2024).

Науковий керівник:
О. І. Корицька, канд. екон. наук

С. М. ЛИТВИНЕНКО
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

ВПЛИВ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ НА РИНОК ПРАЦІ

Сучасний світ переживає період революційних змін, які визначають новий етап економічного та технологічного розвитку — еру цифрової економіки. Ці зміни суттєво впливають на всі аспекти суспільства, але особливо вагомий вплив вони мають на ринок праці. Зростання інформаційних технологій, впровадження штучного інтелекту, розширення мережевих технологій та використання великих обсягів даних створюють нові умови для виробництва, обміну та споживання товарів та послуг [1].

Ринок праці стає особливим об'єктом перетворень, які вимагають адаптації та вдосконалення. Цифрова трансформація не лише переписує правила гри для бізнесу та промисловості, але й переформатує вимоги до працівників, розширюючи можливості та ставлячи перед ними нові виклики [2]. У цьому контексті важливо ретельно розглянути вплив цифрової економіки на ринок праці, розкрити ключові аспекти цього впливу та визначити стратегії, які допоможуть суспільству та працівникам ефективно адаптуватися до нових реалій.

При дослідженні впливу цифрової економіки на ринок праці були використані різноманітні матеріали та методи, які дозволили отримати об'єктивні дані та зробити науково обґрунтовані висновки. Були проаналізували статистичні дані про зміни на ринку праці, зібрані відповідними державними органами та міжнародними організаціями. Деякі матеріали містили результати конкретних емпіричних досліджень, які були проведені серед робітників та роботодавців [3].

Для опису змін на ринку праці, ідентифікації трендів та виявлення основних відмінностей використовувався дескриптивний аналіз. Для встановлення статистичної значущості певних тенденцій та взаємозв'язків були використані статистичні методи обробки та аналізу великих обсягів даних

[4]. На основі отриманих результатів можна зробити наступні висновки та рекомендації.

Впровадження цифрових технологій призвело до зміни структури робочих місць. Традиційні рутинні завдання, особливо у сфері виробництва, стали автоматизованими, тоді як попит на спеціалістів з інформаційних технологій, аналітиків та креативних професій збільшився [5].

Цифрова економіка сприяє появі нових форм зайнятості, таких як фриланс та робота на відстані. Ці форми роботи надають більшу гнучкість та можливості самореалізації працівникам, але також ставлять питання щодо соціального захисту та безпеки праці. Впровадження цифрових технологій ставить перед працівниками нові вимоги щодо навичок. Навички в області інформаційних технологій, аналітики даних та вміння працювати з новими програмами стають все важливішими для успішної кар'єри. Результати дослідження підкреслюють потребу у нових стратегіях та новій політиці, які сприятимуть адаптації працівників до нових умов ринку праці та забезпечать соціальну справедливість. Отже, цифрова трансформація суттєво змінює ландшафт ринку праці, створюючи певні виклики та можливості для працівників та роботодавців. Адаптація до цих змін стає ключовим аспектом успішного функціонування на сучасному ринку праці.

Зараз важливою стає не лише професійна кваліфікація, але і володіння цифровими навичками. Люди, які вміють ефективно працювати з інформаційними технологіями, мають більше можливостей на ринку праці. Швидкі технологічні зміни вимагають від працівників гнучкості та здатності до постійного навчання протягом усього життя. Регулярна перепідготовка та самовдосконалення стають ключовими стратегіями успішної кар'єри. Поряд із розвитком цифрової економіки необхідно забезпечити соціальний захист працівників та встановити ефективні механізми регулювання ринку праці. Це включає в себе розробку нової політики зайнятості, нових програм соціального захисту та реформу системи освіти.

Важливою є підтримка інклюзивного розвитку, щоб уникнути зростання соціальної нерівності та відставання певних груп населення в умовах цифрової трансформації.

Отже, розвиток цифрової економіки вимагає комплексного підходу до управління ринком праці, що забезпечить не лише ефективність економіки, але й соціальну справедливість та сталість суспільства.

Джерела

1. European Commission. "Digital Economy and Society Index Report." URL: https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/desi/ (дата звернення: 10.02.2024).
2. Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD). "OECD Employment Outlook." URL: https://www.oecd.org/employment-outlook/2023/ (дата звернення: 11.02.2024).
3. Pew Research Center. "The Future of Work and the Rise of the Gig Economy." URL: https://www.naco.org/sites/default/files/documents/ Gig-Economy.pdf (дата звернення: 11.02.2024).

4. McKinsey Global Institute. “Jobs lost, jobs gained: Workforce transitions in a time of automation.” URL: https://www.mckinsey.com/~/media/BAB489A30B724BECB5DEDC41E9BB9FAC.ashx (дата звернення: 09.02.2024).
5. European Commission. “Digital Economy and Society Index Report.” URL: https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/desi/ (дата звернення: 29.01.2024).

Науковий керівник:
М. В. Сідненко, старший викладач

М. С. ЛИТВИН
ПрАТ “ВНЗ “МАУП”

УДОСКОНАЛЕННЯ МЕХАНІЗМУ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ РЕГІОНІВ

Представлений авторський інструментарій оцінки рівня економічної безпеки регіональних господарських систем з урахуванням найважливіших складових процесів цифрової трансформації окремих галузей і сфер економіки, дозволив зробити висновок про адекватність інструментарію оцінки, оскільки отримані результати корелюють з даними авторитетних видань, розробками провідних учених з цифровізації та економічної безпеки, а також дозволяє надалі прогнозувати найважливіші тенденції соціально-економічного розвитку регіонів.

Для сталого розвитку регіональних господарських систем в умовах впливу процесів цифровізації та хаотично виникаючих ризикових подій, спричинених макро та мікроекономічними шоковими подіями, необхідно обґрунтування всієї сукупності заходів у рамках напрямів забезпечення економічної безпеки, що не є можливим без ефективного механізму рівня економічної безпеки [1].

Під механізмом забезпечення економічної безпеки регіону, на нашу думку, слід розуміти сукупність всіх задіяних інструментів для забезпечення стійкості стану всієї господарської системи під впливом різних дестабілізуючих факторів, у тому числі і за рахунок заходів запобіжного характеру, з урахуванням викликів цифрової економіки.

Серед найважливішої мети механізму забезпечення економічної безпеки регіону (МЗЕБР) слід назвати забезпечення балансу функціонування всіх елементів системи (бюджетно-фінансовий блок, інноваційно-інвестиційний блок, блок масштабу економіки та стратегічного розвитку, блок якості життя та розвитку людського капіталу, продовольчий блок), а також створення умов для відтворювальних процесів з метою виконання стратегічних цілей розвитку та вирішення завдань, що визначаються вимогами цифрової економіки.

Серед другорядних цілей МЗЕБР слід виділити:

• формування необхідної інформаційної бази для проведення аналітичних розрахунків з метою виявлення та оцінки всієї сукупності загроз, що виходять від зовнішнього та внутрішнього середовища в умовах впровадження наскрізних цифрових технологій;

• моніторинг всієї сукупності факторів та умов стратегічного регіонального розвитку для прогнозування досягнення цільових показників регіональних проектів з урахуванням принципів стратегічності та інноваційності;

• усунення "вузьких" місць у системі взаємодії стейкхолдерів та органів влади, що здійснюють взаємодію у цифровому екологічному середовищі;

• підвищення результативності регіональної політики на основі своєчасної діагностики стратегічних проблем і пошуку адекватних інструментів реагування;

• отримання інтегральної оцінки рівня економічної безпеки за рахунок комплексної характеристики кожного системоутворюючого блоку, що включає систему аналітичних показників та їх порогових значень, зіставляючи які є реальна можливість систематизації всієї сукупності загроз.

Завдання, які вирішуються в рамках функціонування МЗЕБР, можна розмежувати наступним чином:

• розробка алгоритму функціонування МЗЕБР з урахуванням різних видів взаємодії органів влади та зацікавлених сторін, а також інструментів координації всього процесу;

• розробка основних форм підсумкових документів щодо забезпечення цілей економічної безпеки регіону з урахуванням досягнення цільових показників регіональних проектів розвитку та пріоритетів, визначених у стратегічних планах розвитку;

• своєчасна процедура коригування показників економічної безпеки регіону в контексті появи новостворених дестабілізуючих факторів і ризиків;

• розробка теоретико-методичного та нормативно-методологічного інструментарію для забезпечення економічної безпеки регіону з урахуванням загроз цифрового розвитку [2].

Для досягнення цілісності та збалансованості системи економічної безпеки регіону потрібно формування архітектури вхідної та вихідної документації, яка згодом використовується органами влади, до компетенції яких входить стратегічний регіональний розвиток, для запобігання загроз та викликів.

Одним з найважливіших аспектів, в даному випадку, є узгодженість всього комплексу дій в рамках всіх життєвого циклу управлінських рішень для усунення або зниження наслідків впливу тих чи інших загроз розвитку.

Джерела

1. *Власюк О.* Теорія і практика економічної безпеки в системі науки про економіку. Нац. ін-т проблем міжнародної безпеки при Раді нац. безпеки і оборони України. К., 2008. 48 с.
2. *Воробйов В.* Методичні основи побудови комплексної системи економічної безпеки підприємства. *Наукові записки Української академії друкарства*. 2011. № 1 (19). С. 38–44.

Я. В. ЛІСНА
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

ЗАВДАННЯ ТА ФУНКЦІЇ СОЦІАЛЬНОГО ПРАЦІВНИКА У РОБОТІ З ПРИЙОМНИМИ СІМ'ЯМИ

У сучасному світі, де існує багато проблем, пов'язаних з порушенням прав дитини, зокрема права на родинне життя, особливо актуальною є тема прийомної сім'ї, оскільки вона сприяє формуванню здорової особистості дитини, її інтеграції в суспільство, збереженню її біологічних, культурних та національних коренів. Прийомна сім'я також має позитивний вплив на прийомних батьків, які реалізують своє бажання мати дітей, отримують моральне задоволення від доброї справи, зміцнюють свої сімейні цінності та зв'язки.

З плином історії розвитку явища прийомних сімей в Україні даний термін мав різні тлумачення, які наразі загалом зведені в наступне визначення: прийомна сім'я — це новий соціальний інститут державної опіки і піклування дітей сиріт і дітей позбавлених батьківського піклування з метою їх виховання і соціалізації [3]. У 2002 році було прийнято Положення про прийомну сім'ю, що регулює процес влаштування дітей в сім'ї, критерії для прийомних батьків, права та обов'язки учасників, фінансове забезпечення та соціальну підтримку [5].

Соціальна робота — це професійна діяльність, спрямована на допомогу людям, які опинилися в складних життєвих обставинах, а також на зміну соціальних умов [2]. Тож, відповідно, одним із напрямів соціальної роботи є робота з прийомними сім'ями та дітьми, які перебувають в них, а головне завданням, яке стоїть перед соціальним працівником у роботі з прийомними сім'ями полягає в тому, щоб надавати їм комплексну соціальну підтримку, сприяти влаштуванню дітей-сиріт та дітей, позбавлених батьківського піклування, в сім'ї замінного догляду, забезпечувати захист прав та інтересів дитини, сприяти її соціальній адаптації та інтеграції та по можливості підтримувати зв'язки з біологічними батьками [4].

При наданні соціальної підтримки прийомним сім'ям соціальний працівник не тільки забезпечує їм соціальну допомогу, але й виконує роль соціального менеджера, який здійснює ряд різноманітних функцій, зокрема, *організаційну* — організовує та контролює процеси прийому та адаптації дітей в прийомній сім'ї; *комунікативну* — налагоджує зв'язки між прийомними батьками, дітьми та іншими спеціалістами; *охоронно-захисну* — забезпечує безпеку та добробут дітей у прийомних сім'ях, захищаючи їх права та інтереси; *прогностичну* — аналізує та передбачає можливі труднощі та проблеми; *соціально-терапевтичну* — надає психосоціальну підтримку, сприяючи психічному та емоційному розвитку дітей у новому оточенні; *попереджувально-профілактичну* — займається попередженням можливих проблем та конфліктів, сприяючи створенню здорового та стабільного середовища для

дітей; *діагностичну* — визначає потреби та ризики для дітей та прийомних сімей; *корекційно-реабілітаційну* — забезпечує стимулювання психофізичного розвитку дітей у прийомних сім'ях та вдосконалення особистісних якостей [6].

Враховуючи вищезазначене, до соціального працівника, який працює з прийомними сім'ями, висуваються наступні вимоги: 1) мати знання законів та етики; 2) мати навички спілкування; 3) вміти планувати свою діяльність; 4) бути готовим співпрацювати з іншими організаціями; 5) вміти передбачати особливості соціалізації особистості; 6) враховувати специфіку різних соціальних груп у своїй діяльності; 7) аналізувати причини різних проблемних ситуацій тощо [1].

Зважаючи на те, що під час повномасштабного вторгнення багато дітей втратили своїх батьків і потребують батьківського піклування, питання соціальної роботи з прийомними сім'ями набуває особливої актуальності, оскільки обов'язок забезпечення розвитку дітей, які позбавлені батьківської опіки бере на себе держава. Одним з її головних завдань в цьому напрямку є формування розвитку соціальних інститутів виховання, зокрема, прийомних сімей, де діти будуть емоційно розвиватися та готуватися до самостійного життя в суспільстві, де роль та значення соціальної роботи та соціального супроводу є беззаперечно ключовими.

Джерела

1. *Комарова Н. М.* Посібник для соціальних працівників щодо підготовки та соціального супроводу прийомних сімей та дитячих будинків сімейного типу. Київ: Держсоцслужба, 2006. 118 с.
2. Офіційний сайт Міністерства соціальної політики України. URL: https://www.msp.gov.ua/
3. Прийомна сім'я: методика створення і соціального супроводу: наук.-метод. посіб. / Г. М. Бевз, В. О. Кузьмінський, О. І. Нескучаєва та ін. К. : Центр стратегічної підтримки, 2003. 92 с.
4. Про затвердження Державного стандарту соціального супроводу сімей, у яких виховуються діти-сироти і діти, позбавлені батьківського піклування : Наказ Міністерства соціальної політики України від 11.08.2017 № 1307. URL : https://zakononline.com.ua/documents/show/377841___696132
5. Про затвердження положення про прийомну сім'ю : Постанова Кабінету Міністрів України від 26.04.2002 № 565. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/565-2002-%D0%BF#Text
6. *Тюптя Л. Т., Іванова І. Б.* Соціальна робота (теорія і практика): навч. посіб. Київ : Ун-т "Україна", 2004. 408 с.

Науковий керівник:
Г. А. Луканська, старший викладач

Е. В. ЛІТВІНОВА
студентка 2-го курсу бакалаврату спеціальності "Економіка"
Навчально-наукового інституту управління, економіки та бізнесу
ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

СУЧАСНІ ТРЕНДИ КАДРОВОЇ ПОЛІТИКИ ЯК КЛЮЧОВИЙ ФАКТОР СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ОРГАНІЗАЦІЇ

В сучасних умовах динамічного розвитку суспільства та стрімкої глобалізації економіки кадрова політика є однією з ключових факторів соціально-економічного розвитку організації. Її розвиток та ефективна реалізація дозволяє залучати, мотивувати та утримувати кваліфікований персонал, що, в свою чергу, веде до сталого розвитку організації.

Кадрова політика визначає стратегічний підхід до управління персоналом в організації, охоплюючи всі напрями кадрової роботи від планування персоналу до їх соціального захисту. Реалізація кадрової політики включає в себе такі важливі етапи, як планування, набір та відбір персоналу, адаптація, оцінка та мотивація, що спрямовані на формування ефективного трудового потенціалу організації [1]. Кадрова політика є ключовим фактором досягнення стратегічних цілей організації та успішної її діяльності.

Сучасна економіка вимагає від організацій постійної адаптації до динамічних змін, які починають ставити під сумнів традиційні підходи до розробки та реалізації кадрової політики. Тренди кадрової політики в сучасних умовах визначають не лише ефективність роботи організації, але й соціальний розвиток.

Розглянемо важливість засвоєння та імплементації сучасних трендів в кадровій політиці для досягнення стійкого соціально-економічного розвитку організації:

- орієнтація на людину як найціннішу складову людського капіталу, де кадрова політика стає більш персоніфікованою та гнучкою, враховуючи індивідуальні потреби і якісні характеристики працівників;
- стратегічне управління людськими ресурсами з акцентом на розвиток та впровадження сучасних підходів до управління персоналом для досягнення цілей організації;
- розвиток гнучких форм зайнятості, зокрема, гнучких графіків роботи, роботи он-лайн, використання цифрових технологій та ін., що враховують індивідуальні потреби працівників та оптимізують роботу;
- розвиток корпоративної культури — створення позитивної та сприятливої робочої атмосфери, що враховує цінності працівників та підтримує їх професійний розвиток;
- розробка стратегій залучення, утримання, розвитку висококваліфікованих та талановитих працівників;

- розробка програм розвитку і систем професійного навчання персоналу;
- розвиток емоційного інтелекту у працівників як фактора успішного спілкування, ефективної роботи в команді, з клієнтами, тощо;
- підвищення ролі нематеріальної мотивації: в сучасних умовах окрім традиційних методів мотивації, таких як заробітна плата та соціальний пакет, все більшого значення набувають нематеріальні стимули, такі як можливості для кар'єрного зростання, сприяння саморозвитку, створення безпечних умов праці, гармонійного балансу між роботою та особистим життям, тощо;
- впровадження інноваційних технологій (зокрема, автоматизація, використання цифрових інструментів), що дозволяють автоматизувати рутинні завдання, покращити аналітику та прийняття кадрових рішень, оптимізувати процеси управління персоналом та забезпечити більш точне прийняття рішень;
- врахування факторів глобалізації кадрової політики, що пов'язано з розширенням міжнародної співпраці та експансією організацій на нові ринки.

Дані тренди відображають сучасні вимоги та виклики у сфері управління персоналом, спрямовані на підтримку сталого розвитку організацій. Адаптація до динамічних змін ринку праці та впровадження гнучких методів управління сприяє зростанню продуктивність праці. Ефективне використання цифрових технологій у кадровій політиці та розвиток систем професійного навчання сьогодні є вкрай важливими для досягнення сталого соціально-економічного розвитку організації.

Відтак, сучасні тенденції розвитку кадрової політики визначають успіх організацій у глобальному конкурентному середовищі [2]. Ефективна кадрова політика, що відповідає сучасним вимогам ринку, може мати значний позитивний вплив на соціально-економічний розвиток організації, а саме:

- підвищення продуктивності праці, де цілеспрямовані вмотивовані кваліфіковані працівники працюють більш ефективно, що відповідно веде до зростання обсягів виробництва та покращення якості продукції;
- зниження рівня плинності кадрів знижує витрати на пошук і найм нового персоналу і дозволяє утримати цінних працівників;
- забезпечується адаптивність організації до змін зовнішнього середовища, конкурентоспроможність на ринку праці, товарів та послуг.

Таким чином, сучасні тренди кадрової політики включають різноманітні напрямки та стратегії, які організації використовують для ефективного управління персоналом у сучасних умовах. Кадрова політика, що відповідає цим трендам, може стати ключовим фактором успішного соціально-економічного розвитку організації, забезпечуючи її конкурентоспроможність та сталий розвиток.

Джерела

1. *Михайліченко М. В., Рудик Я. М.* Кадровий менеджмент: навч. посіб. К.: ЦП "КОМПРИНТ", 2017. 323 с.

2. *Стрехова С. В.* Кадрова політика: важелі впливу на ефективність, механізми та інструменти реалізації. *Економічний часопис – XXI*. 2022. № 3–4. С. 66–70.

Науковий керівник:
Н. В. Головач, канд. пед. наук, доц., професор кафедри управління персоналом та економіки праці ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

А. В. ЛІЩЕНКО
ПрАТ "ВНЗ "Міжрегіональна Академія управління персоналом"

СИСТЕМА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

Отож, під "забезпеченням економічної безпеки підприємства" слід розуміти реалізацію всіх елементів економічної безпеки для уникнення ймовірних втрат та отримання найбільш оптимального рівня економічної безпеки як у певний момент, так і на майбутнє. Умовами забезпечення економічної безпеки підприємства є легітимність усіх видів його діяльності, використання системного підходу до забезпечення економічної безпеки підприємства та відповідне ресурсне забезпечення.

В свою чергу систему забезпечення економічної безпеки підприємства можна розглядати як впорядковану сукупність взаємодіючих елементів, сумарну дію яких спрямовано на якісну реалізацію захисту інтересів підприємства від зовнішніх і внутрішніх загроз [1].

Варто також розуміти, що для кожного підприємства внутрішні та зовнішні загрози будуть індивідуальними як і їхнє бізнес-середовище в якому вони перебувають. Проте, не зважаючи на унікальність цих аспектів для кожної компанії, все ж прослідковуватимуться і спільні їх риси.

Треба наголосити і на складових процесу формування економічної безпеки для підприємства, який включає в себе наведені нижче основні етапи [2]:

1) формування ефективних факторів виробництва (нового устаткування, кваліфікованої робочої сили і т. д.);
2) виробництво продукції з урахуванням потреб ринку, підвищення її якості та дизайну;
3) вибір надійних постачальників сировини, матеріалів, енергоносіїв;
4) проведення приватизації;
5) надійний захист власних комерційних таємниць;
6) зміна в разі необхідності керівництва підприємства.

Крім цього, для забезпечення економічної безпеки на підприємстві важливо враховувати різноманітні фактори такі як: розміщення підприємства, природні ресурси, трудовий потенціал підприємства, освітньо-кваліфікаційний рівень працівників підприємства, рівень забезпечення населення тощо [3]. Враховуючи їх, підприємству доцільно використовувати певний ряд ме-

тодів у забезпеченні власної економічної безпеки. До прикладу сюди можна віднести збирання та аналітичну обробку інформації щодо економічної ситуації, складання прогнозів розвитку економічної ситуації на макро та мікрорівнях; визначення (прогнозування) можливих загроз різних рівнів для підприємства, які можуть вплинути на його діяльність; прийняття рішень щодо недопущення або мінімізації впливу виявлених загроз; організацію діяльності щодо попередження можливих загроз; завчасне відпрацювання моделей (алгоритмів) протидії негативному впливу загрози на діяльність підприємства; проведення практичного експерименту щодо перевірки ефективності відпрацьованих моделей (алгоритмів); виявлення, аналіз і оцінка реальних загроз економічній безпеці, що виникли; ухвалення рішень і організація діяльності з реагування на загрози, що виникли; застосування відпрацьованих моделей на практиці; моніторинг та оцінка ефективності реалізації прийнятих рішень; внесення коректив у систему протидії загрозам; постійне вдосконалення системи забезпечення економічної безпеки підприємства.

Загалом з усього згаданого щодо сутності економічної безпеки, етапів її формування та особливостей, а також методів реалізації, можна винести що основними напрямами забезпечення економічної безпеки підприємства є захист прав робітників на підприємстві, охорона матеріально-фінансових ресурсів підприємства та безпека у сфері інформатизації та інтелектуальної власності підприємства на якій буде надалі зосереджена увага у розрізі обраного питання роботи, щодо безпеки підприємства в умовах цифровізації.

Джерела

1. *Каліна, І., Шуляр, Н., & Грищенко, А.* (2023). Економічні виклики діяльності підприємства під час кібератак в умовах жорсткої конкурентності. *Цифрова економіка та економічна безпека*, (9 (09), 14–20. https://doi.org/10.32782/dees.9-3
2. *Братусь Г. А., Каліна І. І., Мазур Ю. В.* Концептуалізація інноваційного розвитку національної економіки в умовах євроінтеграції. *Наукові праці МАУП*. Економічні науки. 2021. Вип. 4 (63). Київ : МАУП, 2021. С. 15–22.
3. *Червінська Л., Червінська Т., Каліна І., Коваль М.* та ін. (2023). Соціальна відповідальність бізнесу в умовах війни. *Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice*, 6(53), 405–416. https://doi.org/10.55643/fcaptp.6.53.2023.4187

Е. О. ЛОБАНОВ
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

ІСТОРИЧНИЙ РОЗВИТОК ТА ЛІНГВІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ГЕРМАНСЬКИХ МОВ

Історично, германські мови виникли зі спільної мови-основи, яка існувала за кілька сторіч до нашої ери та мусила поділитись на безліч різнома-

нітних діалектів [1, с. 6]. Ця мова найбільш відома як праіндоєвропейська. Першою диференціацією германських мов слугують дані античних авторів VI–VII століття, що розрізнили та поділили племена на вандалів, інгевонів, істевонів, герміонів, певкінів, бастарнів, та гіллевонів.

Група германських мов була поділена на три головних діалекти: східний, західний та північний. Вони визначають наскільки спорідненими є мови тієї чи іншої групи та географічну належність.

Східний діалект зник внаслідок асиміляції з сусідніми племенами. Бургундська, готська, гепідська, герульска та вандальська мови належали до цієї підгрупи.

Головними представниками сучасних мов західного діалекту є англійська, німецька та голландська мови. У середні віки ця гілка була розділена, що призвело до наявних змін у фонетиці відповідних мов. Найкращим прикладом може слугувати розподіл на високу німецьку (Hochdeutsch) та нижньонімецьку (Hochdeutsch) в сучасній німецькій мові.

До північної гілки належать датська, фарерська, ісландська, норвезька та шведська мови. Через поширеність серед скандинавських народів, мови цієї підгрупи також відомі як "нордські".

Одним з найголовніших етапів розвитку сучасних германських мов є рунічне письмо. З'явившись у I–II столітті н. е., руни виступали головним засобом комунікації між германськими племенами. Сама назва рунічного письма походить від rún, що означає таємниця або ж вирізаний знак [2].

Свою форму сучасні германські мови набули завдяки значному історичному впливу Римської ери, переважно впливом та запозиченнями літер з грецького та римського алфавітів.

Першим етапом розвитку рунічної знакової системи був Футарк (давньогерманська/давньоскандинавська) — знакова система що складалась з 24 рун, які були умовно поділені на 3 групи по 8 рун. Система отримала назву "Футарк" завдяки фонетичній комбінації перших шести рун [2].

Найбільш відомим та поширеним представником групи германських мов є англійська мова, якою спілкується понад 1 млрд людей та вона є рідною для понад 400 млн осіб. Широке використання англійської під час колоніальної політики Великої Британії значно вплинуло не тільки на поширеність англійської за межами Англії, але й на кількість запозичених слів у власне англійській мові.

Англійська мова є аналітичною. Порядок слів у реченні відіграє провідну роль і визначає відношення між різними словами. Перестановка слів у реченні може суттєво змінити та викривити його зміст [1, с. 33].

Німецька мова є другою за поширеністю, нею володіють близько 90 млн людей. У німецькій мові здебільшого використовується латинський алфавіт, але з чотирма додатковими літерами, першими трьома з яких є умлаути (або умляути): ö, ü, та ä. Четвертою літерою є ß, яка позначає звук S.

Оскільки німецька мова є синтетичною, провідну роль відіграє флексія, тому німецька мова є флективною мовою з чотирма відмінками іменників, займенників і прикметників (називний, знахідний, родовий, давальний),

сильними і слабкими дієсловами, трьома родами (чоловічий, жіночий, середній), що можуть впливати на закінчення слів.

Лексичний склад німецької мови має близько 60 % лексичної подібності до англійської мови, та близько 29 % подібності до французької мови.

Джерела

1. *Жлутенко Ю. О., Яворська Т. А.* Вступ до германського мовознавства : підручник. 2-ге вид., допов. Київ, 1978. 166 с.
2. Runic alphabets / Runs / Futhark : вебсайт. URL: https://www.omniglot.com/writing/runic.htm (дата звернення: 01.02.2024).

Науковий керівник:
Л. В. Комар, старший викладач

Г. А. ЛУКАНСЬКА
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ГЕНДЕРНО ЧУТЛИВОЇ МОВИ У СВІТІ

Мова, як інструмент пізнання навколишнього світу, відображає різноманітні процеси, що мають місце на певному етапі розвитку суспільства. Змінюються погляди, цінності та переконання людей, ламаються стереотипи, спостерігається палке прагнення до свободи вибору способу життя, вираження власної ідентичності, що подекуди суперечить загальноприйнятим нормам та принципам соціуму і часом викликає несприйняття та навіть засудження. Тож, перед світовою спільнотою постав виклик формування толерантності у різних сферах взаємодії, зокрема, й у гендерній.

Декларація принципів толерантності ЮНЕСКО визначає толерантність як "повагу, сприйняття та розуміння багатого різноманіття культур нашого світу, форм самовираження та самовиявлення людської особистості" і називає її "єдністю у різноманітті" [5]. При цьому, вона зовсім не означає відмову від власних переконань та обов'язкове прийняття чужих, йдеться про індивідуальність, що знаходить свій прояв у зовнішньому вигляді, поведінці та мові зокрема. Відповідно, гендерно-толерантною (гендерно-нейтральною/-чутливою) є мова, яка уникає будь-яких упереджень щодо певної статі та/або гендеру [3].

Результати проведеного дослідження демонструють, що в ряді мов, зокрема, китайській та перській, іменники або ж не мають роду, або ж володіють вбудованою гендерно нейтральною формою для позначення людей. Однак в мовах, граматика яких традиційно базується на виключно чоловічих чи жіночих варіантах, спостерігається ряд тенденцій, що є відповіддю на вимоги

та виклики сучасності: у 2017 році, англійський займенник “*they*” було додано до Збірника стилів Associated Press як гендерно нейтральну форму, а у 2019 році словник Merriam-Webster додав “*they*” як займенник для “*одноосібної людини, чия гендерна ідентичність є небінарною*” [4]; у США використовують символи “*x*” або “@” для створення нейтрального за статтю іменника — “*Latinx*” або “*Latin@*” замість *Latino* (чоловічий); гендерно нейтральним займенником в іспанській мові є “*elle*” поряд із *ella* (вона) та *él* (він); оскільки сучасна арабська мова має подвійний варіант для іменників і дієслів, які не передбачають певної статі, деякі люди використовують подвійне слово “*вони*“ та “*ви*” — “*хума*” (هم) та “*інтума*” (انتم) як гендерно нейтральну альтернативу; у 2019 року Ганновер став першим містом Німеччини, яке зобов’язало в усіх офіційних повідомленнях використовувати гендерно нейтральні іменники, наприклад, замість виборця-чоловіка (*der Wähler*) і виборця-жінки (*die Wählerin*) використовуються слова, які не передають конкретну стать (*Wählende*); незважаючи на заборону з 2017 року використовувати інклюзивну, гендерно нейтральну мову в офіційних документах, у французькій існує тенденція використовувати зірочки, щоб об’єднати відмінкові закінчення та створити більш інклюзивну гендерно нейтральну множину (“*ami*e*s*” — “*друзі*”); у 2015 році Швеція додала до офіційного словника слово “*hen*” — гендерно нейтральний займенник, який лінгвісти просували як альтернативу чоловічому займеннику “*han*” і жіночому “*hon*” [2].

Тенденції розвитку української ґендерно толерантної мови знаходять свій прояв у 1) використанні ґендерно нейтральних форм, наприклад, “*люди*” замість “*відвідувачі та відвідувачки*”, “*студентство*” замість “*студентки та студенти*”; 2) виділенні жіночого родового закінчення за допомогою нижнього підкреслювання, наприклад, *опозиціонер_ка, директор_ка* тощо; 3) сприйняття за маргіналізацію жінок у варіанті використання дужок, наприклад, *депутат(ка), філолог(иня)* [1]; 4) вживання фемінітивних суфіксів, наприклад, *-ка*: *авторка, дизайнерка, діячка, -иц(я) / -ниц(я): виконавиця, засновниця, очільниця* тощо.

Таким чином, гендерно толерантна мова є прямим протиставленням мові ворожнечі, що по своїй суті є шкідливою, підриває соціальну згуртованість, призводить до дискримінації, розколює суспільство та може навіть призвести до насильства. Тому, аби не допустити кроку назад у справі миру, стабільності та сталого розвитку всі держави мають вживати можливих заходів для боротьби з нею та сприяти розвитку мови толерантності, в тому числі і ґендерній, оскільки це не тільки моральний обов’язок, а й політична та правова потреба. Саме толерантність, в тому числі і мовна, робить досягнення миру можливим, сприяє переходу від “культури війни до культури миру” [5] та дозволяє збудувати дійсно інклюзивне та комфортне для всіх суспільство.

Джерела

1. *Коккіна Л., Марінашвілі М.* Гендерно нейтральна мова в сучасному суспільстві як перекладознавча проблема. *Проблеми гуманітарних наук.* Серія “Філологія”. № 46. 2021. С. 47–56.

2. A guide to how gender-neutral language is developing around the world. URL: https://www.washingtonpost.com/world/2019/12/15/guide-how-gender-neutral-language-is-developing-around-world/
3. Gender-neutral language in the European Parliament. URL: http://www.europarl.europa.eu/cmsdata/151780/GNL_Guidelines_EN.pdf
4. Merriam-Webster Dictionary. URL: https://www.merriam-webster.com/dictionary/dictionary
5. UNESCO Declaration of Principles of Tolerance. URL: https://www.unesco.org/en/days/tolerance.

Г. А. ЛУКАНСЬКА
старший викладач кафедри соціальної роботи та мовної підготовки
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

С. О. ОХРІМЧУК
здобувачка вищої освіти
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

СОЦІАЛЬНО-ПЕДАГОГІЧНА РОБОТА З ЖІНКАМИ – ЖЕРТВАМИ ДОМАШНЬОГО НАСИЛЬСТВА – ГОСТРА НЕОБХІДНІСТЬ СУСПІЛЬСТВА

Соціально-педагогічна робота з жінками — жертвами домашнього насильства є надзвичайно актуальною в сучасному суспільстві. Домашнє насильство є серйозною проблемою, яка залишає важкі наслідки для жертв, їх сімей, а також для суспільства в цілому. На жаль, цей вид насильства залишається недостатньо вивченим і недостатньо ефективно контрольованим.

Домашнє насильство становить серйозну загрозу для здоров'я та благополуччя жінок у всьому світі. Відомо, що велика кількість жінок щодня стикається з фізичним, емоційним, фінансовим та психологічним насильством від партнерів або членів родини. Так, відносно даних ПРООН від фізичного домашнього насильства в Україні страждає близько 2 мільйонів осіб, з них 80 % – це насильство чоловіків щодо жінок [3]. За даними Всесвітньої організації охорони здоров'я, приблизно у 1 з 3 жінок у світі засвідчували фізичне або сексуальне насильство, яке вчинив партнер або інший сексуальний нападник у своєму житті. За даними ЮНІСЕФ, 137 жінок на день вбиваються членами родини або партнерами у всьому світі [2]. Багато досліджень показують, що велика кількість жінок засвідчували як фізичне, так і емоційне насильство у відносинах з партнерами чи членами сім'ї. Такі форми насильства включають побиття, знущання, загрози, контроль та інші форми поведінки, що призводять до фізичних та психологічних травм.

В Україні також існує проблема домашнього насильства. Наприклад, за даними звіту Київського міжнародного інституту соціології з дослідження проблеми домашнього насильства, близько 35 % українок у віці 18–70 років стикалися з фізичним чи сексуальним насильством. Проте, це лише ті випадки, які були повідомлені чи зафіксовані. За 2021 рік найбільшу кількість звернень у розрізі областей та міст було зафіксовано в Києві — 36114. На другому місці Дніпропетровська область — 24174 звернень, а на третьому Львівська — там повідомляли про домашнє насильство 21198 разів, четверте місце — Запорізька (16 588) та п'яте місце — Волинська (15 843) області [3].

Зазначені статистичні дані підкреслюють серйозність проблеми домашнього насильства проти жінок і необхідність ефективних заходів для захисту жертв, профілактики насильства та покарання винних осіб.

Основними факторами, що підвищують ризик домашнього насильства проти жінок, є соціально-економічний статус, нерівність у відносинах, культурні норми, алкогольне або наркотичне сп'яніння тощо.

Проблема домашнього насильства продовжує залишатися дуже актуальною для України. Незважаючи на різні заходи та законодавчі ініціативи, що були прийняті для боротьби з цим явищем, домашнє насильство є серйозною проблемою, що потребує подальшої уваги та дій. Україна прийняла кілька законів та програм, спрямованих на боротьбу з домашнім насильством, включаючи Закон України "Про запобігання домашньому насильству", який був прийнятий у 2018 році [1].

Однак, незважаючи на прийняття таких законів, існують проблеми з їх виконанням і ефективним застосуванням, а саме недостатній доступ до служб підтримки, стигматизація та відсутність довіри до правоохоронних органів ускладнює зазначену ситуацію.

Для подолання цієї проблеми потрібна комплексна стратегія, яка передбачає різні напрямки профілактики та подолання насильства такі як: усвідомлення громадськості; впровадження законодавчих реформ та захист жертв; розробка та реалізація комплексних й дієвих програм підтримки жертв; впровадження освітньої складової щодо попередження, профілактики домашнього насильства; забезпечення взаємодії та співпраці між інститутами різної спеціалізації та форми власності. Саме такі напрямки сприятимуть подоланню домашнього насильства та створенню безпечнішого середовища для жінок у сім'ях і суспільстві загалом.

Отже, жінки, які стали жертвами домашнього насильства, потребують підтримки, захисту та реабілітації. Соціально-педагогічна робота може забезпечити їм необхідну допомогу та допомогти їм зрозуміти свої права, можливості для виходу з насильницьких відносин.

Джерела

1. Закон України "Про запобігання домашньому насильству". *Відомості Верховної Ради (ВВР)*. 2018. № 5. 35 с. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2229-19#Text.

2. Кожна третя жінка у світі зазнавала насильства — ВООЗ URL: https://www.ukrinform.ua/rubric-world/3205059-kozna-treta-zinka-u-sviti-zaznavala-nasilstva-vooz.html.
3. Чи втратило домашнє насильство свою актуальність в умовах воєнного стану? URL: https://yur-gazeta.com/dumka-eksperta/chi-vtratilo-domashne-nasilstvo-svoyu-aktualnist-v-umovah-voennogo-stanu-.html.

В. І. ЛЯШЕНКО
д-р екон. наук, проф., завідувач відділу

С. В. ІВАНОВ
член-кореспондент НАН України, д-р екон. наук

І. Ю. ПІДОРИЧЕВА
д-р екон. наук, завідувач сектору
Інститут економіки промисловості НАН України, м. Київ, Україна

СМАРТ-ФІНАНСИ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ЯК ДРАЙВЕР ПОВОЄННОГО РЕЗІЛЬЄНТНОГО ВІДНОВЛЕННЯ ТА РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА

Кожен технологічний зсув, як наприклад і розвиток штучного інтелекту (ШІ), приносить зміни в суспільстві — і адаптація до цих змін означає здобуття кожним відповідних нових навичок. Аналітики Internaional Data Corporation передбачають, що до 2027 року понад 40 % робочих ролей у світі зазнають впливу генеративного ШІ. Наприклад, в українській компанії SoftServe провели власне дослідження, яке показало, що ефективність команд з використанням Generative AI зростає на більше ніж 40 % — отже, найголовнішим трендом прийдешнього року можна вважати швидке навчання роботі з інструментами Generative AI [1]. Людство продовжує розвиватися, а компанії створювати вартість, що відображається в ціні на їхні акції та, врешті-решт, доходах тих, хто має змогу і не боїться інвестувати. 2023 року головним каталізатором зростання став штучний інтелект (AI), передова технологія, що може змінити світ і наше життя, сподіваємося, що на краще, як чверть століття тому його змінив інтернет, водночас штовхнувши індекси фінансових ринків до захмарних висот. Що зміниться у цифрових фінансах найближчим часом? В роботі [2] визначаються низка наступних трендів. Персональні фінанси — сфера, що зазнає змін швидше за будь-які інші. Як приклад — ми, українці, так звикли до суцільної діджиталізації, що все менше ходимо до банківських відділень і дивуємось європейському платіжному досвіду. Що зміниться у цифрових фінансах найближчим часом?

Пануватимуть зручність і швидкість. Цей тренд — на першому місці не тільки за порядком, а й за пріоритетом. Якщо цифрові фінанси — це, переважно, про застосунок, то зручність і швидкість операцій, це про клієнтський досвід. І тут Україна просунулась значно далі, ніж наші європейські сусіди, і багатьом, хто хоч раз користувався застосунками європейських фінустанов, це доводити не потрібно. Це історія про сервіс, і NovaPay як частина групи компаній Nova теж ставить його на перше місце, адже привабити клієнтів в цьому світі можна тільки тим, що перевершує сподівання і працює легше і швидше, ніж у конкурентів.

Відповідність євронормам — виклик для фінустанов. Часто однією із рис майбутнього платежів називають крос-борд. Але, зважаючи на плани України з членства в ЄС, скоро "борду" не буде, і ці платежі стануть внутрішньоєвропейськими. Якщо брати до уваги оптимістичний орієнтир — 2030 рік. Часу для того, щоб привести у відповідність українське фінансове законодавство, не так вже й багато. Але, окрім цієї роботи парламентарів і регуляторів, свою "домашню роботу" мають провести й всі інші учасники ринку. Всі наші технологічні процеси, фінансовий моніторинг, норми GDPR мають відповідати стандартам ЄС. І, незважаючи на низку челенджів, які тут закладені, кожен із нинішніх великих гравців ринку пройде цей шлях.

Штучний інтелект матиме місце, але human-концепт — важливіший. Цей тренд точно не новий для фінансового ринку, проте, з активізацією OpenAi та ChatGPT він точно знову на хайпі. Багато хто з учасників ринку його вже давно й успішно використовує, дехто продовжує в нього інвестувати. Це ті самі чат-боти, функції розпізнавання обличчя при вході в додаток. Автори не з тих людей, хто пророкує один суцільний ШІ, але схиляємось до думки, що масові позиції у фінтеху, де переважають повторювані дії, штучний інтелект забере на себе. Звісно, мова йде не про 100 %, а десь, за експертними оцінками, про 25 %, як приклад, це можуть бути функції контакт-центру. Але не варто забувати, що фінанси — це історія про довіру. А довіряти людина може тільки людині. Тому взаємодія human to human точно залишиться. Тобто, боятись ШІ не треба, треба ним правильно користуватись.Токенізація перебазується і в офлайн. Розмірковуючи про майбутнє, можна припустити, що навіть прикладати телефон, щоб заплатити за допомогою Apple Pay і Google Pay, скоро не доведеться. Особливо, якщо, наприклад, ви — постійний клієнт якогось конкретного фізичного магазину. Можливо скоро з'являться рішення для такої токенізації в офлайні. Фінтеху точно є, чим нас ще здивувати.

"Фізичні" фінанси точно не дадуть про себе забути. Попри постійне зростання кешлес-платежів — наразі вони тримають рівень у 62 % — і нашу суцільну захопленість цифровим світом, глобально діджитал ще не домінує. Значна частина клієнтів обслуговується офлайн — і в Україні, і в Європі — і це не тільки пенсіонери чи люди, у яких немає смартфона. Попри усі Revolut, Paysera, низку Pay, online, etc, у світі ще точно є місця, які потребують фізичних відділень і живих людей.Зі стрімким розвитком штучного інтелекту ми бачимо відкриття як нових можливостей для світу, так і нових викликів.

Отже, які напрями будуть у фокусі в 2024 році? Що очікувати не лише бізнесу, але й нам — користувачам та працівникам?

Generative AI у дизайні та маркетингу. ШІ вже відіграє велику роль у симуляціях та створенні цифрових двійників, але тепер ми побачимо прискорення процесу генерації 2D та 3D зображень у дизайні. Потужні інструменти, як Nvidia Omniverse та GET3D, лише сприяють цьому. Штучний інтелект все ще не замінить дизайнерів у 2024-му, але їхній робочий процес точно зміниться. Навичка написання підказок (prompt engineering) для генерації ідей буде одним з важливих критеріїв ефективності для дизайн-агенцій та маркетинг-відділів вже у 2024-му. Разом з тим, ще гострішим стає питання авторського права для створених візуальних матеріалів та правової бази щодо їхнього використання у маркетингу та рекламі — тому індустрія рухатиметься до створення брендами/компаніями власних моделей, або "дотренування" таких моделей, що використовують контент із авторським правом.Розмовний Generative AI в AR застосунках. Співпраця Meta та RayBan нещодавно показала приклад використання розмовного ШІ у смарт-окулярах — Марк Цукерберг регулярно публікує відео із застосуванням продукту у реальному житті. Із виходом на ринок нових девайсів, як Apple Vision Pro, зростатиме кількість споживачів розмовного ШІ, а також і якість таких рішень, що вплине на формування нових звичок розмови із віртуальними AI-асистентами. Регуляція ШІ. Більшість країн намагаються підготувати регуляторну базу для використання генеративного ШІ до кінця 2024 року. Одним з перших кроків регуляції у Європі став Artificial Intelligence Act, погоджений Європейським Парламентом у грудні 2023 р. Він класифікує ризикованість різних моделей, забороняє використання ШІ у певних випадках та аналізує потенційний вплив ШІ на права людини. Регуляція важлива для нас як користувачів, адже даватиме можливість бути більш захищеними від негативного впливу та мотивуватиме використовувати надійні ШІ-моделі і приділяти увагу відповідальності і репутації компаній, що їх розробляють.Відео з використанням Generative AI. Наразі це — найпопулярніший формат контенту серед молодого покоління у соціальних мережах, як-от відео в TikTok або короткі ролики на YouTube. Все більше ШІ-інструментів конкурують за статус моделей, які можуть створювати відео високої якості від початку до кінця з текстової підказки (prompt). Тренд виходить за межі візуалізації та включає також синтетичне мовлення та покращення аудіо у міміці, тонах та інтонаціях. Так, уже у 2024 році можна спостерігали, як найпопулярніші меми локалізуються під будь-яку мову та поширюються глобально.

Вочевидь, усі просування у візуальних модальностях матимуть вплив на маркетинг, його ефективність та швидкість. Очікувати високої якості фільму, згенерованого GenAI, у 2024 році ще не варто, оскільки поки що існує багато невирішених інженерних задач для рендерингу високої якості відео (за розумні гроші). Але точно побачимо ще більше розширень (Copilots) в програмах для обробки фото та відео, де можливо легко додавати та прибирати об'єкти (наприклад, як в інструменті Runway або як в нашумівшому відео від Pika), збільшувати розширення відео тощо. Це пришвидшить процес створен-

ня відео та його адаптацію під різні платформи. Генерація персоналізованих та дуже реалістичних аватарів почне ставати невід'ємною частиною брендів та досвіду клієнтів. Створення 3D-моделей людини/об'єктів з відео та фото для метавсесвіту (як показали Meta) буде одним з розвиваючих напрямів, особливо із запуском в продаж гарнітури змішаної реальності Apple Vision Pro на початку 2024 року. Вибори та медіа. 2024-й рік буде роком виборів у 40 країнах, включаючи США, Великобританію, Індію, Мексику, Румунію — Bloomberg Economics підрахували, що виборцями стануть 41 % населення Землі. Це буде перший рік, коли команди політтехнологів почнуть використовувати інструменти генеративного ШІ для створення персоналізованих повідомлень та контенту. Журналісти також впроваджують технологічні новинки — наприклад, нещодавно американський медіастартап Channel 1 анонсував запуск програми новин, повністю згенерованої штучним інтелектом, і показав, як це виглядатиме вже 2024-го року. Разом із технічним розвитком масмедіа, є ризик, що виборці стануть свідками масової генерації небезпечних фейків та маніпуляцій, тому кожному з нас варто ще більш уважно ставитись до інформаційної гігієни, обирати якісні джерела інформації та працювати над медіаграмотністю. Це важливо, адже люди у всьому світі мають острахи щодо використання технологій — до прикладу, в США та у Франції 50 % та 43 % повнолітніх користувачів інтернету відповідно бояться впливу ШІ на суспільство, за результатами опитування Оксфордського університету. Це не новина, адже страх завжди був при появі нових технологій — так, люди остерігались перших автомобілів, кінопоказів чи телефонів. Проте, регуляція має на меті знайти баланс між стрімким розвитком загального ШІ (AGI) та ризиками, що з'являються перед суспільством. Бачимо, що успішна історія AI почала приймати абсолютно реальні обриси. Оптимісти знову перемогли — незважаючи на купу "розумних" аргументів і застережень від шановних стратегів та аналітиків стосовно того, що ринок перегрітий, гроші дорогі, хороших новин чекати нізвідки, наприуінці січня 2024 р. головний біржовий індекс планети S&P 500 оновив історичний максимум, що тримався з січня 2022 року. Інфляція, війни, поляризація світу, стрімке підвищення ставок центральними банками, розчарування від труднощів переходу до зеленої енергетики, банкрутство американських банків та ще купа негативних подій і тенденцій, якими були наповнені два останні роки, не подолали бажання інвесторів робити ставки на зростання.

Власне, розмови про те, що ШІ змінить світ і поліпшить виробничі та фінансові результати компаній, жваво точилися весь 2023 р., коли про ШІ не згадував тільки ледачий, бездарний або повністю відсталий від життя. Говорили всі, незалежно від розмірів компанії та її індустріальної приналежності. Звісно, гігантів на кшталт Microsoft, Google чи Nvidia слухали уважніше, до великих і впливових цікавості завжди більше, але й маленькі теж не пасли задніх: кількість згадувань ШІ в публічних виступах стала найбільшою за останні десять років. Великі консалтингові компанії провели серйозні дослідження й оцінили, що застосування ШІ може щороку додавати від $2.7 до $4.4 трлн у глобальну економіку, а це — 2.6–4.3 % додаткового зростання ВВП. Якщо їх

додати до тих 3 % зростання, які прогнозує на 2024 р. МВФ, то сумарно глобальна економіка могла б зростати на 6–7.5% щорічно, що є справжнім економічним процвітанням [3].

Тези підготовлено в рамках виконання науково-дослідного проєкту НАН України “Механізми структурної трансформації підприємницького сектору України на засадах резільєнтного розвитку економіки” (№ держреєстрації 0123U100206).

Джерела

1. *Хомич Б.* В яких сферах найбільше використовуватимуть генеративний ШІ у 2024 році. https://nv.ua/ukr/opinion/ekspert-rozpoviv-chogo-chekati-vid-shi-u-2024-roci-50386530.html
2. *Рубан О.* В Україні швидко розвиваються цифрові фінанси: Коли AI замінить банківські відділення? https://biz.nv.ua/ukr/experts/ai-ta-bankivski-viddilennya-trendi-u-cifrovih-finansah-ostanni-novini-50386467.html
3. *Іван Компан І.* Викладач Единбурзької бізнес-школи. Кого замінить штучний інтелект? https://nv.ua/ukr/opinion/vartist-naybilshogo-u-sviti-virobnika-mikroshem-zrosla-do-592-mlrd-shcho-ce-oznachaye-50386407.html

Н. В. МАГАС
канд. екон. наук, доц.
заступник завідувача кафедри, менеджменту, економіки та туризму
Львівський інститут ПрАТ “ВНЗ “МАУП”

О. В. КУТ
здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти
спеціальності Менеджмент
Львівський інститут ПрАТ “ВНЗ “МАУП”

ШЛЯХИ ТА НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ

У сьогоднішніх умовах можна з упевненістю сказати, що конкуренція існує майже в кожному секторі бізнесу. Справедливо стверджувати, що конкуренція дає стимул для розвитку, сприяє появі нових продуктів і послуг, підвищенню їх якості та сервісу, покращує їхню якість та сервіс. Аналіз конкурентоспроможності допомагає виявити конкурентів, оцінити їх сильні та слабкі сторони, знати поведінку своїх конкурентів, дослідити знання та вміння, прогнозувати поведінку конкурентів, тим самим може допомогти компанії краще зрозуміти, які продукти та послуги вона повинна пропонувати і як вона може знайти своїх конкурентів.

Аналіз існуючих конкурентів дає змогу краще розуміти які продукти та послуги слід пропонувати, як знаходити ринки збуту та як позиціонувати свій бізнес на ринку. В процесі дослідження можна визначити позицію свого бізнесу на ринку а також дослідити інформацію конкурентів, вести моніторинг веб-сайтів конкурентів в інтернеті, слідкування за рекламою, переглядати статті про конкурентів у засобах масової інформації.

Підвищення конкурентоспроможності підприємства необхідно розглядати як довгостроковий послідовний процес пошуку й реалізації управлінських рішень у всіх сферах його діяльності, здійснюваний планомірно, відповідно до обраної стратегії довгострокового розвитку.

До організаційних заходів, що підвищують рівень конкурентоспроможності підприємства, відносять [3]:

- забезпечення пріоритетності продукції;
- зміну якості виробу і його технічних параметрів з метою обліку вимог споживача та його конкретних запитів;
- виявлення переваг товару порівняно із замінниками;
- виявлення недоліків товарів-аналогів, які випускають конкуренти;
- вивчення заходів конкурентів з удосконалення аналогічних товарів;
- виявлення й використання цінових факторів підвищення конкурентоспроможності продукції;
- нові пріоритетні сфери використання продукції;
- диференціація продукції, що забезпечує відносно стійкі переваги споживачів, які віддаються певним видам взаємозамінних товарів.

Створення ефективної моделі формування і реалізації конкурентної стратегії є дуже важливим і актуальним питанням для підприємств, це зумовлено тим, що конкурентна стратегія забезпечує адаптивність до практичної діяльності в реальних умовах господарювання і розвитку у ринковій економічній системі, особливо їх в умовах фінансової кризи.

Для підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства, виокремлюють заходи, які носять організаційний характер, а саме: • розставити пріоритети продукції та її забезпечення; • зміна параметрів виробництва та підвищення якості продукції, з урахуванням всіх смакових особливостей клієнтів і їх конкретних запитів; • дослідження якісних переваг товарів в порівнянні з товарами-замінниками та продукцією конкурентів; • виявлення існуючих недоліків, які виготовляють конкуренти; • пошук нових шляхів покращення асортименту та якості наданих послуг, які використовують конкуренти; • виявлення цінових чинників, що відповідають за підвищення конкурентоспроможності випущеної продукції; • пошук нових джерел збуту продукції; • урізноманітнення асортименту і якості продукції, яка впливає на стійкість підприємства; • постійна робота, спрямована на дослідження ринку і проведення реклами.

Забезпечення рівня високої конкурентоспроможності означає, що всі ресурси, які використовує підприємство, більш продуктивні і приносять великий прибуток, ніж його ринкові конкуренти. З цього випливає, що підприємство займає стабільне місце на ринку товарів і послуг та його продукція

користується постійним попитом споживачів. Водночас керівництво підприємства повинно вміти прослідковувати зміни, що відбуваються в умовах господарювання, і проводити різні перетворення в політиці ведення виробництва та реалізації товарів. Такими перетвореннями можуть бути диверсифікація виробництва, вихід на нові ринки, зміна товарної політики, створення спільних виробництв, впровадження нових технологій, модернізація форм збуту продукції.

В узагальненому вигляді поняття "конкурента перевага" являє собою фактор чи комбінацію факторів, що робить діяльність підприємства більш успішною порівняно з конкурентами в конкурентному середовищі й не може бути легко повторена конкурентами.

В торговельному підприємстві конкуруючою є продукція. В цілому, до чинників, що забезпечують конкурентоспроможність продукції належать: продукт, ціна, канали збуту, реалізація, рівень кадрового потенціалу та управлінських структур [2].

Говорячи про конкурентоспроможність, варто зазначити причини загалом низької конкурентоспроможності економіки України. До них відносять закритість пострадянської економічної структури, низькі темпи науково-технічного прогресу, необхідність переорієнтації вітчизняних виробників на світові ринки тощо [1].

Вчені визначили декілька напрямів підвищення конкурентоспроможності в умовах сучасної економічної нестабільності та кризових ситуацій. Головним завданням зараз є вибіркова підтримка технічних та експортно-орієнтованих продуктів, які з часом будуть переглядатися відповідно до галузевих пріоритетів.

Закордонний досвід показує, що сильні держави можуть проводити цілеспрямовану промислову політику з певними мінімальними обсягами навіть за складних економічних умов. Йдеться про формування ідеології промислової політики, придатної для ринкових умов, вимог національної незалежності та ефективної інтеграції у світову економічну систему.

Джерела

1. *Борисенко З.* Конкурентна політика як передумова ефективності ринку. *Економіка України*. 2006. № 5. С. 28–33.
2. *Дідівська Л.* Сучасний розвиток конкурентного середовища ринку споживчих товарів України. *Банківська справа*. 2021. № 2. С. 48–67.
3. *Кузьмін О. Є., Горбаль Н. І.* Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства: навч. посіб. для студ. спец. "Міжнародна економіка". Львів: Компакт-ЛВ, 2005. 304 с.
4. *Химич І. Г., Тимошик Н. С., Подвірна Т. В.* Підприємницькі ризики як можливість забезпечення конкурентоспроможності. Теоретичні та практичні питання узгодження інтересів розвитку територіальної системи: матеріали Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції. Харків. ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2020. С. 451-453. URL: http://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/32940/1/%D0%97%D0%B1%D1%96%D1%80%D0%BD%D

Ю. А. МАЛАШЕНКО
канд. екон. наук

О. Ф. КРИШАН
канд. екон. наук, доц.

В. Є. МАЛАШЕНКО
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

МЕТОДИ ОЦІНКИ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Інвестиції є одним з найважливіших інструментів розширення та оновлення виробництва, поліпшення якості продукції, а також підвищення ефективності фінансової активності на ринку. За залучення та подальший розподіл отриманих інвестицій відповідає інвестиційна політика підприємства. Основним її завданням є визначення напрямів, обсягу та коефіцієнта отриманих інвестицій з метою подальшого застосування у пріоритетних напрямах їх використання для нарощування виробничого потенціалу, модернізації, збільшення прибутку та інших позитивних ефектів у цілому.

Інвестування є важливою складовою економічного розвитку будь-якої країни. Інвестиції сприяють зростанню виробництва, створенню робочих місць та загальному підвищенню добробуту. Проте вибір правильних об'єктів для інвестування вимагає комплексного аналізу та оцінки. Статистичні методи дозволяють здійснити об'єктивну оцінку інвестиційної привабливості і допомагають інвесторам приймати інформовані рішення.

Оцінка інвестиційної привабливості може здійснюватися на базі фінансових показників підприємства, під якими розуміється його ліквідність, фінансова стійкість, майновий стан справ, рентабельність та ділова активність на ринку, а також внутрішній стан виробничого капіталу, конкурентоспроможність продукції, рівень оснащення персоналом та багато іншого . При проведенні такої оцінки необхідно проаналізувати можливі ризики та зіставити їх з вигодою від вкладення коштів у те чи інше підприємство, проте важливими залишатимуться лише фінансові показники.

Ще одним методом оцінки інвестиційної привабливості підприємства є оцінка на основі співвідношення прибутковості та ризику. Ризик є невід'ємною частиною будь-якого інвестиційного процесу, тому його необхідно враховувати під час виборів тієї чи іншої об'єкта інвестиційного вкладення. Для цього проводять оцінку обсягу можливих ризиків щодо прогнозованого прибутку, а також вираховують сукупний ризик вкладення коштів. Зазвичай обирається підприємство з меншим ризиком зниження рентабельності виробленого товару та підприємства в цілому, ризик зниження ліквідності, ризик

зниження конкурентоспроможності на ринку, ризик зниження прибутку, що отримується, або ризик зниження рівня фінансового управління та ін.

Найповнішим на сьогоднішній день шляхом оцінки конкурентоспроможності підприємства є повний аналіз основних чинників зовнішнього і внутрішнього середовища на виробничу діяльність підприємства, тобто до уваги береться сукупність всіх чинників. При тому, що даний метод оцінки є найбільш повним, він також має ряд недоліків. По-перше, такий аналіз дуже трудомісткий і займає багато часу. По-друге, в цьому аналізі надаються багато зовнішніх факторів, які через їхню непостійність і тенденцію до різких змін, не завжди дають точний результат, що також може позначатися на фінальному рішенні потенційного інвестора.

Основною ідеєю такого методу оцінки інвестиційної привабливості є процес визначення найбільш важливих факторів або їх груп у загальній системі інвестиційної привабливості з урахуванням тих цілей та намірів, які були встановлені потенційним інвестором, з метою одержання повної картини про рівень привабливості об'єкта вкладення.

У зовнішніх факторах враховується загальний рівень інвестиційної діяльності країни або регіону об'єкта, що розглядається, рівень технологічного прогресу, загальна динаміка ринку, інвестиційний клімат, методи регулювання інвестиційної діяльності та загальний рівень економічного розвитку. Також увагу приділяють загальним економічним показникам галузі, в якій підприємство здійснює свою діяльність, рентабельність галузі, її економічні показники, рівень інноваційної та інвестиційної діяльності, а також загальний показник затребуваності галузевої продукції.

При проведенні описаного методу оцінки інвестиційної привабливості підприємства враховуються максимально всі найважливіші показники та фактори, що на них впливають. Їх формують до груп, які потім ранжуються відповідно до тих чи інших запитів потенційного інвестора, що допомагає йому точніше визначити напрямок та підприємства, у який він хотів би здійснити вкладення.

Таким чином, усі перераховані вище методи оцінки конкурентоспроможності підприємства можуть застосовуватися в залежності від того, які цілі ставить перед собою потенційний інвестор. Однак, варто зазначити, що всі вони підходять тільки для довгострокових вкладень, оскільки враховують велику кількість факторів впливу та спрямовані на отримання вигоди у довгостроковій перспективі як з боку інвестора, так і підприємства.

П. С. МАМЕТЬЄВА
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

ТЕОРЕТИЧНИЙ АНАЛІЗ ПСИХОЛОГІЧНИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ ЖІНОК, ЩО ПЕРЕЖИЛИ НАСИЛЛЯ

У нашій країні проблема домашнього насилля загострюється через особливості міжособового виховання протягом багатьох років. Це найпоширеніша форма порушення прав людини. Кількість жінок, які страждають від домашнього насилля, росте з кожним роком. Тому актуальність цієї теми зумовило саме такий вибір.

Статистичні дані показують, наскільки гостро це питання потребує уваги та дій з боку суспільства та держави в цілому. Багато років суспільство, уряд та соціальні органи не звертали увагу на цю проблему, вважаючи тиск одного з партнерів частиною подружнього життя.

Поняття насилля О. М. Ткаленко визначає як "... будь які форми впливу однієї людини на іншу з метою примусити робити щось проти власної волі, тим самим завдаючи шкоди її моральному чи фізичному здоров'ю" [2].

Дуже довгий час насиллям вважали лише фізичні дії по відношенню до людини. Але з часом з'явилися нові форми. Це і фізичне насилля, і психологічне, сексуальне та економічне, що аргументується Законом України "Про запобігання та протидію домашньому насильству" [1].

Дослідження 2021 року, проведені компанією "New Image Marketing Group" в Україні, показали, що майже 70 % жінок перебували у відносинах, де мало місце насилля різного характеру. Результати досліджень можуть мати трохи знижені результати, бо досі залишається проблемою мовчазна згода жертви, бажання приховувати противоправні дії, які скоюються проти неї.

Виділяється, що жінки, які переживають насилля, мають песимістичні погляди, депресивний тип, низьку самооцінку. Комфортний спосіб взаємодії для них — це залежні відносини. Жертви насилля мають високу тривожність, надчутливі, дуже гостро ставляться до критики оточуючих. Вони мають сумніви щодо своєї власної ідентичності. Для них характерна відсутність мотивації, страх осуду. Гнів або злість вони направляють на себе, а не на того, хто скоює насилля по відношенню до них. Тому їх поведінка часто саморуйнівна і завдає шкоди саме їм. У них відслідковуються симптоми депресії та відсутність волі.

Захисні механізми психіки, якими вони користуються, — це заміщення, витіснення або регресія. Заміщення — людина звинувачує та направляє свою агресію не на того, хто дійсно винен, а шукає інший об'єкт. Витіснення — це процес у психіці людини, коли вона повністю усуває свої емоції, переживання або неприємні спогади. Регресія — захисний механізм психіки, процес, в ході якого людина повертається на попередню або менш зрілу стадію розвитку почуттів та поведінки.

У них відсутня довіра до оточуючих, тому енергії та сили на вирішення проблем вони частіше не мають. Жінки, що переживають насилля, нерідко користуються уникненням.

Насилля впливає не тільки на психічне здоров'я, з'являються соматичні розлади, знижуються моторні функції. Мозок, який налаштований на виживання, не має змоги навчатися новому. Тому такі жінки втрачають здатність на саморозвиток.

Наслідки насилля є руйнівними не тільки для жертви, а й для агресора та суспільства в цілому.

Закон України "Про запобігання та протидію домашньому насиллю" визначає суб'єктів, які мають повноваження для захисту осіб, що страждають від домашнього насилля. До цих органів відносяться: Органи Національної Поліції, навчальні заклади, установи охорони здоров'я та спеціалізовані служби, які надають допомогу постраждалим, соціальні служби у справах сім'ї, соціальні центри матері та дитини, центри соціально-психологічної допомоги [1].

Однією із найважливіших перемог та досягнень у боротьбі з домашнім насиллям стала ратифікація Стамбульської конвенції 20 червня 2022 року, згідно якої захист та покарання кривдників і відповідальність за це бере на себе держава. Цей документ захищає і чоловіків, і жінок, що зазнали насилля. Уряд зобов'язаний впроваджувати практичні заходи, пропонувати та підписувати закони, виділяти ресурси, які будуть направлені на протидію домашньому насиллю. Стамбульська конвенція стала поштовхом для розголосу цієї проблеми та виведенню її на новий рівень, оскільки проблема домашнього насилля стосується не лише його учасників, а й усього суспільства в цілому. Зменшити рівень насилля та змінювати свідомість кожного та суспільства загалом — це відповідальність і обов'язок кожного з нас.

Джерела

1. Про запобігання та протидію домашньому насильству: Закон України від 7 грудня 2017 року № 2229-19: URL: http://http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2229-19 (дата звернення: 05.02.2024).
2. *Ткаленко О. М.* Адміністративно-правове забезпечення діяльності органів публічної адміністрації щодо попередження насильства у сім'ї відносно дітей: дис. ... канд. юрид. наук за спец.: 12.00.07. Одеса, 2016. 237 с.

Науковий керівник:
Н. В. Задорожна, старший викладач

О. І. МАСЛАК
д-р екон. наук, проф.

Я. Ю. ЯКОВЕНКО
PhD з економіки

І. В. ДОМАНЕЦЬКИЙ
аспірант
Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського

ЗНАЧЕННЯ КІБЕРБЕЗПЕКИ У ФОРМУВАННІ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ

У сучасну цифрову епоху забезпечення кібербезпеки стає все більш критичною проблемою для окремих осіб, компаній і урядів у всьому світі. Оскільки зв'язок і зберігання даних постійно покладаються на Інтернет, безпека стала головним пріоритетом для організацій будь-якого масштабу. Однак, оскільки бізнес-структури в усіх галузях все більше залежать від IT-систем, кібератаки стали частішими та складнішими, а у пост-ковідні часи довелося швидко адаптуватися до віддаленого робочого середовища, що зробило їх ще більш уразливими до кіберзагроз.

Ця тенденція намітилася у 2019 році, коли кіберзлочинці скористалися хаосом і невизначеністю, викликаними пандемією, для здійснення атак, таких як фішинг, програми-вимагачі та атаки розподіленої відмови в обслуговуванні (DDoS). Це призвело до значних фінансових втрат та завдання шкоди репутації компаній в усьому світі. З початком повномасштабного вторгнення рф в Україну у 2022 році наша країна має бути спроможною забезпечити свій соціально-економічний розвиток у цифровому світі, що потребує набуття спроможності ефективного стримування деструктивних дій у кіберпросторі, досягнення кіберстійкості на всіх рівнях та взаємодії всіх суб'єктів кібербезпеки.

Україна щодня стикається з численними кібератаками, головним винуватцем яких є Росія. За даними Держспецзв'язку та захисту інформації України [1], з початку повномасштабної війни Росія здійснила 796 кібератак проти України. У звіті Microsoft [2] зазначається, що Україна у 2021 році посіла друге місце у світі за кількістю кібератак — майже 20 % усіх атак було спрямовано на Україну.

Важливо розуміти, що існує багато різних типів кібератак, і кожна з них вимагає унікального підходу, щоб запобігти потенційним ризикам. Наприклад, DDoS-атака може призвести до збою веб-сайту (урядового чи окремої бізнес-структури), тоді як атака програмного забезпечення-вимагача може заблокувати системи компанії та вимагати оплати. Тому урядові і неурядові

компанії повинні впровадити низку заходів кібербезпеки, таких як брандмауери, антивірусне програмне забезпечення, шифрування та навчання співробітників, щоб захистити свої активи та клієнтів.

Один із способів покращити кібербезпеку — бути в курсі сучасних тенденцій у цій галузі. Подібне відслідковування допоможе краще підготуватися до потенційних сценаріїв і мінімізувати негативний вплив будь-яких кіберінцидентів. Крім того, важливо регулярно діагностувати потенційні загрози та вразливості та постійно працювати над покращенням заходів безпеки для забезпечення конфіденційності, цілісності та доступності інформації [3]. Кіберінциденти можуть становити загрозу для будь-якої організації, тому вкрай важливо вживати профілактичних заходів для їх запобігання.

Незважаючи на виклики, галузь кібербезпеки швидко розвивається, щоб задовольнити вимоги цього нового цифрового середовища. Очікується, що до 2027 року ринок досягне приблизно 262 мільярдів доларів США [4], оскільки компанії все більше інвестують у заходи кібербезпеки, щоб захистити себе та своїх клієнтів. Оскільки кількість і складність кібератак продовжує зростати, важливо, щоб компанії і уряди залишалися пильними та проактивними у своїх зусиллях із захисту систем і даних.

Джерела

1. State Special Communications and Information Protection Service of Ukraine. URL: https://tech.liga.net/ua/ukraine/novosti/rossiya-osuschestvila-796-kiberatak-protiv-ukrainy-s-nachala-vtorjeniya-gosspetssvyazi
2. Microsoft Special Report: Ukraine. An overview of Russia's cyberattack activity in Ukraine. URL: https://query.prod.cms.rt.microsoft.com/cms/api/am/binary/RWMFIi
3. *O. I. Maslak, M. V. Maslak, N. Y. Grishko, Y. Y. Yaroslava, O. O. Hlazunova and D. L. Pirogov*, "Innovative Safety of the Ukrainian Electrical Industry: Benchmarking Indicators for Provision," 2021 IEEE International Conference on Modern Electrical and Energy Systems (MEES), Kremenchuk, Ukraine, 2021. P. 1–5, doi: 10.1109/MEES52427.2021.9598492.
4. Digital Economy Compass 2022. URL: https://www.statista.com/study/128160/digital-economy-compass-2022/

О. І. МАСЛАК
д-р екон. наук, проф.

Я. Ю. ЯКОВЕНКО
PhD з економіки

О. І. ДУБОВИК
здобувачка
Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського

КОНФЛІКТИ В ОРГАНІЗАЦІЇ ТА МЕТОДИ ЇХ ВРЕГУЛЮВАННЯ

Конфліктологія, як самостійна галузь наукового знання, народилася, розвивалася і вдосконалювалася під впливом такого важливого чинника як потреба суспільства в координації відносин між індивідами, групами, країнами та іншими структурними елементами, коли можуть виникати (і виникають) такі серйозні протиріччя як незгоди, конфлікти, війни тощо. Методологічна основа конфліктології зосереджена на вивченні конфліктів та їх причин, розкритті закономірностей соціальних явищ і процесів у цій сфері, пошуку шляхів вирішення конфліктів. Для цілей наукового аналізу конфліктологія спирається на відомі закони і категорії філософських наук. Наприклад, єдність протилежностей і закон боротьби є методологічною основою дослідження особистості, яка поєднує позитивні та негативні характеристики, якості, а також розкриває причини конкретних видів конфліктів.

Вивчення конфліктологічних проблем базується на використанні різноманітних методів і спостережень, специфічних прийомів дослідження, використовуваних різними науками з урахуванням набутої практики, досвіду і знань. Методи наукового дослідження — це методи та засоби, за допомогою яких вчені отримують достовірні дані для встановлення наукових теорій і внесення певних пропозицій. Слід зазначити, що методи, які використовуються в конфліктології, спрямовані на розкриття психологічних закономірностей і механізмів особистості, людей, їх поведінки та рішень. Кожен науковий метод, відомий з психодіагностики, має свої позитивні і негативні сторони. Основні методи, які використовуються в дослідженні конфліктів [1–3]:

• Системний підхід. Системне дослідження будь-якого питання означає його відносно цілісне дослідження, однак складність застосування системного підходу до дослідження конфліктів полягає в тому, що сам об'єкт дослідження не є системою;

• Емпіричний підхід. Для вирішення конфліктів важливо при їх вивченні забезпечити оптимальне співвідношення емпіричних і теоретичних компонентів знання;

• Сценарний підхід. Він передбачає виділення одиниць аналізу конфліктної взаємодії як конфліктних ситуацій з певними часовими та просторовими межами, так і повного набору характеристик змісту конфлікту. Це описова, динамічна модель конфлікту;

• Статистичний підхід. Полегшує вивчення багатьох випадків і, завдяки отриманій статистиці, можна встановити закономірності, взаємозалежності, полегшуючи узагальнення;

• Метод експертного огляду. Він використовується експертами з конфліктів для прогнозування конфлікту та оцінки масштабів потенційного конфлікту. Основою для якісної та кількісної оцінки об'єктивних і суб'єктивних чинників впливу на конфлікт є думка експертів, що базується на їх професійному науковому та практичному досвіді. У цьому випадку важливо поставити питання, вибрати відповідних експертів і організувати їх роботу;

• Метод "Відображення конфліктів". Суть методу полягає в безперервному заповненні "карти" конфлікту, розділеної на кілька частин (в залежності від кількості учасників конфлікту). У центр вноситься головне питання, а в розділах міститься інформація про учасників конфлікту та їх мету;

• Аналіз комп'ютерного контенту. Так званий комп'ютерний контент-аналіз (ККА) текстів ЗМІ є одним із підходів до наслідування моделей соціальної реальності поширення джерел масової інформації та пропаганди. Ці результати можуть бути використані як вихідна база даних або як додатковий аналітичний матеріал у процесі прийняття рішень.

Таким чином, діагностика та прогнозування конфліктів є найважливішою діяльністю суб'єкта управління, спрямованою на виявлення причин виникнення конфліктів та оцінку їх функціонального положення, а вже вирішення конфліктів є завершальним етапом процесу управління, який забезпечує припинення конфліктів.

Джерела

1. *Баценко Л. М.* Зв'язок між структурою та стратегією розвитку організації. Підприємницька модель економіки та управління розвитком підприємства: тези II Міжнародної науково-практичної конференції (6–8 листопада 2019 р.). Житомир. 2019. С. 29–32.
2. *Колот А. М.* Соціально-трудова реальність-XXI: філософія становлення, можливостей та викликів. *Економіка України*. 2021. № 2. С. 3–31. DOI: https://doi.org/10.15407/economyukr.2021.02.003
3. Планування кар'єри та професійного розвитку в економічній сфері: формування системи управління / Я. Ю. Яковенко [та ін.]. *Вісник Національного технічного університету "ХПІ"*. Економічні науки = Bulletin of the National Technical University "KhPI". Economic sciences : зб. наук. пр. Харків : НТУ "ХПІ", 2020. № 3 (5). С. 106–109.

У. О. МАТЛАЙ
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

АУТОАГРЕСІЯ ТА ЇЇ ПРОФІЛАКТИКА

Аутоагресія, або суїцид, є серйозною проблемою здоров'я, яка потребує особливої уваги та спільних зусиль для профілактики й зменшення випадків суїциду.

Згідно зі світовою статистикою, щороку відбувається мільйони випадків суїциду по всьому світу. Ця проблема має серйозний вплив на індивідів, їхні сім'ї та суспільство в цілому.

Чинники ризику аутоагресії включають психічні розлади, такі як депресія та тривожність, а також соціальні чинники, такі як соціальна ізоляція та конфлікти. Розуміння цих факторів ризику є важливим для визначення стратегій профілактики.

Профілактика аутоагресії передбачає освіту та свідомість про ментальне здоров'я. Розширення свідомості про джерела підтримки та допомоги може знизити ризик суїциду. Крім того, доступні та ефективні психологічні послуги, включаючи консультування та терапію, є важливим аспектом профілактики.

Соціальна підтримка також грає важливу роль. Розвиток мережі підтримки та громадських організацій, які працюють з проблемою суїциду, може забезпечити допомогу та підтримку особам у кризових ситуаціях.

Щоб боротися з проблемою аутоагресії, необхідно розробити та впровадити національну стратегію з профілактики суїциду, яка включатиме освіту, психологічну допомогу та соціальну підтримку.

Джерела

1. World Health Organization. Suicide Prevention : website. URL: https://www.who.int/health-topics/suicide#tab=tab_1 (Last accessed: 02.02.2024).
2. Centers for Disease Control and Prevention. Suicide Prevention: website. URL: https://www.cdc.gov/violenceprevention/suicide/index.html (Last accessed: 02.02.2024).

Науковий керівник:
Л. В. Комар, старший викладач

Г. Є. МЄНЯЙЛОВА
канд. екон. наук, доц.
Філія Класичного приватного Університету у м. Кременчук

ВЗАЄМОДІЯ МАРКЕТИНГУ ТА ЛОГІСТИКИ В УПРАВЛІННІ ТОВАРНИМИ ЗАПАСАМИ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

В умовах сучасного конкурентного бізнес-середовища, ефективне управління товарними запасами торгівельного підприємства стає стратегічною необхідністю для забезпечення сталого розвитку та конкурентоспроможності господарюючого суб'єкта. Товарні запаси є ключовим елементом ланцюга постачання відіграють важливу роль у забезпеченні надійності постачання, оптимізації витрат та задоволенні потреб споживачів.

Останні глобальні виклики, такі як пандемія COVID-19 та нестабільність ринків, війна в Україні підкреслюють важливість забезпечення гнучкості та ефективності управління товарними запасами в умовах несприятливих обставин. Такі події ставлять підприємства перед завданням адаптації та зміни стратегій управління товарними запасами для забезпечення сталості та конкурентоспроможності на ринку.

У маркетинговому контексті існує низка викликів та стратегій управління товарними запасами, які вимагають систематичного розгляду та ефективного вирішення. Слід зазначити, що управління товарними запасами має бути спрямоване на прискорення оборотності товарів, а також на зменшення витрат, пов'язаних як із їх придбанням, так і зі зберіганням, що є вже завданнями логістики.

Тобто, важливою стратегією в управлінні запасами в маркетинговому контексті є встановлення ефективних систем комунікації та співпраці між відділами маркетингу та логістики. Інтегроване планування та обмін інформацією між цими відділами дозволяють більш точно прогнозувати попит, а також забезпечує оптимальний рівень запасів для задоволення потреб споживачів. Узагальнюючи, вирішення викликів управління товарними запасами в маркетинговому контексті вимагає інтегрованого підходу, зокрема використання передових технологій, точного прогнозування попиту та ефективної співпраці між логістичними та маркетинговими підрозділами.

Маркетинг виступає ініціатором визначення стратегій збуту та просування товарів, що безпосередньо впливає на обсяги попиту і, отже, на рівень запасів. Логістика ж відповідає за оптимізацію процесів постачання, зберігання та розподілу товарів.

Маркетингові відділи забезпечують логістику інформацією про стратегії реклами, акцій та інших маркетингових заходів, що можуть впливати на попит та характер замовлень. Це дозволяє логістичним відділам адаптувати свої

процеси планування та забезпечення запасів для оптимального задоволення потреб споживачів. З іншого боку, логістичні відділи забезпечують маркетинг інформацією щодо доступності товарів, строків поставок та можливостей для реагування на зміни в попиті. Це дозволяє маркетинговим відділам адаптувати свої стратегії для підтримки наявності товарів та забезпечення задоволення потреб споживачів.

Ефективні взаємовідносини між цими відділами сприяють створенню збалансованого та гнучкого ланцюга постачання, який забезпечує не лише зниження витрат на управління запасами, а й підвищення рівня обслуговування клієнтів. Такий синергетичний підхід сприяє підвищенню конкурентоспроможності організації на ринку.

Таким чином, вагомою є роль логістичних процесів в управлінні товарними запасами торговельного підприємства, оскільки ця сфера визначається важливістю ефективного контролю за рухом та розподілом товарів у ланцюзі постачання. Логістика виступає ключовим інструментом в досягненні оптимальної ланцюга постачання, що включає в себе вибір постачальників та раціональне планування процесів закупівель і виробництва.

Управління запасами є критичним компонентом логістичних аспектів, де логістика допомагає мінімізувати запаси та оптимізувати їх управління. Це включає в себе точне визначення рівнів запасів, врахування попиту та забезпечення ефективного зберігання та розподілу товарів.

Логістика впливає і на інформаційний аспект управління запасами, де системи відстеження та інтеграція з іншими аспектами бізнесу (наприклад, обліком та ін.) дозволяють отримувати реальні дані про рух товарів та забезпечують інформаційну підтримку при прийнятті маркетингових рішень. Це робить логістику ключовим елементом управління та оптимізації товарних запасів на торговельних підприємствах.

Маркетингові стратегії, такі як об'ємні знижки, можуть викликати стрибкоподібне збільшення попиту, вимагаючи відповідного управління запасами для забезпечення продуктів у достатній кількості.

Зростаюча увага до екологічної стійкості обумовлює необхідність врахування екологічних аспектів у ланцюгу постачань, що може впливати на вибір матеріалів та процесів виробництва.

Усі ці виклики вимагають від торговельних підприємств не тільки гнучкості та швидкості в управлінні запасами, але й тісної взаємодії між логістикою та маркетинговою стратегією для досягнення успішності на ринку.

О. О. МЄНЯЙЛОВ
PhD 081 "Право"
Кременчуцький районний суд Полтавської області

УДОСКОНАЛЕННЯ КРИМІНАЛЬНО-ПРАВОВИХ НАСЛІДКІВ ЗА СПРИЯННЯ АГРЕСІЇ

Збройна агресія російської федерації проти української державності, яка розпочалася 24 лютого 2022 року, поставила низку викликів нашому суспільству. Окрім завдань збройної відсічі окупантам українське суспільство стикнулося з терором, катуваннями, економічною дестабілізацією та іншими особливостями "руського миру". На жаль, загальновідомими стали факти сприяння громадян України загарбникам у таких видах діянь.

З моменту введення Указом Президента України воєнного стану було прийнято низку нормативно-правових актів, покликаних врегулювати буття держави в нових умовах. 03 березня 2022 року Верховною Радою України було прийнято Закон "Про внесення змін до Кримінального кодексу України щодо посилення відповідальності за злочини проти основ національної безпеки України в умовах дії режиму воєнного стану" [3], яким було внесено низку новацій, зокрема було викладено у новій редакції ч. 4 ст. 86, статті 111 та 113 Кримінального Кодексу (КК) України. Основною новелою зазначеного закону є неможливість застосування Закону про амністію до осіб, засуджених за вчинення державної зради та диверсії.

Одночасно Законом України від 03 березня 2022 р. № 2108-IX було посилено кримінальну відповідальність шляхом доповнення КК України статтею 111-1, яка встановлює кримінальну відповідальність за колабораційну діяльність [2].

24 березня 2022 року прийнято Закон України №2160-IX [4], яким доповнено КК України статтею 114-2 "Несанкціоноване поширення інформації про направлення, переміщення зброї, озброєння та бойових припасів в Україну, рух, переміщення або розміщення Збройних Сил України чи інших утворених відповідно до законів України військових формувань, вчинене в умовах воєнного або надзвичайного стану".

Тобто законодавством врегульовані питання щодо виявлення фактів вчинення вищеназваних кримінальних правопорушень, їх досудового розслідування та судового розгляду, питання відбування покарання.

Однак вбачається суттєва прогалина в частині кримінально-правових наслідків для осіб, засуджених за кримінальні правопорушення, пов'язаних із підтримкою збройної агресії російської федерації проти України.

Так, положеннями чинного законодавства особам, засудженим за вчинення кримінальних правопорушень, пов'язаних із збройною агресією російської федерації передбачено можливість звільнення від покарання (р. XII Загальної частини КК України), окрім звільнення від відбування покарання

на підставі амністії, після чого можливим є погашення чи зняття судимості, передбачене ст. 89, 90 КК України, що тягне за собою припинення дії наслідків судимості, передбачених вже ст. 88 КК України, як кримінально-правового, так і загально правового характеру. Можливість уникнути реального покарання та відсутність судимості у осіб, які свідомо та умисно здійснювали дії, спрямовані на загибель мирних жителів, повалення державної влади, на шкоду державному суверенітету України не відповідає сучасним вимогам часу. За даними опитування Київського міжнародного інституту соціології на замовлення CASE Україна, яке проводилося з 22 червня по 19 липня 2022 року 65,8 % українців вважають непокарання за військові злочини найбільшим розчаруванням після закінчення війни [1], а тому факт реального відбуття покарання, призначеного вироком суду та неможливість його уникнення будь-яким чином є надзвичайно важливим, як і важливими є тривалі у часі кримінально-правові наслідки засудження за вчинені кримінальні правопорушення, пов'язані із збройною агресією проти нашої країни. Дані проблеми наразі потребують більш глибшого юридичного опрацювання.

Джерела

1. Непокарання Росії після війни розчарує українців більше, ніж бідність чи корупція Центр соціально-економічних досліджень CASE Україна URL: https://case-ukraine.com.ua/news/nepokarannya-rosiyi-pislya-vijny-rozcharuye-ukrayintsiv-bilshe-nizh-bidnist-chy-koruptsiya-infografika/
2. Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо встановлення кримінальної відповідальності за колабораційну діяльність. № 2108-IX від 03 березня 2022 року URL:https:// zakon.rada.gov.ua/laws/show/2108-20#Text
3. Про внесення змін до Кримінального кодексу України щодо посилення відповідальності за злочини проти основ національної безпеки України в умовах дії режиму воєнного стану. Закон України від 03 березня 2022 р. № № 2113-IX URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2113-20#n7
4. Про внесення змін до Кримінального та Кримінального процесуального кодексів України щодо забезпечення протидії несанкціонованому поширенню інформації про направлення, переміщення зброї, озброєння та бойових припасів в Україну, рух, переміщення або розміщення Збройних Сил України чи інших утворених відповідно до законів України військових формувань, вчиненому в умовах воєнного або надзвичайного стану. Закон України від 24 березня 2022 р. № 2160-IX URL:https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2160-20#n10

В. В. МИКИТЕНКО
д-р екон. наук, проф.
Інститут демографії та проблем якості життя НАН України

ДЕТЕРМІНАНТИ ПРОСТОРОВОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ ГОСПОДАРСЬКИХ СИСТЕМ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ УТВОРЕНЬ

Зазвичай під парламентом розуміють однопалатну представницьку установоРозроблення та обґрунтування п'яти-вимірного комплексу реконструктивних заходів просторової організації господарських систем [1] передбачало врахування вихідних положень актив-орієнтованого підходу з акцентом на певні пріоритетні об'єкти локалізації зусиль задля успішності реалізації завдань в межах територіальних утворень щодо: I) розвитку: регіональних центрів; локальної економіки та спільноти; технологічного розвитку та розвитку інновації; партнерства та міжрегіональної співпраці; людського капіталу та освіти; II) забезпечення: енергоефективності та екологічної стійкості; фінансової стабільності та привабливості для інвестицій; соціальної підтримки та інклюзивного розвитку; розбудови та модернізації інфраструктури; взаємодії з міжнародними організаціями.

Пропонована актив-орієнтована концепція просторової організації *господарських систем* (ГС) базується на дев'яти детермінантах, які й визначають її принципи, основні напрямки і технології стратегічного управління з акцентом на активність, сталість та залучення до процесів переформатування усіх учасників і зацікавлених сторін:

1) активна участь громадськості та стейкхолдерів у процесах упорядкування ГС та реконструкції оточуючого середовища, а також сприяння активній участі місцевого населення, підприємств, неурядових організацій та інших зацікавлених сторін у прийнятті рішень щодо розвитку та планування простору територіальних утворень;

2) забезпечення гнучкості та адаптивності оновленого формату ГС, їхньої здатності пристосовуватися до змін у зовнішньому середовищі, враховуючи нові економічні, технологічні, соціокультурні та екологічні умови функціонування держави;

3) локальний розвиток ГС у просторі і часі зі спрямованістю на створення системних умов для раціоналізації освоєння різної природи активів (як природно-ресурсних, так і людських), сценарного розвитку і підтримки місцевих спільнот, підприємств та інфраструктури;

4) інклюзивність функціонування простору територіального утворення з включенням і залученням усіх зацікавлених сторін до процесів упорядкування ГС та реконструкції оточуючого середовища, забезпечення їхньої участі та корисності всіх соціокультурних груп у розвитку, запобігання економічним та соціальним виключенням, тощо;

5) ефективне використання ресурсів із оптимізацією освоєння наявних природних, людських, фінансових та економічних активів в межах територіального утворення задля забезпечення культурної спадщини і соціальної цінності у розвитку територій;

6) трансгранична та міжрегіональна й міжсекторна співпраця, розробка механізмів співпраці та взаємодії між різними регіонами/територіальними утвореннями для вирішення спільних проблем і використання наявних можливостей та резервів;

7) забезпечення екологічної сталості ГС, генерування їхньої здатності до інтеграції та афіліації до процесів реконструктивного просторового розвитку (системних зрушень різнорідних процесів, зміни структури використання території, зміни меж та локацій, тощо);

8) забезпечення інноваційності та сприяння ціле орієнтованому розвитку господарських систем, впровадженню нових технологій, інновацій та кращих практик управління територіальним розвитком;

9) підтримка та створення умов і забезпечення локальної самодостатності місцевих громад (і, відповідно, ГС), що включає не лише економічну та ресурсну, а й соціокультурну, соцієтальну та екологічну самодостатність при ефективній автономії управління і самостійності у прийнятті рішень, що є важливою частиною стратегування регіонального розвитку та забезпечення сталого господарювання.

Практичне значення розв'язання завдань із просторової організації господарських систем є підставою для вирішення надактуальної проблеми щодо забезпечення стійкості національної соціально-економічно системи у повоєнному періоді. Зазначене передбачатиме: а) удосконалення структурно-функціональної моделі національної системи просторової організації ГС із визначення комплексу найдієвіших заходів для отримання економічного ефекту; б) введення алгоритмів оцінювання агресивності умов довкілля і середовища життєдіяльності та розробки практичних рекомендацій із оцінки якості життя та управління керованими чинниками ризику втрат за моделями оцінювання-прогнозування вартості життя; в) елімінування деструктивних соціально-економічних трансформацій в Україні при усуненні нелінійності та дееволюційності господарського розвитку у контексті змістовного коригування реконструктивних та державотворчих процесів в країні, безпосередньо, в ході реалізації численних загроз і викликів РФ національному варіанту державності для захисту суверенітету та її суспільно-політичної цілісності [2].

Джерела

1. *Микитенко В. В.* П'ятивимірний комплекс просторової організації господарських систем у контексті забезпечення якості життя в Україні. *Соціально-гуманітарний вісник*. 2024. № 46. С. 30–35.
2. *Микитенко В. В.* Просторова організація господарських систем: європейський досвід. *Нотатки сучасної науки*. 2024. № 12. С. 26–29.

Л. Г. МИХАЛЬЧИШИНА
канд. екон. наук, доц., доцент кафедри оподаткування та фінансів
ПВНЗ "Вінницький інститут конструювання одягу і підприємництва"

Л. О. ВОЛОНТИР
канд. техн. наук, доц., викладач
Вінницький технічний фаховий коледж

МАЛЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО В УКРАЇНІ В УМОВАХ СУЧАСНИХ ВИКЛИКІВ ТА ЗАГРОЗ

Мале підприємництво є основною ланкою розвитку приватної ініціативи економічного зростання та одним із основних джерел робочих місць. Розвиток малого і середнього бізнесу — необхідна умова вирішення комплексу соціально-економічних завдань, зокрема переходу до інноваційного розвитку економіки, насичення ринку товарами та послугами, зростання рівня зайнятості та добробуту населення, наповнення бюджетів усіх рівнів, розвитку конкуренції, підвищення гнучкості та адаптації економіки до сучасних викликів та загроз.

Мікро-, мале та середнє підприємництво в Україні завжди існувало у складних соціально-економічних умовах, і нинішня ситуація не є винятком: економічна криза, військовий конфлікт, поширення респіраторної хвороби COVID-19, запровадження обмежувальних карантинних заходів — усе це призвело до значних негативних наслідків для бізнесу: часткового або повного зупинення функціонування підприємств [1, с. 24–25].

У своїй діяльності малий бізнес стикається з цілим комплексом внутрішніх та зовнішніх ризиків, виявлення та попередження можливих негативних наслідків яких може позитивно позначитися на діяльності та самому існуванні малих підприємств.

В умовах зовнішнього середовища, що швидко змінюється, можливих несприятливих подій управління ризиками життєво важливе для успішного функціонування малого підприємства, суттєво зміцнюючи його стійкість.

До початку повномасштабного воєнного вторгнення росії найбільшим роботодавцем в Україні був середній та малий бізнес. На його частку припадало 75 % від усіх зайнятих в Україні працівників, або 4,8 млн українців. Решта 25 % (або 1,6 млн українців) працювали на великих підприємствах.

Найпопулярнішою сферою діяльності малого та середнього бізнесу в Україні є оптова та роздрібна торгівля, ремонт автотранспорту. Далі в різних пропорціях для середнього і малого бізнесів йдуть промисловість, логістика, сільське господарство та будівництво.

Важливою рисою для більшості малого і середнього бізнесу є географічна прив'язка до свого споживача. Саме цей фактор став вирішальним з початком війни.

Сьогодні малий і середній бізнес зазнають різного впливу воєнних дій, в залежності від свого місця розташування. Загалом, регіони України можна поділити за чотирма категоріями: "частково окуповані регіони" (зона ведення бойових дій), "прифронтові регіони" (під загрозою вторгнення), "опорні регіони" (відіграють вирішальну роль у логістиці оборонних та гуманітарних вантажів) та "безпечні регіони" (регіони, які є умовно безпечними для підприємницької діяльності та мають мінімальний ризик вторгнення). За даними Держстату, прифронтові та частково окуповані регіони відповідають за більш як 40 % ВВП України. На їх території зареєстровані понад 45 % компаній (за виключенням Києва). Згідно з дослідженням проєкту Keep Going, 40 % невеликих бізнесів наразі перебувають у зоні бойових дій, і лише 16 % з них переїхали в безпечні місця [2].

У сучасних умовах малий бізнес відіграє одну з ключових позицій щодо відновлення економіки регіонів у країні, сприяє появі нових робочих місць, тим самим знижуючи рівень безробіття населення. За державної підтримки більшість суб'єктів малого бізнесу після війни повернуться у свої регіони, що дасть змогу не тільки скоротити кількість безробітного населення, але й сприятиме наповненню бюджету за рахунок сплати податків. Створення державою необхідних сприятливих умов щодо розвитку малого бізнесу зумовить залучення інвестицій в нові проєкти, запровадження інноваційного виробництва. Залучення бізнесу в наукові, технічні, економічні гранти та проєкти дозволить розширити сферу послуг і виробництва, тим самим розширить сегмент споживачів на регіональному ринку. Посилення конкуренції сприятиме поліпшенню якості продукції та послуг, що, своєю чергою, пожвавить споживчий попит [3, с. 86].

Таким чином, більшість джерел ризиків малого підприємництва не можна однозначно віднести до стандартних категорій. Підтримка державою малого бізнесу здатна стати каталізатором змін та ключовим фактором для відновлення економіки країни. Адже завдяки діяльності малих і середніх підприємств забезпечується задоволення локального споживчого попиту, що стимулює грошовий обіг та сприяє зростанню соціально-економічного добробуту.

Джерела

1. *Піхняк Т. А.* Сучасні виклики для економічного розвитку малого підприємництва в Україні. *Приазовський економічний вісник.* 2021. № 1 (25). С. 24–29.
2. Нове обличчя українського підприємництва. URL : https://www.epravda.com.ua/columns/2022/08/29/690937/ (дата звернення – 06.02.2024).
3. *Харченко Р. В.* Проблеми та перспективи розвитку малого бізнесу в Україні. *Бізнес Інформ.* 2022. № 8. С. 81–87.

К. В. МІЛЬОНУШКІН
здобувач вищої освіти третього наукового рівня
ПрАТ "ВНЗ "Міжрегіональна Академія управління персоналом"

ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ПЕРСОНАЛУ ЯК ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Сьогоднішнє суспільство вимагає зовсім іншого підходу до врегулювання соціально-трудових відносин, коли обов'язковим стає не тільки забезпечення стабільності останніх, але й постійний розвиток і вдосконалення персоналу [1]. Ось чому підвищення конкурентоспроможності будь-якого підприємства неможливе без інвестицій в людський капітал, тобто підвищення конкурентоспроможності продукції країни не відбудеться без інноваційного розвитку підприємств, оснащення новим технічним забезпеченням та впровадження науково-технологічних удосконалень.

Соціальна відповідальність компаній щодо персоналу передусім полягає у створенні передумов для високої якості трудового життя. Висока якість

Зв'язок між зростанням конкурентоспроможності продукції, підвищенням якості персоналу [розроблено автором]

трудового життя для працівників означає ефективну систему матеріального та морального заохочення до праці, можливості професійного розвитку, безпечність умов праці, соціальний захист. Зростання внаслідок цього ефективності праці дає можливість реалізувати інтереси роботодавців: інноваційний розвиток виробництва, зниження собівартості та зростання прибутків, підвищення конкурентоспроможності, висока корпоративна культура, соціальна злагода на підприємстві [2]. Отже, зв'язок між зростанням конкурентоспроможності продукції та підприємства, підвищенням якості персоналу на рис. У свою чергу професійний розвиток персоналу несе такі переваги для кожної зі сторін соціально-трудових відносин: більш повне забезпечення кадрових потреб підприємств фахівцями з належним рівнем знань, умінь та компетентності, підвищення ефективності виробництва та якості продукції за рахунок більш раціонального використання людського фактору — для роботодавців; зростання рівня соціальної захищеності, якості життя й конкурентоспроможності на ринку праці — для персоналу; зменшення витрат за рахунок економії виплат на допомогу по безробіттю та зростання доходів місцевих бюджетів, основну частину яких складають відрахування із заробітної плати — для місцевих державних органів влади. Всі ці аспекти сприятимуть до реалізації стратегічних інтересів держави, роботодавців, персоналу та інших соціальних партнерів, а отже, й підвищенню конкурентоспроможності та забезпеченню позитивних змін національної економіки в цілому. Отже, із підвищенням якості персоналу в усіх структурних підрозділа підприємства забезпечить йому конкурентоспроможність на ринку.

Джерела

1. *Каліна І. І., Шуляр Н. М., Хорошенюк А. П.* Роль якості в підвищенні конкурентоспроможності підприємства на внутрішньому та міжнародному ринках: теоретичний аспект. *Економічний простір*. 2023. Вип. 188. С. 101–108. DOI:https://doi.org/10.32782/2224-6282/188-17
2. *Каліна І. І., Завгородня А. А.* Основні складові організаційно-економічного механізму корпоративного управління підприємства в небезпекових умовах. *Економічний простір*. 2022. Вип. 181. С. 105–109. DOI: https://doi.org/10.32782/2224-6282/181-18

Науковий керівник:
Г. А. Дмитренко, д-р екон. наук, проф.

І. В. НАЗАРЕНКО,
П. А. СТЕГНІЙ
канд. істор. наук, доц.
ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

АСЕРТИВНА ПОВЕДІНКА ЯК ОСНОВНА ПСИХОЛОГІЧНА СКЛАДОВА ДІЯЛЬНОСТІ МЕНЕДЖЕРА

Нова тенденція менеджменту передбачає застосування асертивної поведінки як основну психологічну складову менеджера. Вченими виявлено користь прояву асертивної поведінки в управлінні персоналом. Даний аспект на сьогоднішній день вивчається багатьма психологами практикуючих та тренуючих менеджерів компаній.

Під асертивною поведінкою розуміється конструктивний спосіб міжособистісного контакту, що є альтернативним методом деструктивності, маніпуляції та агресії. Асертивна поведінка лідера має бути засновано на компетентних знаннях, з метою розширення точки зору на ту або іншу ситуацію, для ухвалення управлінського рішення, яке може принести позитивний результат [1].

Ознаки асертивності менеджера мають нелінійний зв'язок з певними лідерськими якостями, його впливом на інших людей та вміння вирішувати конфліктні ситуації. У число змінних, пов'язаних з асертивною поведінкою, також входить ефективність керівника та бажання інших працювати з керівником у довгостроковій перспективі.

Багато менеджерів не сприймають асертивність як інструментарій до успішного ведення операційної роботи. Інструментальні та соціальні фактори зазвичай протидіють один одному, але ефективне застосування може принести певні плоди.

Менеджер з більш високим рівнем асертивності має більш виражену ефективність і лідерські якості, ніж менеджери із середнім рівнем асертивності.

Низький рівень асертивності в поведінці менеджера приведе до того, що співробітники організації будуть виходити з інструментальних показників управлінської ланки. Високий рівень асертивності, навпаки, звертає погляд працівників на соціальні фактори, а не на інструментальні. Тобто при низькому рівні асертивності ключову роль у взаєминах гратимуть певні досягнення, які вплинуть на позитивну чи негативну комунікацію.

Асертивність поведінки в менеджменті починається з того, що управлінська ланка розуміє необхідність в асертивності між ним і співробітниками, з якими менеджер безпосередньо взаємодіє у межах роботи. У більшості випадків менеджер не завжди зауважує, що між ним і його співробітниками відсутній зв'язок, при якому кожна зі сторін може пропонувати певні погляди на вирішуване питання. В даному аспекті дуже важлива самосвідомість

менеджера для розуміння того, що в комунікації між ним та його співробітниками присутня якась грань, яка розділяє їх думки щодо різних ситуацій, і команда не приходить до повної взаємодії.

Самосвідомість є основною ланкою самовдосконалення. Щоб досягти успіху у своєму прагненні знайти більш впевнене ставлення та поведінку зі співробітниками організації, вам необхідно ясне уявлення про те, хто ви є, яким ви повинні бути і як ви сприймаєте світ. При цьому дуже важливо розуміти, наскільки кожна із сторін комунікації має експертну думку в ситуації, де точки зору поділяються. У даному аспекті необхідно розуміти з точки зору психології, до якого типу поведінки менеджер схильний при вирішенні певних спірних чи навіть конфліктних ситуацій. Існують різні методики, які можуть допомогти визначити тип поведінки менеджера, який, як правило, приводить до трьох типів поведінки — пасивність, самоствердження або агресія.

Наступні характеристики описують якості, які повинні бути у менеджера з асертивним типом поведінки [2]:

- Використовує пряме спілкування;
- Робить повістку дня, у якій точно описує власну точку зору;
- Не боїться намагатися впливати на інших;
- Поважає погляди і права інших;
- Захищає свої погляди, права і межі від посягань;
- Використовує поведінку, яка близька до агресивної в обороні;
- Відкритий для впливу навіть коли прагне впливати на інших.

За наявності даних якостей менеджер може психологічно впливати на думку навколишніх працівників. На відміну від пасивного чи агресивного типу поведінки, асертивність вибудовує якийсь баланс, де не превалює домінантність однієї сторони комунікації над іншою. Навпаки, при асертивності вибудовується контракт, при якому основним двигуном комунікації буде раціоналізм [2].

Отже. асертивна поведінка менеджера може стати ефективним інструментом в руках менеджерів для досягнення певних цілей компанії. Це дозволить підготувати ефективного менеджера, який стратегічно може підходити до управління і може принести позитивний результат для організації.

Джерела

1. *Дріга Т. Г.* Контент-аналіз поняття “асертивність”. *Теоретичні і прикладні проблеми психології.* 2015. № 3. С. 158–165.
2. *Шинкар М. І.* Проблема асертивності в сучасному суспільстві. *Вісник Національного університету оборони України.* Серія “Питання психології”. 2020. Т. 1. Вип. 54. С. 210–213.

П. А. НАМОЙЛИК,
А. А. ШКОДИЧ
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

БАНКРУТСТВО ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ: ПРОБЛЕМИ ВИНИКНЕННЯ ТА ЕФЕКТИВНІ ШЛЯХИ ПОДОЛАННЯ

Проблема банкрутства в наші часи є дуже актуальною. Однією з причин банкрутства є фінансова криза. В Україні кількість підприємств, які на грані банкрутства або вже є банкротами, постійно зростає. За останні роки на економіку України дуже сильно вплинули COVID-19 та повномасштабне вторгнення.

Поняття "банкрутство" в Кодексі України розтлумачено так: "банкрутство — це визнана господарським судом неспроможність боржника відновити свою платоспроможність за допомогою процедур санації і реструктуризації та погасити визнані судом вимоги кредиторів не інакше, як через застосування ліквідаційної процедури».

З проблемою банкрутства стикаються не лише підприємства, а й галузі економіки. В Україні при вирішенні проблем з банкрутством використовують Кодекс України з процедур банкрутства, Господарський процесуальний кодекс України та Цивільний кодекс України. Головний орган, який займається питаннями банкрутства є Департамент з питань банкрутства. Він сприяє вирішення проблем банкрутства та відновлення платоспроможності боржника, вирішує питання, щодо санкцій до банкрота , але вже ухваленням рішень з питань боржника займається Арбітражний суд. Суб'єктами банкрутства законодавство визначає не лише юридичних осіб, а і фізичні особи, які зареєстровані, як суб'єкти підприємницької діяльності.

В Україні кількість підприємств, які на грані банкрутства або вже є банкротами, постійно зростає. За останні 10 років кількість ліквідованих підприємств постійно змінювалась. Так, з 2013 по 2023 роки найбільша кількість ліквідованих підприємств було у 2015 році — 4219 підприємств, а сама маньша кількість було у 2020 році — 210 підприємств.

Великий вплив на банкрутство в Україні мав COVID-19. 13.05.2020 р. було підписана новий законопроект про внесення змін до Кодексу України з процедур банкрутства. Ці зміни стосувалися запобігання поширення COVID-19. За статистикою за період карантину, за 2019 рік було ліквідовано 277 підприємств, а за 2020 рік було відкрито близько 400 справ про банкрутство, а 356 підприємств було повністю ліквідовано.

Повномасштабне вторгнення дуже сильно вплинуло на бізнес в Україні. Велика кількість підприємств призупинило свою діяльність. В Україні немає жодної сфери діяльності, яка б не зазнала впливу після вторгнення. На

деякий час всі відкриті справи про банкрутство були замороженні через призупинення роботи судів та приблизно через чотири місяці суди відновили свою роботу і всі справи було відновленно.

Кількість відкритих справ про банкрутство постійно змінюється. Так за статистикою за 2021 рік було відкрито 770 справ про банкрутство. А вже після повномасштабного вторгнення у 2023 році було відкрито 565 справ про банкрутство. У порівнянні 2021 з 2023 роками то можна побачити, що кількість справ про банкрутство після повномасштабного вторгнення зменшилося.

За останні роки дуже сильно зросла кількість банкрутства комунальних підприємств в Україні. За статистикою за останні 10 років близько 1400 комунальних підприємств стали банкрутами. Найбільший кількість комунальних підприємств збанкрутувало у 2021 році. А лідером серед областей України з банкрутства КП є Дніпропетровщина Київщина, Львівщина, Харківщина та Одещина.

Науковий керівник:
Ю. А. Малашенко, канд. екон. наук

М. М. НЕГРИЧ
канд. наук з держ. упр
ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДЕРЖАВНО-ПРИВАТНОГО ПАРТНЕРСТВА

Інші країни та організації дають вузько-юридичні формулювання, які можна використовувати у правозастосовчій практиці (Україна). Одні говорять про необхідність поділу ресурсів та ризиків, інші це питання опускають, надаючи більше свободи у трактуванні поняття ДПП. Все це різноманіття визначень державно-приватного партнерства свідчить про вплив культурних та історичних факторів на форми реалізації ДПП у конкретних країнах, а також на рівень регулювання ДПП у цих країнах (використання спеціального, універсального чи казуального законодавства).

Так, у Великобританії ДПП визначають як "механізми, що характеризуються спільною роботою державного та приватного секторів". У найширшому розумінні вони можуть охоплювати всі види співробітництва в рамках взаємодії між приватним та державним секторами, включаючи спільну роботу та спільний розподіл ризиків для реалізації політики, послуг та інфраструктури. Найбільш поширеним типом ДПП у Великій Британії до 2018 р. була "Приватна фінансова ініціатива" (PFI), яка є "угодою, відповідно до якої державний сектор укладає з приватним сектором контракти на купівлю послуг, які

зазвичай отримують від інвестицій в активи, на довгостроковій основі, часто від 15 до 30 років" [1].

США: "закріплена в договірній формі угода між державою та приватною компанією, що дозволяє останньої у узгодженій формі брати участь у державній власності та виконувати функції, що традиційно лежать у сфері відповідальності державної влади". Така угода зазвичай передбачає наявність контракту відповідного урядового агентства із приватною компанією, предметом якого виступають реконструкція, будівництво об'єкта державної власності та/або його експлуатація, управління тощо. Основні права власності щодо цього об'єкта не змінюються, і навіть після передачі об'єкта приватної компанії залишається його власником. Термін ДПП визначає широкий спектр відносин в діапазоні від більш менш простих контрактів, за якими приватна компанія приймає на себе певні ризики і погоджується на систему штрафних санкцій, до комплексних, технічно складних проектів, що включають будівництво, модернізацію, експлуатацію об'єктів та управління ними [2].

Нідерланди: "форма співпраці між урядом та бізнесом (у багатьох випадках також за участю НУО, профспілок та/або освітніх установ), в якій вони погоджуються працювати разом для досягнення спільної мети або виконання конкретного завдання, спільно приймаючи на себе ризики та відповідальність та поділяючи свої ресурси та компетенції" [1].

Індія: "угода між державною або казенною установою або державним підприємством, з одного боку, та приватним підприємством, з іншого боку, для надання державних активів та/або пов'язаних з ними послуг у суспільних інтересах за допомогою інвестицій, що здійснюються приватним підприємством та/або управління ним протягом певного періоду часу, за наявності суттєвого поділу ризиків із приватним сектором, а також коли приватний сектор отримує платежі, пов'язані з результатами діяльності та відповідними певним, заздалегідь встановленим та вимірюваним стандартам ефективності" [1].

ПАР: "контракт між державною установою/муніципалітетом та приватною стороною, в якій приватна сторона приймає на себе суттєві фінансові, технічні та операційні ризики при проектуванні, фінансуванні, будівництві та експлуатації проекту" [1].

Танзанія: "угода між суб'єктами державного та приватного секторів, відповідно до якої приватні суб'єкти ремонтують, будують, експлуатують, обслуговують та/або керують об'єктом повністю або частково відповідно до виробничих специфікацій". Приватна особа приймає на себе пов'язані з цим ризики протягом значного періоду часу і натомість отримує вигоди/фінансову винагороду відповідно до погоджених умов, які можуть бути у вигляді тарифів або зборів з користувачів. Таким чином, ДПП — це спільне підприємство, засноване на досвіді кожного партнера і яке найкраще задовольняє чітко визначені суспільні потреби за допомогою найбільш адекватного розподілу ресурсів, ризиків та винагород [1].

Перу: "форма участі приватного інвестора, яка включає експертизу, знання, обладнання, технології та розподіл ризиків і ресурсів, переважно приватних, з метою створення, розвитку, вдосконалення, експлуатації або підтримки

державної інфраструктури або надання державних послуг та/або надання послуг, пов'язаних з тими, які потрібні державі, а також для розробки проектів прикладних досліджень та/або технологічних інновацій" [1].

Джерела

1. Public-Private Partnerships and the 2030 Agenda for Sustainable Development: Fit for purpose? (2016). UN-DESA, WP No. 148.
2. U.S. Department of Transportation (2022). *Report to Congress on Public-Private Partnerships*. URL: https://rosap.ntl.bts.gov/view/dot/28035

Д. В. НИРКОВ,
М. В. СІДНЕНКО
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП".

ФАКТОРИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

У ринковій економіці конкурентоспроможність підприємства багато в чому залежить від ефективності його діяльності, тобто здатності досягати своїх цілей та очікувань споживачів шляхом оптимального співвідношення між досягнутими результатами та витраченими ресурсами в інвестиційній, фінансовій та виробничій діяльності.

З багатьох класифікацій чинників, які впливають на ефективність роботи підприємства, найбільше значення має поділ на групи внутрішніх і зовнішніх. Внутрішні чинники безпосередньо залежить від організаційного процесу самого підприємства, на зміну зовнішніх чинників підприємство вплинути не може ніяк [1].

До внутрішніх чинників слід віднести:

1. Галузева приналежність підприємства.
2. Склад і структура продукції, що випускається.
3. Розмір статутного капіталу підприємства.
4. Величина та структура витрат підприємства.
5. Стан майна та фінансових коштів.

До зовнішніх чинників можна віднести:

1. Політичні та правові фактори. Ця група здатна впливати на ступінь існуючих можливостей та загроз компанії. Зокрема, це політична ситуація в державі, розстановка суспільно-політичних сил, державне управління та регулювання, урядові витрати, відносини між корпоративною та політичною елітами, відносини уряду з іноземними державами, антимонопольне законодавство, трансформації у податковому законодавстві, грошово-кредитна політика;

2. Економічні чинники. Безпосередньо на здатність підприємства залишатися ефективним впливає загальний стан економіки. Макроекономічне середовище характеризує можливий рівень успіхів економічних цілей організації. Негативні обставини в економіці зменшують потребу в продуктах та послугах, але сприятливі, навпаки, можуть гарантувати позитивну динаміку зростання. З метою аналізу зовнішньої ситуації для конкретного підприємства слід вивчити спектр економічних показників, наприклад, темпи економічного зростання, рівень інфляції, курс обміну валют, відсоткові ставки, рівень попиту та інші економічні чинники;

3. Соціальні і культурні чинники впливають на спосіб життя людей, зокрема на їх працю, попит і тренди споживання. Оновлення технологій формують нові різновиди покупців, крім цього активізуючи потреби в нових товарах та послугах, підштовхуючи компанії на вдосконалення їх стратегій, процес роботи та розширення чи поліпшення асортименту;

4. Технологічні чинники. Технологічний прогрес та винаходи XXI століття, наприклад, створення електронних гаджетів, нових різновидів зв'язку, автотранспорту, зброї, автоматизованого виробництва з використанням роботів та багато іншого, представляють раніше не відомі можливості, але також і небезпеки для підприємств, тому керівництво компанії має своєчасно усвідомлювати їх вплив [2].

Підвищувати ефективність можна за допомогою двох різних підходів:

1. Точково, тобто спрямовувати зусилля туди, "де зараз болить". Це швидко та дешево. Дає помірний результат. Приклад: план підприємства наступного року збільшився на 10 %. За такого підходу якийсь цех через різні причини перестав встигати за загальним темпом. З'явилося вузьке місце. Слід зосередитись на вирішенні цієї проблеми.

2. Системно. Слід створити внутрішню службу, яка постійно моніторить та шукає можливості для покращення. Приклад: є стратегічна мета зниження собівартості продукції підприємства. Виконавці починають постійно шукати приховані резерви — зниження витрат на енергоносії, скорочення часу ремонту обладнання тощо. Ініціюються декілька проєктів.

На ефективність роботи компанії дуже впливає технологія, яка залежить від науково-технічного прогресу, сфери діяльності та ринкового попиту.

Таким чином, існує велика кількість факторів, що впливають на економічну ефективність діяльності підприємства. При цьому необхідно пам'ятати, що ефективність важлива не лише для компаній, а й для приватних осіб. Підприємства, які працюють ефективно, зменшують витрати та покращують свої результати. У той же час, споживачі, наприклад, обирають інвестиції в ефективне виробництво, в результаті отримують найкращу віддачу та економлять гроші, заробляючи більше у довгостроковій перспективі.

Джерела

1. *Гречко А. В., Балагир Б. В.* Дослідження шляхів підвищення ефективності управління виробничою діяльності підприємства. *Ефективна економіка.* 2016. № 2.

2. *Марценюк О., Давидюк В., Ружицька К.* Фактори підвищення ефективності діяльності підприємства в сучасних умовах господарювання. *Причорноморські економічні студії.* 2023. Вип. 81. С. 107–112.

Є. О. ОЛЕКСІЄНКО
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

ПРИЧИНИ ДИТЯЧОЇ БЕЗПРИТУЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

В Україні близько 100 тисяч дітей ростуть без піклування батьків. Щорічно 30 тисяч дітей змушені звертатися до будинків для неповнолітніх у пошуках захисту. За рік сиротами стають 20 тисяч дітей. Понад 20 тисяч не відвідують школу. Більшість дітей проживає в сім'ях з доходом нижче мінімального. На обліку у відповідних державних установах перебуває 130 тис. неповнолітніх, які жебракують, бездомні, вживають алкоголь та важкі наркотики [1].

Аналіз причин дитячої безпритульності показує, що це переважно діти з неблагополучних сімей, батьки яких не можуть піклуватися про своїх дітей або відмовляються це робити (йдеться про феномен соціальних сиріт). Значна частина безпритульних дітей — це вихованці державних будинків чи інтернатів, діти-сироти тощо [2; 3]. Причини безпритульності, про який повідомляють самі діти, наведено у таблиці 1.

Таблиця 1

Причини	Кількість (%)
Батьки залежні від алкоголю	50 %
Вдома немає їжі	23 %
Насильство в сім'ї	22 %
Батьки безробітні	19 %
Батьки або один з батьків померли	17 %
"Я просто втік з дому"	16 %
"Батьки змушували мене жебракувати"	9 %
Один із батьків перебуває у в'язниці	7 %
Інші причини	42 %

Пояснення причини експертами та фахівцями виглядає дуже схожим, але відрізняються від інформації, наданої постраждалими дітьми, на рівні очікувань, спрямованих на систему державної допомоги (див. табл. 2).

Отже, як правило, діти опиняються на вулиці не через одну причину, а причини дитячої безпритульності завжди численні і складаються із взаємодії багатьох факторів. Узагальнюючи, основні фактори дитячої безпритульності

Таблиця 2

Причини	Кількість (%)
Зловживання батьками алкоголем	74 %
Бідність сімей	62 %
Безробіття батьків	47 %
“Є діти, які просто не можуть сидіти вдома”	38 %
Зловживання психоактивними речовинами дітьми та підлітками	37 %
Дітей вчасно не вилучили з проблемних сімей і вони змушені покинути сім’ю самостійно	35 %
Школа зменшила свій виховний вплив на дітей, ігноруючи позакласну роботу	30 %
Насильство в сім’ї	24 %
“Батьки просто викидають дітей на вулицю”	12 %

в Україні можна розділити на три групи: 1. Криза сім’ї, яка як соціальний інститут потерпає від важких соціально-економічних умов і кризи моральності суспільства; 2. Криза системи допомоги та державного добробуту в Україні; 3. Нерозвинені форми влаштування дитини поза сім’єю.

Джерела

1. Державна служба статистики України. Захист дітей, які потребують особливої уваги суспільства. *Статистичний збірник*. К., 2018.
2. *Кривачук Л. Ф.* Державна політика у сфері охорони дитинства: причини дитячої бездоглядності та безпритульності [Електронний ресурс]. *Унів. наук. зап.* 2014. № 4. С. 204–210. Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Unzap_2014_4_28
3. *Рень Л. В.* Причини дитячої бездоглядності та безпритульності: спроба комплексного аналізу [Електронний ресурс]. *Вісник ЛНУ ім. Тараса Шевченка*. Серія: Пед. науки. 2013. № 11 (2). С. 102–107. Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vlup_2013_11(2)__17.

Науковий керівник:
Л. А. Олексієнко, канд. пед. наук

Л. А. ОЛЕКСІЄНКО
канд. пед. наук, доцент кафедри соціальної роботи та мовної підготовки
Придніпровський інститут ПрАТ “ВНЗ “МАУП”

МОТИВАЦІЯ ВОЛОНТЕРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Питання, чому люди замаються волонтерством, є актуальним на сьогодні. У нашому дослідженні поняття “волонтерство”, “волонтерська діяльність” охарактеризуємо як заплановану просоціальну поведінку.

У випадку волонтерства можна припустити, що залучені до волонтерської діяльності люди ретельно обміркували, чому вони хочуть працювати в цьому напрямку. Зарубіжні дослідники С. Гюртент, І. Штрубель, Є. Кальс, Т. Вехнер пропонують використовувати мотиваційний підхід, щоб краще зрозуміти цю стійку готовність до волонтерства. Моделлю для пояснення мотивації волонтерів є так званий функціональний підхід, який перераховує мотиви, що можуть бути в основі волонтерської діяльності. У центрі функціонального підходу є припущення, що різні люди можуть мати однакові погляди на предмет та бути залучені до одних й тих самих видів діяльності, проте їх мотиви не обов'язково співпадають [1, с. 312].

Успішне волонтерство, згідно з функціональним підходом, пояснюється відповідністю між мотиваційними функціями, які є важливими для людини, що бере участь у волонтерській діяльності, з одного боку, та пропозиціями роботи, які можуть відповідати цим функціям, з іншого [2].

Науковці, що вивчають питання мотивації волонтерської діяльності, описали шість функцій, які може виконувати волонтерство, і розробили опитувальник "Перелік волонтерських функцій", який дозволяє визначити ці функції як "мотиви волонтерства" [3, с. 1523]. Згодом була розроблена німецькомовна версія анкети.

1. Функція цінності. Волонтерство дозволяє виражати свої цінності, наприклад, допомагати нужденним, турбуватися про благополуччя інших і співчувати. Приклад: я можу зробити щось для справи, яка особисто для мене є важливою.

2. Функція досвіду. Волонтерство дає змогу навчитись новому, отримати практичний досвід, пізнати конкретне соціальне середовище та, що не менш важливо, краще зрозуміти себе. Приклад: я можу пізнати свої сильні сторони.

3. Функція кар'єри. Волонтерство допомагає власній професійній кар'єрі; встановлюються контакти; набуваються вміння та навички, корисні для своєї роботи; випробовуються різні професійні можливості. Приклад: волонтерство може допомогти мені досягти успіху в моїй професії.

4. Функція соціальної адаптації. Волонтерство посилює власну інтеграцію до певної соціальної групи; очікування соціального середовища можна задовольнити власною участю (наприклад, якщо родина та друзі також є волонтерами). Приклад: близькі мені люди хочуть, щоб я був волонтером.

5.Функція самооцінки. Волонтерство змушує відчувати себе потрібним, підвищує самооцінку. Приклад: завдяки волонтерській діяльність і відчуваю себе краще.

6. Захисна функція. Волонтерство відволікає увагу від турбот, зменшує почуття самотності та знімає почуття провини через те, що у вас щось краще, ніж у інших людей. Приклад: волонтерство допомагає мені вирішувати власні проблеми [4, с. 76].

Цей список із шести функцій аж ніяк не є вичерпним. Залежно від конкретної волонтерської діяльності можуть бути додані інші мотиви. Однак, ця добірка мотивацій дає чітке уявлення про різноманітність мотивів волонтер-

ства, які не зводяться до спрощених категорій на кшталт егоїзму чи альтруїзму, а можуть залежати від різних факторів.

Джерела

1. *Güntert, S. T., Strubel, I. T., Kals, E., & Wehner, T.* (2016). The quality of volunteers' motives: Integrating the functional approach and self-determination theory. *The Journal of Social Psychology*, 156, 310–327.
2. *Güntert, S. T.* (2007). Freiwilligenarbeit als Tätigsein in Organisationen: Arbeits- und organisationspsychologische Studien zu Freiwilligen- und Miliztätigkeiten – diskutiert vor dem Hintergrund tätigkeitstheoretischer Überlegungen. (Unpublished doctoral dissertation). ETH Zürich.
3. *Clary, E. G., Snyder, M., Ridge, R., Copeland, J., Stukas, A. A., Haugen, J., Miene, P.* (1998). Understanding and assessing the motivations of volunteers: A functional approach. Journal of Personality and Social Psychology, 74, 1516–1530.
4. *Oostlander, J., Güntert, S. T., van Schie, S., & Wehner, T.* (2014). Volunteer Functions Inventory (VFI): Konstruktvalidität und psychometrische Eigenschaften der deutschen Adaptation. Diagnostica, 60, 73-85.

Л. А. ОЛЕКСІЄНКО
канд. пед. наук
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

Т. Ю. СКРИПНИЧЕНКО
здобувачка вищої освіти
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

ОСОБЛИВОСТІ СОЦІАЛЬНОЇ РОБОТИ З ВНУТРІШНЬО ПЕРЕМІЩЕНИМИ ОСОБАМИ

Дослідження питання щодо соціальної роботи з внутрішньо переміщеними особами (ВПО) є надзвичайно актуальне, особливо в контексті сучасних конфліктів, природних лих, політичних криз та інших ситуацій, що призводять до масового переміщення людей у межах країни.

У світі спостерігається зростаюча кількість кризових ситуацій, які змушують мільйони людей залишати свої домівки та шукати притулок в інших частинах країни. Соціальні працівники в таких ситуаціях мають робити зусилля для надання підтримки та допомоги цим вразливим групам. У свою чергу, ВПО потребують різних видів підтримки, включаючи доступ до житла, медичної допомоги, освіти, працевлаштування та психосоціальної підтримки. Дослідження в цій області допомагають зрозуміти потреби та проблеми, з якими зіштовхуються ВПО, та розробити ефективні стратегії допомоги.

Соціальна робота з ВПО включає широкий спектр дій та підходів, спрямованих на підтримку цих людей та допомогу їм у відновленні нормального життя. Основними напрямки соціальної роботи з ВПО є [1; 2]:

Психосоціальна підтримка. Соціальні працівники забезпечують психологічну підтримку ВПО, які можуть зазнавати стресу, травми, депресії та інших психічних проблем через втрату домівки, розрив з родиною або інші травматичні події.

Доступ до основних потреб таких як житло, їжа, вода, медична допомога та освіта, а саме надання матеріальної допомоги, організацію притулків або пошук можливостей працевлаштування.

Правова допомога та захист прав — консультації з питань прав людини, підтримки у судових процедурах та захист від експлуатації та насильства.

Соціальна реінтеграція та реабілітація, зокрема професійна підготовка, підтримка при поновленні на навчання, створення спільнот та інші заходи.

Запобігання насильству та експлуатації — навчання про права та безпеку, створення безпечних умов проживання та роботи, а також виявлення та реагування на випадки насильства.

Сприяння розвитку спільнот, а саме організація груп підтримки, розвиток місцевих ініціатив та спільних проектів.

Дані напрямки соціальної роботи спільно сприяють покращенню якості життя ВПО та їх соціальній, економічній інтеграції у суспільство.

Хоча соціальна робота з ВПО є важливою та необхідною сферою, вона також стикається з рядом проблем, труднощів та недоліків таких як недостатність ресурсів, бюрократичні перешкоди, складність житлових умов, відсутність інфраструктури, послуг; травми та психологічні проблеми; дискримінація тощо [2]. Зазначені проблеми вимагають уваги та дій з боку урядових та неурядових організацій, спрямованих на забезпечення ефективної підтримки та захисту прав внутрішньо переміщених осіб.

Однак, не зважаючи на складнощі соціальна робота з внутрішньо переміщеними особами є необхідною складовою розвитку здорового суспільства та вимагає системного підходу, комплексної підтримки й співпраці між різними зацікавленими сторонами з метою забезпечення їхнього захисту та добробуту.

Джерела

1. *Недря К. М., Трубавіна І. М., Чередниченко О. Ю.* Соціальна робота з внутрішньо переміщеними особами в Україні. Суспільство і особистість у сучасному комунікаційному дискурсі: матеріали IV Всеукр. наук.-практ. конф., Запоріжжя, 2 листоп. 2022 р. Запоріжжя, 2022. С. 40–43.
2. Соціальна робота з внутрішньо переміщеними особами в сучасних умовах: навч. посіб. [для студ. і магістр. спеціальностей “Соц. робота” і “Соц. педагогіка”] / І. О. Григоренко, Н. М. Савельєва. Полтава : ПНПУ, 2017. 100 с.

Л. А. ОЛЕКСІЄНКО
канд. пед. наук
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

О. М. ХОМА
здобувачка вищої освіти
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

ТЕХНОЛОГІЇ СОЦІАЛЬНОЇ РОБОТИ ІЗ СІМ'ЯМИ ВІЙСЬКОВОСЛУЖБОВЦІВ В УМОВАХ СЬОГОДЕННЯ

Дослідження питання впровадження технологій соціальної роботи із сім'ями військовослужбовців є надзвичайно актуальним і важливим, так як спрямоване на пошук шляхів забезпечення соціального благополуччя військовослужбовців та їх сімей; підтримку ветеранів, їхніх родин після повернення з військової служби; попередження випадків домашнього насильства, а також інших проблем в родинах військовослужбовців; забезпечення доступності підтримки тощо.

Соціальна робота з сім'ями військовослужбовців стикається з рядом проблем, які ускладнюють процес надання підтримки і покращення благополуччя цих родин, а саме стрес та психологічні труднощі, фінансові труднощі, проблеми адаптації, реінтеграції, втрата соціальної мережі, діти й родинні відносини, доступ до послуг та підтримки [2]. Зазначені проблеми підкреслюють важливість належної підтримки, необхідних ресурсів для сімей військовослужбовців з боку урядових, неурядових організацій, а також розвитку спеціалізованих програм та технологій соціальної роботи, спрямованих на розв'язання цих проблем.

Технології соціальної роботи з сім'ями військовослужбовців мають свої особливості, які дозволяють ефективно надавати підтримку цій важливій групі населення, зокрема використання онлайн-ресурсів та веб-платформ; технології телемедицини; мобільні додатки, платформи для психологічної підтримки; системи електронної обробки даних, відслідковування; онлайн-ресурси для навчання та професійного розвитку; ефективне використання соціальних мереж й спільнот. Такі технології допомагають забезпечувати доступну, ефективну, індивідуалізовану підтримку для сімей військовослужбовців, сприяючи їхньому благополуччю та успішній адаптації до змінних умов життя [1].

Реалізація технологій соціальної роботи з сім'ями військовослужбовців передбачає наступний алгоритм:

Перший крок — проведення аналізу потреб, ідентифікація проблем, з якими стикаються сім'ї військовослужбовців, а саме оцінка психосоціального стану, фінансових потреб, доступу до медичної допомоги та інших аспектів.

Другий крок — на основі отриманих даних розробляються індивідуалізовані плани підтримки для кожної сім'ї військовослужбовця. Ці плани включають доступ до консультацій, медичної підтримки, навчання, фінансової допомоги тощо.

Третій крок — впровадження технологій та інформаційних систем. Для забезпечення доступу до підтримки в будь-який час, в будь-якому місці необхідно впровадити відповідні онлайн-платформи, мобільні додатки, системи відслідковування та інші інструменти.

Четвертий крок — надання консультацій та підтримки, а саме проведення онлайн-консультацій, вебінарів, чатів з фахівцями тощо.

П'ятий крок — моніторинг, оцінка результатів з метою виявлення ефективності заходів та вчасного корегування плану підтримки в разі потреби.

Шостий крок — постійне вдосконалення, адаптація шляхом аналізу ефективності заходів, залучення зворотного зв'язку від клієнтів та впровадження нових інноваційних рішень.

Загальний принцип полягає в тому, щоб забезпечити персональну, зрозумілу та результативну підтримку сім'ям військовослужбовців за допомогою сучасних технологій і підходів соціальної роботи.

Отже, використання технологій у соціальній роботі з сім'ями військовослужбовців є обґрунтованим та перспективним напрямом, що дозволяє підтримувати цю важливу групу населення в умовах сучасного світу.

Джерела

1. *Турбан В. В.* Реабілітаційна робота з військовослужбовцями, учасниками бойових дій у центрах соціальних служб: етичний аспект. *Творча спадщина Г. С. Костюка: історія та сучасність*. 2018. С. 346–345.
2. *Шолудько Ю. О.* Соціальний захист військовослужбовців за законодавством України. *Актуальні проблеми сучасного права*. 2018. С. 55–68.

О. В. ОРЛИК
канд. екон. наук, доц.,
доцент кафедри економічної кібернетики та інформаційних технологій
Одеський національний економічний університет

Ю. М. РЕБЛЯН
здобувач вищої освіти
Одеський національний економічний університет

НАПРЯМИ ВИКОРИСТАННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ У СФЕРІ ТУРИЗМУ

Цифрові технології є ефективним інструментом розвитку різноманітних сфер життя суспільства, включаючи сферу туризму. Сучасні цифрові технології надали туристичній індустрії гнучкі інструменти бронювання, їх використовують для розвитку туристичного потенціалу територій.

До сучасних цифрових технологій, які активно впроваджуються в індустрії туризму, відносять: штучний інтелект (ШІ), Blockchain, Big Data, мобільні застосунки, технології віртуалізації, IoT тощо [1, с. 233].

Треба не лише йти в ногу з часом, а й передбачати та прогнозувати зміни у туристичній сфері. В умовах інформаційного (цифрового) суспільства застосування інноваційних технологій у туризмі є потребою сьогодення. Для цього використовуються різноманітні системи та застосунки, які виконують функції пошуку і замовлення авіаквитків, пошуку та бронювання готелів, оренди автомобілів, використовуються для автоматизації роботи готелів і турагентств, підвищення якості обслуговування клієнтів і збільшення їх кількості.

Штучний інтелект — популярна цифрова технологія в туристичному секторі, яка дозволяє краще розуміти тенденції та поведінку мандрівників. Це дозволяє передбачати майбутню поведінку клієнтів, створювати спеціальні продукти та оптимізувати бізнес-процеси [2, с. 70].

ШІ дуже допомагає у сфері перевезень. Наприклад, якщо на поточному рейсі виникнуть форс-мажорні обставини, бот може самостійно забронювати квитки на наступний рейс. Система підбере найрелевантніші пропозиції на основі попередньо вибраних користувачем параметрів. Існують програми, які за допомогою штучних алгоритмів обробляють особисті дані, прогнозують зростання або зниження цін у різних напрямках.

Не відстають від цифрових трендів і готелі. Так, глобальна мережа Hilton використовує ШІ для підвищення рівня обслуговування — їхній чат-бот Connie допомагає гостям готелю зареєструватися, минаючи черги на стійці реєстрації, та надає рекомендації щодо найкращих місць для відвідування в цьому районі.

ШІ допомагає вирішувати найпоширеніші проблеми під час подорожей. Наприклад, подолати під час подорожі мовний бар'єр, або швидко зорієнту-

ватися на місцевості. Сьогодні, за допомогою перекладів з Google Translate і подібних програм, туристи можуть швидко зрозуміти, що написано на тому чи іншому знаку або вивісці в чужій країні.

Віртуальні помічники на основі ШІ можуть надавати в режимі реального часу інформацію про туристичні пам'ятки, місцеві події та погодні умови. Ці віртуальні помічники доступні через мобільні застосунки, які дозволяють клієнтам отримати персоналізований інтерактивний досвід під час поїздки.

Крім того, в подорожах з'явилася нова функція — географічний сервіс пошуку багажу. Наприклад, авіакомпанія Delta через власний застосунок пропонує можливість відстежувати шлях валізи через аеропорт. Це допомагає заощадити час очікування: пасажир отримає повідомлення, коли його валізу точно буде доставлено на конвеєр [3].

Інтеграція штучного інтелекту в управління туризмом також відкриває нові можливості для бізнесу для взаємодії з клієнтами. З розвитком технологій, слід очікувати, що алгоритми стануть більш досконалими, здатними розуміти людські емоції та реагувати на них. Це дозволить компаніям пропонувати більш персоналізовані функції та послуги. Перед бронюванням у туриста буде можливість віртуально досліджувати місцевість або віртуальний гід буде супроводжувати його у подорожі. Ці інновації не тільки покращать клієнтський досвід, але й нададуть туристичним підприємствам нові можливості виділитися на висококонкурентному туристичному ринку.

При цьому важливо враховувати етичні аспекти та забезпечити прозорість у використанні ШІ. Туристичні підприємства повинні бути уважними до питань конфіденційності та безпеки персональних даних, а також до можливості з боку ШІ дискримінувати певні групи клієнтів.

Наприкінці слід зазначити, що сьогодні ШІ стає невід'ємною частиною індустрії туризму та відіграє важливу роль у покращенні клієнтського досвіду. Проте все ще залишається безліч бар'єрів для його подальшого поширення в сфері туризму. Важливо знайти правильний баланс між ШІ та людською взаємодією для побудови довгострокових взаємин з клієнтами. Також потрібно попрацювати над персоніфікацією та заміною слабких форм застосування ШІ на сильніші.

Джерела

1. *Ільницька-Гикавчук Г. Я.* Роль цифрових платформ в зростанні туристичного бізнесу. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2021, № 6, Т. 1. С. 232–234. DOI: 10.31891/2307-5740-2021-300-6-36.
2. *Махно А., Городиська Н.* Використання штучного інтелекту у туристичній діяльності. Філософські виміри техніки : збірник тез ІІІ Міжнар. наук. конф. молодих учених та студентів, 1–2 грудня 2022 р. Тернопіль : ТНТУ, 2022. С. 69–71.
3. Штучний інтелект змінить сферу туризму раз і назавжди. URL: http://surl.li/nqdqt (дата звернення: 10.02.2024).

В. О. ОСАУЛЕНКО,
В. Г. МАКАРЕНКО
канд. техн. наук
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

ПРОБЛЕМИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ АДАПТАЦІЇ ПРАЦІВНИКІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Проблема адаптації працівників викликає активний інтерес дослідників, оскільки раціональність побудови цього виду діяльності безпосередньо впливає на результативність і продуктивність праці, отже, й ефективність організації загалом. Процес пристосування працівника до нових умов може бути тривалим та складним. Досвід багатьох підприємств підтверджує тенденцію, суть якої полягає у значній плинності кадрів саме у перші місяці їх роботи [1].

У процесі дослідження кадрової служби одного з кременчуцьких підприємств був виявлений такий факт, як обмежена кількість співробітників. За нормативами на машинобудівному підприємстві такого масштабу кадрова служба повинна включати не менше 17 осіб, що значно більше за нинішній стан. Нестача співробітників проявляється у високій завантаженості вирішенням поточних проблем, у результаті чого ряд функцій кадрової служби не виконується. Тому доцільно ввести до штатного розкладу посаду спеціаліста із соціального розвитку. До обов'язків цього працівника входитиме надання допомоги молодим співробітникам у засвоєнні правил і традицій нової для них організації, розробці процедур вступу на посаду, планування заходів, спрямованих на закріплення співробітників у організації.

Важливим напрямом удосконалення діяльності кадрової служби є розробка заходів, які б забезпечили велику залученість персоналу. Залучення персоналу є невід'ємним елементом вбудованої системи управління якістю, що передбачає зацікавленість працівників у високій якості продукції, що виготовляється, готовність вирішувати проблеми, які заважають ефективній роботі. Залучення базується на розумінні працівником своєї значущості для організації та зацікавленості в результаті. Підвищити залучення співробітників можна за рахунок реалізації наступних рекомендацій [2].

Насамперед керівники всіх рівнів повинні передбачити у своєму розкладі, наприклад, 1 годину для встановлення зворотного зв'язку зі співробітниками. Раніше це називалося прийом з особистих питань у п'ятницю ввечері. Кожен підлеглий у цей час може звернутися до керівника з проханням чи пропозицією. Можна, звичайно, використовувати скриньку для збору пропозицій, але особистий контакт буває набагато дієвішим.

Другий захід дозволить налагодити взаємодію між підрозділами та збагатить роботу виконавців. Йдеться про ротацію персоналу. Потрібно розробити план переміщень перспективних фахівців з одного підрозділу до іншого, наприклад, на півроку. Це збагатить досвід співробітників, дозволить налагоди-

ти ділові контакти з іншими керівниками, забезпечить зростання значимості працівника у власних очах, оскільки до нього звернено увагу, і керівництво займається його розвитком.

Третій захід спрямований на злам стереотипів ухвалення рішень. Пропонується активно залучати працівників до прийняття рішень, наприклад, щодо організації робочого простору. На підприємстві був цілком успішний досвід застосування системи 1С. Цей підхід викликав серйозний опір з боку працівників, оскільки зміни були нав'язані зверху без пояснень. А якби рішення приймалися разом із працівниками або за досить виразного пояснення переваг запропонованої системи, то користі було б більше.

Сприятливо впливає на працівників участь у конкурсах "Найкращий працівник місяця", "Найкращий у професії". Головне, щоб критерії оцінки були зрозумілі всім і прозорі. Слід заохочувати також працівників, які запропонували способи скорочення втрат або винаходи, підтверджені патентами.

Запропоновані заходи умовно поділяються на дві групи. Перша передбачає зміну штатного розкладу шляхом запровадження посади фахівця з соціального розвитку. Цей захід вимагає витрат на залучення та оплату праці працівника, тому необхідно обґрунтування його доцільності та ефективності.

Друга група рекомендацій має організаційний характер. Витрати потрібні для проведення мотиваційних заходів, у тому числі конкурсів та преміювання раціоналізаторів та винахідників. Також необхідно передбачити заохочення наставників.

Інші заходи не вимагають суттєвих витрат. Для покращення комунікацій усередині підприємства можна використовувати популярні месенджери чи внутрішньокорпоративну мережу.

Таким чином, якісно розроблена програма адаптації персоналу дозволить організації знизити витрати на плинність кадрів, покращити соціально-психологічний клімат у колективі, а також знизити коефіцієнт плинності персоналу.

Джерела

1. *Каут О. В.* Удосконалення системи набору, добору та адаптації персоналу на промисловому підприємстві. *Ефективна економіка*. № 3, 2018. URL:http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/3_2018/44.pdf
2. *Дончак Л. Г., Добіжа В. В.* Удосконалення кадрового менеджменту на підприємстві. *Економіка і суспільство*. 2018. Вип. 17. С. 233–239.

В. М. ОСТАПЕНКО
канд. екон. наук, доц.
Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця

ВИКЛИКИ ВЗАЄМОДІЇ СТЕЙКХОЛДЕРІВ ОСВІТИ, НАУКИ ТА БІЗНЕСУ В ІННОВАЦІЙНІЙ ЕКОНОМІЦІ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

Масштабна агресія Росії проти України загострила існуючі інноваційні виклики та бар'єри на шляху досягнення досконалості наукових досліджень, поширення знань у суспільстві та сприяння конкурентоспроможним дослідженням, розробкам та інноваціям у промисловому секторі в Україні. Досвід ОЕСР вказує на важливу роль освіти, науки та інновацій у післявоєнній відбудові, де основним вектором розвитку економіки України має стати рух до інноваційної економіки.

Виклики у сфері людського капіталу: станом на кінця 2022 р. [1] 7,7 млн українців втекли від конфлікту, що відповідає 19 % довоєнного населення країни, а близько 6,2 млн переміщені всередині країни. Вплив війни полягає в тому, що Україна втратила 4,2 % населення в період з 2011 по 2021 рік, порівняно із зростанням населення на 5,9 % в країнах ОЕСР та на 15,4 % в країнах з доходами нижче середнього за той самий період. Зменшення чисельності населення спричинене як сильною зовнішньою міграцією, так і дефіцитом народжуваності [2]. Що стосується дослідників, то втрати є ще більш серйозними, оскільки, за оцінками експертів ОЕСР ще до війни існував дефіцит кваліфікованих кадрів для проведення наукових досліджень, зокрема на рівні доктора філософії, а до серпня 2022 року 25 % наукової робочої сили покинула країну, порівняно з 13,5 % від загальної чисельності населення.

Недостатнє фінансування НДДКР: в Україні спостерігається постійне скорочення витрат на НДДКР, тоді як зростання продуктивності було нижчим за потенційне. Витрати на НДДКР різко скоротилися – з 1,07 % ВВП у 2003 році до 0,41 % у 2020 році, незважаючи на цільовий показник у 1,7 %, визначений у статті 48 Закону "Про наукову і науково-технічну діяльність" [3]. Витрати бізнесу на НДДКР зазвичай становлять більше 60 % від загальних витрат на НДДКР у країнах ОЕСР, але в Україні вони становлять лише 20 % витрат на НДДКР, що складає менше 0,1 % ВВП, на відміну від 1,53 %, який є середнім показником по ЄС. Інструменти фінансування потребують перегляду та вдосконалення, зокрема щодо визначення науково-технічних пріоритетів.

Інфраструктурні виклики: через воєнну агресію відбулося значне руйнування наукової інфраструктури, що загострює проблему застарілої та недостатньої дослідницької інфраструктури, що є наслідком тривалого недофінансування наукового обладнання та цифрової інфраструктури. Ситуація ускладнюється втратою наукових архівів і даних, а також труднощами з пе-

реміщенням дослідницької діяльності, відсутністю ефективних механізмів спільного використання дослідницької інфраструктури та браком гнучкості в питаннях закупівлі обладнання. Недостатня фінансова гнучкість ускладнює або унеможливлює внесення змін до попередньо запланованих закупівель обладнання, використання позабюджетних коштів або прийняття вживаного наукового обладнання в рамках міжнародної допомоги.

Виклики щодо міжнародного співробітництва: незважаючи на покращення останніх довоєнних років, Україна слабко інтегрована в європейський та світовий дослідницький простір. Низький рівень володіння іноземними мовами, особливо англійською, серед дослідників є серйозною перешкодою для інтеграції у світову наукову спільноту. Несумісність нормативно-правової бази, а також бюрократичні та фінансові обмеження є бар'єрами для участі в міжнародних проектах. Загалом в Україні бракує стратегічного підходу до підтримки участі в іноземних фінансових інструментах — наприклад, спостерігається низький рівень залучення та успішності українських підприємців і науковців у міжнародних програмах та грантах. Значна частка українських наукових публікацій є результатом міжнародної співпраці та партнерства. Україні вдалося зупинити прогресуюче скорочення міжнародної співпраці, яке спостерігалося в попередні роки, що, ймовірно, відіграло важливу роль у підвищенні загальної конкурентоспроможності її науки.

Низький рівень взаємодії між освітою, наукою та бізнесом: низькотехнологічна структура економіки обмежила масштаби інноваційної діяльності в промисловості, а отже, і попит на вітчизняну науку та технології, оскільки підприємства переважно купують стандартні готові рішення, що обмежує стимули для партнерства між бізнесом та академічними колами. Війна загострила цю проблему через закриття підприємств та скорочення інвестицій з боку корпорацій, хоча деякі компанії демонструють стійкість, передислоковуючись в межах України або за кордон, щоб уникнути закриття. Різке падінням кількості дослідників, які працюють у бізнесі та державних установах, що було лише частково компенсовано збільшенням кількості дослідників у закладах освіти.

Джерела

1. Building back a better innovation ecosystem in Ukraine. OECD. 2022. URL: https://www.oecd.org/ukraine-hub/policy-responses/building-back-a-betterinnovation-ecosystem-in-ukraine-85a624f6/
2. The World Bank. URL: https://www.worldbank.org/uk/country/ukraine
3. Про наукову і науково-технічну діяльність: Закон України № 922-VIII від 25.12.2015. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/848-19#Text

К. В. ПАСТУХ
канд. держ. упр.
доцент кафедри державно-правових дисциплін та публічного управління
Донецький державний університет внутрішніх справ

ПУБЛІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ: ВИКЛИКИ ТА СТРАТЕГІЧНІ РІШЕННЯ

В умовах воєнного стану органи публічної влади в Україні стикаються з новими умовами, обставинами та викликами. Постає питання щодо необхідності відновлення як регіонів, так і територіальних громад, що постраждали внаслідок війни.

Стратегічний підхід до публічного управління та адміністрування набуває особливої актуальності [1].

Наразі важливим є приділення уваги системі публічного управління та адміністрування в Україні, функціональним особливостям публічного управління та адміністрування, менеджменту публічної організації, публічному управлінню та адмініструванню як професійної діяльності, прийняттю та реалізації управлінських рішень в органах публічної влади, муніципальному менеджменту у публічному управлінні.

Принципами сучасної державної регіональної політики є:

1) законності — відповідності Конституції України та законам України, міжнародним договорам, згода на обов'язковість яких надана Верховною Радою України;

2) відкритості — забезпечення вільного доступу до інформації, що визначає державну регіональну політику і є у розпорядженні органів державної влади, органів місцевого самоврядування;

3) співробітництва — узгодження цілей, пріоритетів, завдань, заходів і дій центральних та місцевих органів виконавчої влади, органів місцевого самоврядування, забезпечення співробітництва між ними під час формування та реалізації державної регіональної політики;

4) паритетності — забезпечення рівних можливостей доступу об'єктів державної регіональної політики до ресурсів державної фінансової підтримки регіонального розвитку;

5) субсидіарності — реалізації владних повноважень на найнижчому рівні управління, на якому це найбільш ефективно;

6) координації — взаємозв'язку та узгодженості довгострокових стратегій, планів і програм розвитку на державному, регіональному та місцевому рівнях;

7) згуртованості — забезпечення просторової, економічної, соціальної, політичної, гуманітарної єдності України;

8) історичної спадкоємності — врахування та збереження позитивних надбань попереднього розвитку регіонів;

9) етнокультурного розвитку — відродження етнічної самосвідомості та збереження духовної і матеріальної культури етносів, сприяння розвитку їхньої культурної, етнічної, мовної та релігійної самобутності;

10) сталого розвитку — розвитку суспільства для задоволення потреб нинішнього покоління з урахуванням інтересів майбутніх поколінь;

11) об'єктивності — розроблення документів, що визначають державну регіональну політику, на основі реальних показників, яких реально досягти та які можливо оцінити;

12) рівних прав та можливостей жінок і чоловіків — відсутності обмежень чи привілеїв за ознакою статі та забезпечення рівних умов для реалізації прав жінок і чоловіків;

13) інклюзивності — дотримання інтересів осіб з особливими потребами шляхом урахування при формуванні і реалізації державної регіональної політики спеціальних заходів, спрямованих на забезпечення реалізації такими особами їхніх прав і основоположних свобод;

14) інтегрованого розвитку — поєднання галузевого та територіального підходів для розвитку територіальної громади та/або регіону, що забезпечує соціально-економічний та культурний розвиток територій [3].

Соціально-економічний розвиток територій та громад вказує на необхідність приділення уваги забезпеченню якості прийняття управлінських стратегічних рішень, важливість їх оновлення. Це пов'язано із сучасними проблемами та умовами розвитку територій та громад.

Напрямами сучасної державної регіональної політики є:

1) зменшення територіальної диференціації за показниками соціально-економічного розвитку;

2) стимулювання та підтримка місцевих ініціатив щодо ефективного використання внутрішнього потенціалу регіонів для створення та підтримання повноцінного життєвого середовища, підвищення якості життя людей;

3) відновлення регіонів і територій, що постраждали внаслідок збройної агресії проти України;

4) формування конкурентоспроможності регіонів;

5) формування згуртованої держави в соціальному, економічному, гуманітарному, екологічному, безпековому та просторовому вимірах;

6) визначення та ідентифікація функціональних типів територій, реалізацію на цих територіях програм та проектів регіонального розвитку, встановлення спеціальних механізмів їх державної підтримки;

7) створення ефективної системи збереження довкілля шляхом урахування екологічної складової в документах стратегічного планування і реалізації державної регіональної політики, оцінювання та зниження техногенно-екологічного навантаження на довкілля в регіонах;

8) запровадження дієвих інструментів державної підтримки міжрегіональної інтеграції, виконання міжрегіональних проектів, програм;

9) адаптацію регіональної економіки та середовища проживання людини до змін клімату, посилення стійкості територіальних громад до кліматичних, економічних, демографічних викликів;

10) поліпшення фінансового, матеріального, інформаційного, кадрового та іншого ресурсного забезпечення розвитку регіонів, сприяння здійсненню повноважень органами місцевого самоврядування;

11) створення ефективних механізмів представництва інтересів регіонів на загальнонаціональному рівні і територіальних громад — на регіональному рівні;

12) сприяння цифровій трансформації та цифровому розвитку регіонів;

13) формування нормативно-правової бази для здійснення політики [2].

Надзвичайно важливим наразі постає прийняття результативних та ефективних стратегічних рішень.

Робота органів публічної влади має бути спрямована на:

- забезпечення життєдіяльності населення, надання якісних адміністративних та соціальних послуг;
- проведення відновлювальних робіт житлового фонду після руйнувань, завданих збройною агресією;
- відновлення пошкоджених виробничих, адміністративних приміщень комунальних підприємств та спецтехніки;
- забезпечення населення якісними житлово-комунальними послугами та належного функціонування інфраструктури і систем життєзабезпечення;
- створення сприятливих умов для збереження, відновлення та перезапуску підприємств промислового сектору та підприємницької діяльності;
- поліпшення якості суспільних послуг, запровадження нових електронних сервісів та організація, координація роботи у сфері цифрового розвитку;
- відновлення в повному обсязі якісного та безпечного перевезення пасажирів міським транспортом;
- підвищення ефективності використання комунальної власності, діяльності комунальних підприємств та забезпечення виваженої тарифно-цінової політики, раціональне використання земельних ресурсів;
- сприяння розвитку зовнішньоекономічної діяльності та міжнародних відносин тощо [3].

Необхідним також є підготовка кваліфікованих кадрів для розв'язання існуючих проблем. Актуальності набуває ознайомлення із законами публічного управління та адміністрування, принципами, методами публічного управління та адміністрування, механізмами публічного управління та адміністрування, органами державної влади в Україні, місцевим самоврядуванням в Україні, взаємодією органів публічного управління та громадянського суспільства, реформуванням публічного управління та адміністрування в Україні, плануванням, прогнозуванням і програмуванням, організацією та мотивацією, контролем в публічному управлінні та адмініструванні, інформаційно-комунікаційним забезпеченням публічного управління та адміністрування, принципами та характеристикою управлінської діяльності, підготовкою фахівців у сфері публічного управління та адміністрування, етичною поведінкою публічних службовців, особливостями публічного управління та

адміністрування закордоном, інформаційним забезпеченням управлінських рішень, забезпеченням якості управлінських рішень в органах публічного управління, результативністю та ефективністю у публічному управлінні та адмініструванні, системою та підсистемами муніципального менеджменту, спеціальним економічним інструментарієм муніципального менеджменту, місцевим бюджетом, управлінням місцевим економічним розвитком, стратегіями місцевого розвитку, муніципальними проєктами та програмами, сталим розвитком територій, муніципальними послугами тощо.

Джерела

1. Public administration in the economic sphere in Ukraine: strategic approach / Mykola A. Latynin, Kateryna V. Pastukh, Denys L. Tarasenko, Serhii O. Shevchenko, Anna Yu. Munko. *Estudios de Economía Aplicada*. Spain: University of Almeria, 2021. Vol. 39. № 5. P. 9.
2. Про засади державної регіональної політики : Закон України від 5 лют. 2015 р. № 156-VIII. *Офіц. вісн. України*. 2015. № 13. Ст. 90. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/156-19#Text.
3. Офіційний сайт Харківської міської ради. URL: https://www.city.kharkiv.ua/.

Д. І. ПИЛИПЕНКО

Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

ОСОБЛИВОСТІ СОЦІАЛЬНОЇ РОБОТИ З УЧАСНИКАМИ БОЙОВИХ ДІЙ

Соціальна допомога військовим та їхнім родинам стає дедалі важливішою в контексті збройної агресії російської федерації в Україні. Сучасні події вимагають від держави зміцнення системи соціального обслуговування та підтримки громадян. Невизначеність щодо майбутнього, зміни у звичному способі життя та відсутність сприятливого середовища для розвитку особистості є прямим наслідком кризової ситуації, яка склалася в країні. Вирішення цих проблем потребує активного втручання соціальних працівників, чия професійна діяльність має бути націлена на підтримку людей, що опинилися у складних життєвих обставинах. Військовослужбовці та члени їхніх сімей, як і цивільне населення, стикаються з ризиками, що впливають як на зовнішнє, так і на внутрішнє середовище, що робить їх особливо вразливими. У зв'язку з цим, стає нагальною потреба у розробці та впровадженні ефективних методів соціальної підтримки та допомоги.

Багато осіб, які брали участь у бойових діях, стикаються з різними формами стресових травм, зокрема з посттравматичним стресовим розладом (ПТСР),

який суттєво впливає на їхнє щоденне життя та відносини з оточуючими. Цей стан може призводити до значних змін у поведінці, емоційному дискомфорті та ускладненнях у спілкуванні з близькими та друзями. Для ефективного вирішення цих проблем важливо забезпечити комплексну психологічну підтримку, що включає як індивідуальні сесії з кваліфікованими фахівцями, так і участь у групових терапевтичних заняттях. Крім того, програми відновлення, розроблені спеціально для ветеранів, можуть допомогти їм адаптуватися до мирного життя, знизити рівень стресу та відновити психоемоційний баланс. Ці програми часто включають різноманітні методики, такі як арт-терапія, музикотерапія, робота з тваринами, що сприяє загальному оздоровленню та поліпшенню якості життя учасників бойових дій [1].

Так, наприклад, Міністерство соціальної політики спільно з Міністерством оборони України успішно здійснили пілотування програми соціального відновлення військовослужбовців та їх близьких. До участі в програмі долучилися перші 40 військовослужбовців разом зі своїми рідними (дружинами/чоловіками, партнерками/партнерами, дітьми). Головне завдання проєкту — сприяти фізичному та психологічному відновленню учасників, налагодженню взаєморозуміння між військовими та їхніми близькими, адаптації до цивільного життя. До роботи в програмі залучені цивільні та військові психологи, соціальні педагоги, кейс-менеджери, юристи та фізіотерапевти [3].

Повернення до мирного життя може бути складним переходом для багатьох ветеранів, вони можуть відчувати відчуженість від суспільства або власних сімей через відмінності в досвіді та сприйнятті. Соціальні працівники допомагають їм адаптуватися до цивільного життя, підтримуючи їх у пошуку роботи, освіти та забезпечуючи інформацію про доступні соціальні програми, а також працюють над тим, щоб допомогти виразити свої почуття та потреби, сприяти розумінню з боку сім'ї та друзів [2].

З метою допомоги в подоланні фінансових труднощів соціальні працівники надають інформацію та підтримку у доступі до державних соціальних допомог, пільг, програм, спрямованих на забезпечення ветеранів житлом, та інших важливих ресурсів, які можуть поліпшити їх матеріальний стан [1].

Для сприяння доступу військовослужбовців до освітніх можливостей соціальні працівники активно працюють над тим, щоб ідентифікувати освітні програми, які відповідають їхнім інтересам та майбутнім кар'єрним цілям. Це може включати професійно-технічну освіту, коледжі, університетські програми або спеціалізовані курси [4].

Таким чином, соціальна робота з учасниками бойових дій представляє собою комплексний та багатогранний підхід, що вимагає глибокого розуміння унікальних викликів та потреб цієї категорії осіб. Важливість такої роботи не може бути переоцінена, оскільки вона спрямована на підтримку ветеранів у їх адаптації до мирного життя, подоланні психологічних, соціальних, економічних та освітніх проблем, з якими вони стикаються після повернення із зон бойових дій.

Джерела

1. *Гордєєва Т., Лазарева А.* Соціальна робота в громаді з учасниками бойових дій, що були нещодавно демобілізовані. *Науково-теоретичний альманах "Грані".* 2023. Т. 26. № 3. С. 69–73.
2. *Логвінова О., Рассказова О.* Соціальна робота з військовослужбовцями та їхніми сім'ями в умовах тривалого конфлікту на Сході України. URL: https://library.udpu.edu.ua/library_files/soc_robota_soc_osvita/2021_2/9.pdf
3. Офіційний сайт Міністерства соціальної політики України. URL: https://www.msp.gov.ua/
4. Соціальна підтримка військових та їхніх рідних можлива завдяки міжсекторальній та міжвідомчій взаємодії різних відомств. URL: https://www.pidtrymka.in.ua

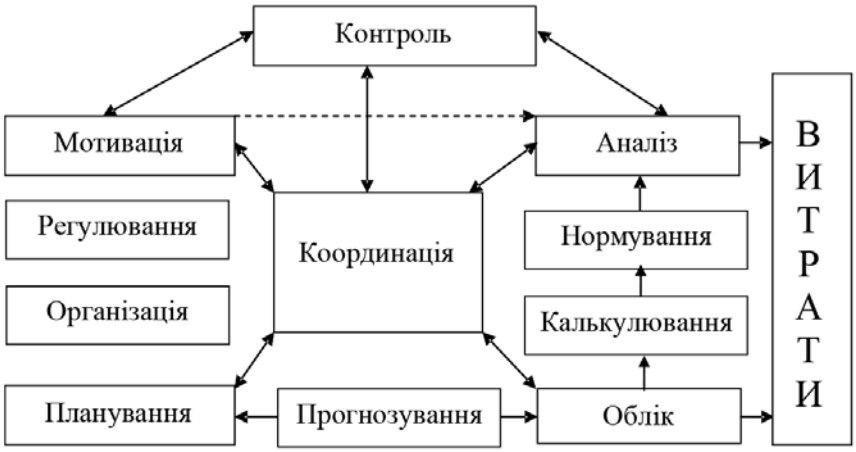
Науковий керівник:
Г. А. Луканська, старший викладач

М. Е. ПОВЕЩЕНКО
здобувач вищої освіти третього наукового рівня
ПрАТ "ВНЗ "Міжрегіональна Академія управління персоналом"

ОСНОВНІ ФУНКЦІЇ УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ В КОНКУРЕНТНОМУ СЕРЕДОВИЩІ

На сучасному етапі цифровізаційних відносин можлива реалізація цілісної концепції управління витратами, яка б відображала ступінь реагування управлінського персоналу на мінливі умови функціонування підприємства [1]. Ефективна система управління витратами при цьому є гарантом у підтримці керівництва в його діяльності під час реалізації намічених планів [2].

Останнім часом спостерігається посилена увага керівників підприємств до питань управління витратами. Зростання ризику при плануванні витрат відбувається за рахунок підвищення цін на енергоносії, паливо конкурентного попиту на продукцію, що виробляється, можливостей використання замінників товару, інвестиційних ризиків. Саме це зумовлює розуміння того, що управління витратами є одним із важливіших рішень, з якими зіштовхується управлінський персонал. Саме ці рішення визначають чи матиме можливість потенційний споживач купити товар, якою буде ціна на продукцію, наскільки ефективним буде виробництво і діяльність в цілому. Основними елементами системи управління витратами на виробництво і реалізацію продукції є: прогнозування і планування, нормування витрат і мотивація, регулювання і організація, облік і калькуляція, аналіз, координація і контроль за витратами підприємства (див. рис.).



Взаємозв'язки найважливіших функцій управління витратами
Джерело: [розроблено автором]

Означені функції взаємопов'язані між собою, тому для управління витратами загальне правило полягає в тому, що для забезпечення успішної діяльності підприємства необхідні комунікації, тобто обмін інформацією, яка необхідна для прийняття правильнго управлінського рішення. Відповідно, постійно повинні здійснюватися всі основні функції. Значення функцій, як показує практика, залежить і від того, в якому сегменті менеджменту вони реалізуються. Для управління витратами важливі аналіз і оцінка ролі кожної з них. Зміст робіт в сфері роздрібної торгівлі дуже різноманітний, вони розповсюджуються на всі стадії життя продукції і всі види діяльності, так що на перший погляд важко виділити головну функцію.

На стадії виробництва економія матеріальних ресурсів досягається перш за все в результаті зниження норм витрат ресурсів, зменшення технологічних втрат. Найбільші перспективи зниження матеріальних витрат пов'язані з плануванням; в оперативному менеджменті з плануванням постачання, а в стратегічному — з плануванням інноваційного розвитку. Таким чином, пріоритетною функцією управління витратами переважно вважати планування.

Намагаючись мінімізувати збитки, спричинені фінансовими кризами, пандемією COVID-2019, війною та використанням ресурсів компанії, менеджери застосовують стратегії, які працюють лише на мить, але в середньостроковій та довгостроковій перспективі можуть становити серйозні ризики для виживання бізнесу. З огляду на це нацголовніше в побудові правельної стратегі потрібно звернути увагу на функції витрат, які потрібно використовувати, а з самого початку взяти як базис для формування стратегії підприємства.

Джерела

1. *Каліна І. І., Палій С. А.,Шуляр Н. М.* Визначення основних пріоритетів реалізації стратегії цифровізації підприємств в умовах воєнного стану. *МАУП.* Економічні

науки. 2022. Вип. 3 (66). Київ : Міжрегіональна Академія управління персоналом, 2022. С. 63–69. https://doi.org/10.32782/2523-4536/66-9
2. *Каліна І. І., Шуляр Н. М.* Особливості розвитку бізнес–середовища малого підприємництва в Україні в період пандемії COVID-2019. *Вчені записки Університету КРОК*. К.: КРОК, 2022. Вип. 3(67). С. 18–25. DOI: https://doi.org/10.31732/2663-2209-2022-67

Науковий керівник:
Л. О. Згалат-Лозинська, д-р екон. наук, проф.

А. А. ПОНКРАТОВА
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ СУЧАСНОГО ПЕРЕКЛАДУ ХУДОЖНЬОЇ ПРОЗИ: АНАЛІЗ ВИКЛИКІВ У ПЕРЕДАЧІ НОВИХ ЛІТЕРАТУРНИХ ТЕНДЕНЦІЙ

Сучасний переклад художньої прози є складною та захопливою галуззю літературного мистецтва, яка стикається з численними викликами та має перед собою низку перспектив. Проблеми, що виникають у процесі перекладу, стають важливими питаннями для розуміння та розвитку сучасної літературної сцени.

Однією з ключових труднощів є культурна розбіжність, яка виникає між мовами та виражається в різниці в стилістиці, концепціях та виразній мові. Великий майстер перекладу, такий як Грегорі Рабасс, підкреслює, що важливо не лише перекласти слова, але й передати емоції та контекст оригіналу, а це вимагає глибокого розуміння культур обох мов [4].

Другою значущою проблемою є вибір еквівалентів та збереження виразності твору. У своїх творах Умберто Еко наголошує на важливості стилістичного багатства, яке не завжди може бути точно передане в іншій мові. Перекладач повинен бути не лише майстром слова, але й чуттєво відчувати виразність авторського стилю [1].

З іншого боку, зростаюча роль технологій у сучасному суспільстві відкриває перспективи для сучасного перекладу. Машинний переклад, такий як той, що використовується в сервісах від Google чи DeepL, пропонує швидкість та доступність, але водночас ставить під сумнів якість та вірність передачі естетичних нюансів твору. Тут ключову роль відіграє людський фактор, адже, як підкреслює Тед Чінг, автор "The Art of X-Ray Reading", мова є виразом людського досвіду, і тільки людина може відтворити цей досвід у перекладі [3].

Додатковою перспективою є використання інтерактивних технологій для взаємодії перекладача та аудиторії. Соціальні мережі та інші онлайн-платформи стають простором для обговорення перекладацьких рішень, обміну

ідеями та надання зворотного зв'язку. Це дозволяє перекладачам отримувати сприйняття своєї роботи та вдосконалювати її, враховуючи реакцію аудиторії.

Найбільш важливим є збереження етичних стандартів у сфері перекладу. Взаємоповага до авторських прав, визнання та винагорода для перекладачів є ключовими аспектами. Це важливо в умовах, коли доступ до текстів стає легшим, і якість перекладу залишається визначальним чинником [2].

Отже, проблеми та перспективи сучасного перекладу художньої прози формують новий ландшафт у світі літературного взаємодії. Вимагається глибоке розуміння мови та культур авторів, висока творчість та готовність до викликів сучасності. Перед перекладачами стоїть завдання зберегти не лише смисл, але й естетичну цінність та дух оригіналу в умовах постійної зміни технологій та культурного оточення.

Джерела

1. *Клебан Ю.* Письменник здорової людини: Умберто Еко. Читомо : вебсайт. URL: https://archive.chytomo.com/digest/pismennik-zdorovoii-lyudini-umberto-eko (дата звернення: 03.02.2024).
2. *Скубашевська О. С.* Етика перекладу в інформаційному суспільстві : постановка питання. *Філософські науки*. 2011. № 48. С. 477–483.
3. *Clark R. P.* The Art of X-Ray Reading. America : Little, Brown Book Group, 2017. 584 p.
4. *Cuéllar S. B.* Gregory Rabassa's Views on Translation. Colombia. *Forma y Función*. 2011. 24 (1). P. 107–129.

Науковий керівник:
Л. В. Комар, старший викладач

Л. А. ПОРКІНА
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

ПЕРЕКЛАДАЧІ СУЧАСНОЇ УКРАЇНИ

Загальновідомо: при початку майже всіх нових європейських літератур стоїть переклад. Найперше — переклад рідною мовою Святого Письма, згодом — переклад (прозорий переказ, травестія) головних сюжетів античної літератури [1]. Українська література — не виняток.

Сучасне українське перекладознавство сьогодні стає все більш актуальним, адже сфери зарубіжних літератури та кіно практично кожен день випускають новий продукт, який український перекладач бажає відкрити для вітчизняної аудиторії якомога швидше та точніше. Сучасна освічена молодь

уже давно має змогу дивитися та читати в оригіналі, проте якщо цей фільм або твір ще не перекладені українською мовою, для них самостійний переклад продукції для ширшої аудиторії може стати цікавим завданням-викликом. Проте не є рідкістю, коли молодий перекладач не орієнтується на своїх попередників або сучасників та не цікавиться їхніми здобутками, адже він про них просто не знає [2].

Розпочнемо плеяду сучасних українських митців перекладу із Дмитра Чистяка (1987 р. н.), молодого письменника, літературного критика та перекладача із французької мови, який насамперед відомий перекладами бельгійського письменника Моріса Метерлінка. Дмитро Олександрович стажувався у Європейському колегіумі художньої літератури (Бельгія), у Колегіумі перекладачів художньої літератури Лоорен (Швейцарія) та Міжнародному центрі художнього перекладу (Франція); виступав із лекціями та доповідями у багатьох європейських країнах. Дмитро Чистяк відзначений найвищою перекладацькою нагородою Королівства Бельгія — премією міністерства культури Федерації Валлонія-Брюссель (2012) за "високохудожнє відтворення текстів франкомовної бельгійської літератури та внесок у її розвиток за кордоном". Також є лауреатом премії ім. Г. Сковороди (2012) та літературної премії ім. М. Рильського (2013) за переклади творів Маргеріт Юрсенар; а за коментований переклад "Вибраних творів" Ш. Ван Лерберга він відзначений премією ім. П. Куліша Національної спілки письменників України (2014) [2].

Завдяки своїм перекладам він дуже активно популяризує франкомовних авторів в Україні, а українських — за кордоном. Д. Чистяк мав ідею створення Гільдії перекладачів, аби боронити останніх та змушувати видавців гідно оплачувати їхню працю, проте розумів, що для цього потрібна людина, яка б займалася виключно цим, відмовившись від перекладацької роботи. На думку Дмитра Олександровича, кожен переклад — це новий твір, адже перекладач — це письменник, який наново переписує оригінал. Процес перекладу Чистяк називає співтворчістю з автором, "коли входиш у якийсь містичний інтертекстуальний контакт із первісною словесною субстанцією, яка була закладена на початку у цей твір. А після першого містичного сплеску-варіанту шліфуєш, оперуючи знаннями з мовознавства, літературознавства, перекладознавства, культурології, антропології".

Не можемо оминути увагою блискучу постать Роксоляни Петрівни Зорівчак (1934–2018), англіста-фразеолога, перекладознавця, дослідниці теоретичних проблем перекладу та специфіки входження української літератури до англомовного світу і англомовних літератур до української літератури, засновниці англомовної Шевченкіани як окремої дослідчої галузі, доктора філологічних наук, академіка, відмінника освіти України, яка розробляла концепцію вишколу перекладачів та методику викладання перекладознавчих дисциплін. Тривалий час Р. Зорівчак працювала над розвитком нової галузі перекладознавства — Кочурознавства. Саме їй належить ініціатива створення серій перекладознавчих бібліографій Наукової бібліотеки Львівського університету, яку відкриває покажчик "Григорій Кочур", де пані Роксоля-

на — науковий редактор та автор передмови. Це була перша персональна бібліографія перекладача і перекладознавця в Україні. Науковий здобуток Роксоляни Петрівни — близько 1200 праць. Виступала проти західної концепції, що сучасний глобалізований світ заслуговує лише одну мову — англійську [2].

Роксоляна Петрівна багато зробила для сприяння співпраці вітчизняних філологів з англомовними дослідниками, читаючи лекції з перекладознавства і фразеології в Лондонському та Іллінойському університетах.

Максим Віталійович Стріха (1961 р. н.) — чудовий приклад, що талановита людина талановита в усьому, адже це не тільки доктор фізико-математичних наук, але й письменник, літературознавець та перекладач художньої літератури, перекладом якої пан Максим захоплюється з початку 1980-х років. У перекладах М. Стріхи виходили поетичні та прозові твори Данте, Вордсворта, Колріджа, По, Свінберна, Вітмена, Дікінсон, Стівенсона, Кіплінга, Т. С. Еліота, Ередіа, Мараї, Мілоша, Хадановіча та інших класичних і сучасних авторів. У перекладознавстві М. Стріха сформулював та обґрунтував концепцію націєтворчої функції українського художнього перекладу. Пан Максим отримав премію Кабміну України ім. Рильського (2015) за переклад з італійської поеми Данте "Божественна комедія. Пекло" [2].

Студентові як майбутньому перекладачеві та знавцю своєї справи варто безупинно відкривати для себе нові імена українських перекладачів як наставників у цій сфері, адже вони, маючи безцінний досвід роботи, часто готові ним поділитися з молодим поколінням, щоб останнє не тільки перейняло здобутки, але й було готове до помилок та труднощів, з якими може зіштовхнутися будь-який спеціаліст.

Кожний переклад, особливо художній, — це унікальне бачення реалій іншої культури перекладачем, і вважаємо вкрай доцільним, щоб перекладачі-початківці знали як можна більше колег по цеху та не боялися з ними контактувати або про них читати, щоб дізнаватися про практичні труднощі, які можуть з'явитися у такій нелегкій та тривалій справі — перекладі [2].

Джерела

1. *Стріха Максим.* Український художній переклад: між літературою і націєтворенням : (до постановки питання). *Дух і літера*. 2002. № 11–12. С. 196–204.
2. *Чернова Ю. В.* Сучасні українські перекладачі. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. Серія: Філологія. 2021. № 47. Т. 3. С. 185–189.

З. В. ПРИЙМЕНКО
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

МАНІПУЛЯТИВНІ ВПЛИВИ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ ТА СПОСОБИ ПРОТИДІЇ

Сучасна людина в тій або іншій ступені підпадає під впливи ЗМІ, в той час, як ці навіювання інформації у вигляді агітації і пропаганди стали основним фактором управління суспільною думкою, світоглядом та поведінкою окремих членів суспільства. В свій час президент США Річард Ніксон сказав, що вважає кожен долар, вкладений в інформацію і пропаганду більш цінним, ніж десять доларів, вкладених на створення системи озброєння, тому що інформація діє щохвилини і будь-де [1]. Найефективніше маніпілятивний вплив інформації здійснюється за рахунок того, що вона потрапляє у свідомість через емоції, обминаючи логіку, цією емоцією може бути страх. Ефективність інформаційного маніпулювання визначається відсотком суб'єктів, що піддалися навіюванню.

Інформацію поділяють на семантичну (наочна власне інформація, факти, доводи) та естетичну (не наочна), яка превалює в сюжетах і повідомленнях, викликає певні реакції і емоції в аудиторії. Завдяки естетичній інформації люди часто роблять вибір всупереч своїм переконанням і інтересам, що містить в собі прямий елемент маніпулювання. Найчастіше ЗМІ вдаються до такого прийому маніпуляції, як спотворення інформації (підтасовування фактів, маніпулятивна семантика, спрощення, стериотипізація). Викривлена інформація використовується з певними видами подачі (твердження, повторення, дроблення, дозування правди, терміновість, сенсаційність, відсутність альтернативної інформації) [2]. Задля викривлення реальності вдаються до замовчування якоїсь частини інформації, для цієї ж мети застосовують так званий принцип демократії шуму — заглушення повідомлення, яке не можливо замовчати, в масованому потоці порожньої інформації, розпилюючи увагу на несуттєві повідомлення, тим самим ускладнюючи для людини пошук сенсу і достовірності. Різновидом подачі недостовірної інформації є побудова повідомлення з окремих уривків висловлювань або відеоряду, як результат — змінюється контент і створюється інший сенс. Спрощуючи інформацію ЗМІ наслідують принцип того, що повідомлення повинні мати рівень зрозумілості, відповідний рівню інтелектуальності приблизно на десять пунктів нижче середнього соціального шару, на який розраховано, щоб сприймати це повідомлення без зусиль, внутрішнього спротиву і критичного аналізу. В такому випадку повідомлення має форму твердження, а повторення надає форму нав'язливої ідеї. Дроблення інформації ускладнює процес її розпізнавання, а характер терміновості підсилює маніпулятивність. Маскування під сенсаційність дає змогу замовчати важливі події.

Протидіяти маніпулятивним впливам ЗМІ можна на трьох рівнях: – в межах суспільства (шляхом регулювання інформаційних потоків); – в межах різних організацій і груп; – індивідуально-особистісному (шляхом індивідуального психологічного захисту) [2]. Основним моментом реалізації свідомого захисту є виявлення факту маніпуляції через відчуття примусу, силового тиску, незмінні формулювання, нав'язливе повторювання певних тем. Доречно задати собі запитання: "Кому це вигідно?". Корисним буде ламати стереотипи в своїй свідомості, розширювати свій кругозір і освіченість, оцінювати отриману інформацію не емоційно, а критично, звертати увагу на емоції, які викликає інформація корисним буде відволіктися і обдумати її пізніше, якщо вона нав'язана, то емоційний відгук або послабне, або взагалі зникне. Варто цікавитися кому належать медіа ресурси, хто власник, перевірити достовірність повідомлень з інших джерел. Найкраще сприймати будь яку інформацію, як недостовірну і ту, що потребує перевірки, адже викладені факти можуть мати наліт суб'єктивних суджень.

Засоби масової інформації здатні змінювати свідомість аудиторії, впливати на суспільну думку за допомогою технологій прихованого тиску на підсвідомість. Маніпулятивний вплив відбувається шляхом застосування різноманітних медіа технологій і медіа ресурсів (преса, радіо, телебачення, інтернет, кіно).

Джерела

1. Маніпулятивні впливи засобів масової інформації: наукова стаття. URL: https://www.radiosvoboda.org (дата звернення 13.02.2024)
2. Медіа-Маніпуляції: механізми та інструменти: наукова стаття. URL: https://jach.donnu.edu.ua (дата звернення 12.02.2024).

Науковий керівник:
Н. В. Задорожна, старший викладач

В. М. ПРИЛИПКО
канд. пед. наук, доцент кафедри загальної педагогіки і права
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ТА ВІТЧИЗНЯНИЙ ДОСВІД ГУМАНІТАРНО-ПРАВОВОЇ ПІДГОТОВКИ МАЙБУТНІХ ІНЖЕНЕРІВ

XXI століття ставить нові вимоги до вітчизняної вищої інженерної освіти, надає їй нові можливості, пов'язані з долученням України до Європейського простору, тому нині центральними в контексті цієї освіти стають завдання

формування професійно й соціально зрілої особистості, готової до розв'язання різноманітних суспільних і професійних завдань, правосвідомої й відповідальної. Європейські країни, що вже пройшли чи проходять шлях перебудови системи вищої освіти згідно з потребами нового часу, також перебувають у стані пошуку методологічних та технологічних модернізацій системи підготовки інженерних кадрів, розбудови й оновлення двох основних її складників — професійного та гуманітарно-світоглядного, перший із яких реалізується в ході практично-технічної підготовки, другий у процесі вивчення гуманітарних дисциплін (до яких належать і правознавчі), відповідної культурно-просвітницької та виховної роботи .

Останнім часом функціями інженера в Європі передбачено, що він повинен мати не тільки відмінні професійні знання, проєктно-конструкторські та винахідницькі навички, а й має вміти їх застосовувати, приймати рішення, організовувати роботу підлеглих та мусить добре знати правові основи своєї спеціальності. У більшості західних країн вимоги роботодавців до фахівців інженерних спеціальностей систематизовані за допомогою стандартів, що узгоджують професійну кваліфікацію працівників з рівнем їхньої освіти.

В Україні такий стандарт під назвою "Національна рамка кваліфікацій" розробляється та постійно вдосконалюється, у його створенні беруть активну участь окремі промислові компанії.

На думку українських і зарубіжних дослідників проблеми, практика освітньої діяльності доводить, що базовою основою професійної підготовки інженерів мають стати не стільки навчальні дисципліни, скільки способи й форми організації навчальної діяльності. Традиційно загальний зміст інженерної освіти поділяють на два складники: техніко-технологічний, що формує професійні компетентності інженерів за принципом "фундаментальні науки – технічні науки", та соціально-гуманітарний, який розвиває світогляд майбутнього інженера як члена суспільства, надаючи йому соціологічні, правові, психологічні й інші знання. Але правові знання, які отримує майбутній інженер під час реалізації змісту окремих дисциплін, часто вважають не обов'язковими для інженерної діяльності, надаючи їм статусу загальноосвітніх.

Варто зазначити, що значної уваги в системі професійної підготовки інженерів у зарубіжних університетах надається індивідуалізації й самостійній роботі, а також реалізації діяльнісного підходу у навчанні. У багатьох західних університетах сьогодні приділяється увага ефективній організації індивідуальної самостійної роботи студентів , при якій ураховуються їхні індивідуально-творчі особливості, здійснюється цілеспрямована робота з особистісного розвитку. Розуміння студентом своїх можливостей розглядають через формування в нього вмінь використовувати їх у майбутній професійній діяльності, належно сформовану правову компетентність у єдності нормативного і загальноправового аспектів.

Аналіз проблеми підготовки інженерних кадрів в Україні засвідчує, що вища технічна школа сьогодні потребує поглибленої правової підготовки бакалаврів для підприємств та організацій, яка має розроблятися з урахуван-

ням основних завдань і цілей економіки. Причини цього зумовлені, з одного боку, істотними змінами цілей і характеру суспільного виробництва і зростанням ролі людського чинника у забезпеченні його ефективності, а також змінами характеру суспільних відносин; з іншого боку, вони містяться в певній інерційності та консервативності, які притаманні освітній системі взагалі і які зазвичай відіграють позитивну роль у збереженні традицій освіти й виховання та спадковості в передачі надбань матеріальної і духовної культури, суспільного досвіду від одного покоління до іншого.

Тому важливим вбачаємо з'ясування ключових детермінант, які обумовлюють необхідність посилення гуманітарної (а в її контексті — правового складника) підготовки майбутніх інженерних кадрів і сприяють формуванню правової компетентності майбутнього інженера. Такі чинники насамперед визначаються необхідністю всебічного розвитку сучасного компетентного фахівця, особливо в сфері такої відповідальності, як інженерно-технологічна діяльність, що відіграє справді інтегральну роль в інформаційному суспільстві. С. Король підкреслює, що в сучасному розумінні інтегративної ролі інженера в суспільстві його "конкурентоздатність визначається не лише високою кваліфікацією у технічній сфері, а й готовністю виконувати професійні завдання, застосовуючи весь спектр гуманітарних знань. Тому актуальним є отримання професійно спрямованих гуманітарних знань, якими оперуватиме майбутній фахівець у сфері своєї професійної діяльності". На етапі отримання науково-теоретичного, практичного та культурно-світоглядного базису майбутньої професії в стінах технічного університету для бакалаврів інженерних спеціальностей набуття ними вмінь ефективної професійної творчості технологічного та соціально-формуючого характеру зумовлює важливість гуманітарної підготовки інженерних кадрів.

Правова освіта поєднана з кожним із головних структурних елементів гуманітарної освіти в системі підготовки майбутніх інженерних кадрів: світоглядно-філософським компонентом; соціально-політичним та соціологічним складниками; історичним, культурологічним та філологічним компонентами; політико-економічною та економічною підготовкою; психолого-педагогічною підготовкою; системою знань і навичок, що забезпечують здоровий спосіб життя.

Відповідно до зазначених напрямів підготовки має бути сформований перелік предметів, які читаються в інженерному вузі. Значуще місце і роль гуманітарних дисциплін визначаються їх впливом на процес соціалізації особистості. Вони мають допомогти бакалавром інженерних спеціальностей:

- визначити сутнісні характеристики суспільства, основні його елементи та закони і принципи взаємодії між ними, місце і роль людини в суспільстві, норми соціальної взаємодії (соціальна філософія, етика, право, соціологія);
- освоїти надбання як світової, так і української культури (українознавство, світова та українська культура, культурологія, релігієзнавство);
- збагатитись світовим та вітчизняним соціальним досвідом закономірностями історичного розвитку світового товариства і своєї батьківщини (всесвітня історія, історія України);

• навчитись цивілізованому спілкуванню з навколишнім середовищем, жити в злагоді з природою, оберігати і підтримувати її як умову спільного існування та розвитку (екологія, соціальна екологія);

• навчитись мислити, зрозуміти цілісність і багатомірність світу, сенс людського буття (філософія).

Джерела

1. *Войдило Я.* Особливості гуманітарно-світоглядної підготовки інженерних кадрів (Україно-Польський досвід). дис... канд. філос. наук. 09.00.10; Національний педагогічний університет імені М. П. Драгоманова. Київ. 2017. 205 с.
2. *Кислова М.* Проблеми компетентнісного підходу в інженерній освіті. *Педагогіка вищої та середньої школи* : зб. наук. праць. Кривий Ріг. 2013. Вип. 38. С. 38–41.
3. *Огороднійчук І. А.* Формування компетентності як педагогічна проблема. *Вісник Черкаського університету*. Черкаси. 2009. Вип. 144. С. 114–118.
4. *Падалко А. М., Падалко Н. Й., Пукалюк В. В.* Педагогічні аспекти використання інформаційно-комунікативних технологій в процесі підготовки майбутніх інженерів-електриків. Оновлення змісту, форм та методів навчання і виховання в закладах освіти: зб. наук. пр. *Наукові записки Рівненського державного гуманітарного університету*. Рівне: РДГУ. 2013. Вип. 7 (50). С. 111–113.
5. *Пальчук М.* Модель професійної освіти і навчання у Польщі. *Порівняльна професійна педагогіка*. 2011. № 2. С. 101–111.

С. О. ПУСТОВІТ

Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

УПРАВЛІННЯ ВЛАСНИМ КАПІТАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ОСНОВА ЙОГО СТРАТЕГІЧНОГО РОЗВИТКУ

В сучасних умовах господарювання дієве управління власним капіталом підприємства є основою його стратегічного розвитку, а рівень власного капіталу свідчить про масштаби діяльності. Тому кожному підприємству для здійснення своєї фінансово-господарської діяльності необхідно вміти ефективно організовувати процес формування, підтримки та використання власного капіталу.

Власний капітал є одним з основних джерел формування майна підприємства та являє собою загальну суму коштів, що належать підприємству та використовуються ним для формування своїх активів, тому для ефективного управління ним необхідні певні інструменти. Одним з таких інструментів є факторний аналіз, який дозволяє оцінити відповідність процесів залучення та використання власного капіталу підприємства його тактичним цілям.

Завдяки факторному аналізу, у якому використовується багатомірність показників досліджуваного об'єкта, можна розробити методичний інструментарій, який буде спрямований на оптимізацію використання власних фінансових ресурсів у процесі управління капіталом для подолання негативного впливу зовнішніх та внутрішніх факторів у сучасних економічних умовах.

Серед факторів, які включають найбільш популярні на практиці факторні моделі, можна відзначити наступні: рентабельність власного капіталу; чистий прибуток; рентабельність продажів; коефіцієнт фінансової залежності; середньорічна величина власного капіталу; оберненість активів та ін.

Також моделювання факторних систем власного капіталу передбачає, що в основі локалізації мікромоделей лежать його показники рентабельності на стадіях інвестування, накопичення та розподілу. А застосування відповідних мікромоделей дає можливість встановити приховані причинно-наслідкові зв'язки, вивчення яких на логічному рівні ускладняються або взагалі не можливі. Завдяки такому мікромоделюванню відбувається відбір статистично значущих факторних ознак, які використовуються при формуванні та розподілі власного капіталу, а отримані після аналізу дані використовуються керівництвом підприємства.

Джерела

1. *Кошельок В. Г., Малишко В. С.* Факторний аналіз рентабельності власного капіталу підприємства. *Економіка і суспільство*. 2016. № 7, С. 367–368. URL: https://economyandsociety.in.ua/journals/7_ukr/61.pdf (дата звернення 10.02.2024).
2. *Семенова О. М., Середа І. В.* Резерви підвищення рентабельності підприємства на основі факторного моделювання. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі*. Серія: Економічні науки. 2014. № 1 (63). С. 162–167.
3. *Андрющенко І. Є., Омельченко В. В.* Використання факторного моделювання в діагностиці фінансової діяльності. *Ефективна економіка*. 2020. № 10. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8241 (дата звернення: 10.02.2024).

Науковий керівник:
Ю. М. Заволока, канд. екон. наук, доц.

Д. О. ПУШКАР
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

А. Г. ЄФРЕМЕНКО
канд. екон. наук, доц.
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ СОЦІАЛЬНОЇ РОБОТИ З ОСОБАМИ ПОХИЛОГО ВІКУ ТА ІНВАЛІДАМИ

В умовах соціально-політичних та економічних змін, які відбуваються в нашій країні за останні роки під час воєнного стану, зниження життєвого рівня, правової незахищеності, несприятливої демографічної ситуації, зростання негативних тенденцій особливо загострюються проблеми соціально незахищених верств населення та, насамперед, людей похилого віку та інвалідів. Громадяни похилого віку та інваліди формують стійкий попит на соціальні послуги з боку держави.

Тому на перший план виходить завдання підвищення якості соціальних послуг. Одночасно не припиняється пошук нових підходів щодо забезпечення високої якості соціального обслуговування, нових форм надання послуг, організації діяльності установ соціального обслуговування. Застосування нових (інноваційних) технологій соціального обслуговування громадян похилого віку набуває все більшого поширення.

"Серед безлічі інноваційних технологій, спрямованих на вирішення проблем людей похилого віку та інвалідів, значне місце займають рекреативні технології, пов'язані з організацією реабілітаційного дозвілля, призначені для забезпечення та збереження життєздатності літніх людей та інвалідів і, зрештою, створення умов для підвищення якості їх життя. Ці технології мають являти собою комплексну систему соціально-культурної адаптації та реабілітації літніх громадян та інвалідів" [1].

Функції управління інноваційними процесами можна згрупувати за п'ятьма основними напрямками:

- діагностика — аналіз ситуації, виявлення проблем;
- генерація ідей, прогноз — розгляд альтернатив, вибір та корекція цілей, перспектив змін;
- програмування (прогнозування) — визначення етапів, термінів, технологій, засобів вирішення завдань;
- організація — вибудовування робочих структур та зв'язків;
- забезпечення реалізації нововведення;
- контроль та оцінка результатів інноваційної діяльності [2].

Нині в Україні вибудувано і продовжує розвиватися оптимальна структура системи соціального обслуговування населення, що пропонує різноманіт-

тя форм роботи з літніми громадянами та інвалідами в надомних умовах та вдосконалення методів організації роботи.

Так, наприклад, Територіальний центр соціального обслуговування населення міста Кременчука реалізує такі інноваційні технології соціального обслуговування:

• "Університет третього віку" — це форма роботи, що включає організацію просвітницьких та навчальних курсів, творчих майстерень, курсове навчання, екскурсій, спортивних занять, майстер класів відкритих лекцій з актуальних програм, і спрямована на формування та підтримку позитивних інтересів у громадян похилого віку, стимулювання активного сприйняття навколишнього світу;

• "Школа здоров'я", яка реалізується на базі реабілітаційного відділення соціального обслуговування з денним перебуванням;

• "Соціальний туризм для літніх громадян та інвалідів" — це нова форма обслуговування, спрямована на збереження здоров'я, організації правильного та корисного відпочинку, розширення кола спілкування за інтересами, підвищення працездатності організму.

Отже, інноваційні технології соціальної роботи з людьми похилого віку та інвалідами в нашій країні знаходяться в постійному розвитку, і з кожним роком все досконаліше стає їх законодавчо-правова база. Поступово в соціальній політиці проводяться необхідні дії щодо вирішення проблем, які виникають при використанні інноваційних технологій у соціальному обслуговуванні літніх громадян та інвалідів, та розробка нових програм соціальної підтримки цієї категорії населення.

Джерела

1. *Савельчук І. Б.* Інноваційні методи соціальної роботи з людьми похилого віку: специфіка та особливості впровадження. *Молодий вчений*. № 2 (17). 2015. С. 95–98.
2. *Буняк Н. М.* Інноваційний менеджмент: методичні вказівки до практичних занять. Луцьк: *Волинський національний ун-т імені Лесі Українки*. 2022. 108 с.

В. С. РЯБИЧ

Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

ОСОБЛИВОСТІ ГЕНДЕРНОЇ ЛІНГВІСТИКИ

Всебічне вивчення гендеру сучасними мовознавцями набуває інтенсивного розвитку, що сприяло виокремленню нової галузі мовознавства — ґендерної лінгвістики. Головна мета гендерної лінгвістики — визначити вплив мови на сприйняття й розуміння гендерної ідентичності та гендерних ролей [3, с. 167].

У загальному розумінні гендер — це соціокультурна та психологічна концепція, яка визначається не тільки біологічною статтю (чоловічою або жіночою), але й ролями, які приписуються чоловікам і жінкам в суспільстві. Гендерне поняття охоплює соціокультурні, економічні та політичні аспекти визначення ролей, обов'язків, можливостей та прав для чоловіків і жінок [1, с. 11].

У мовознавчій літературі відзначається чітке розмежування між термінами "стать" і "гендер". Термін "стать" застосовується на позначення суто біологічних характеристик, тоді як "гендер" охоплює соціокультурні аспекти та особисті відчуття особи щодо її статевої ідентичності та соціальних ролей [2, с. 7].

Предметом вивчення гендерної лінгвістики є гендерні ознаки мовної картини світу, які вказують на те, як мова відображає та впливає на гендерні стереотипи, ролі та відносини в суспільстві. Ось деякі з гендерних ознак мовної картини охоплюють такі аспекти:

1. Гендерно зумовлені вирази та стилістика.

Мова може містити вирази та стилістику, які пов'язані з певними гендерами або стереотипами. Наприклад, деякі вирази можуть виглядати або звучати більш властивими для чоловіків або жінок, що відображає гендерні уявлення.

2. Вживання гендерних форм.

Деякі мови мають граматичний рід або інші форми, які вказують на стать особи. Такі форми можуть створювати враження, що певні ролі або характеристики є властивими лише чоловікам або жінкам.

3. Гендерно-зумовлені розподіл ролей у мовленні.

У певних мовних контекстах може існувати гендерно-зумовлений розподіл ролей у мовленні, де певні теми чи стилі мовлення вважаються більш характерними для одного з гендерів.

4. Визначення гендерних ролей через лексику.

Лексичний склад мови може відображати гендерні стереотипи та ролі, наприклад, вживання певних слів чи виразів, щоб описати чоловіків і жінок у певних ситуаціях.

5. Вплив на сприйняття гендерної ідентичності:

Мова може впливати на сприйняття та формування гендерної ідентичності, визначаючи, які висловлювання чи мовні конструкції є прийнятними або неприйнятними для представників певної статі [3, с. 169].

Отже, гендерна лінгвістика важлива для розуміння взаємозв'язку мови та гендерної динаміки в суспільстві. Вона сприяє свідомому використанню мови для підтримки гендерної рівності та визначенню шляхів подолання стереотипів та дискримінації на мовному рівні.

Джерела

1. *Дегтярьова Т.* Особливості жіночого мовлення в ґендерному аспекті (на матеріалі англійської, української та російської мов). *Вісник СумДУ*. 2004. № 1 (60). С. 46–52.

2. *Мартинюк А. П.* Конструювання ґендеру в англомовному дискурсі. Харків : Констата, 2004. 292 с.
3. *Семашко Т. Ф.* Гендерна лінгвістика в системі сучасної мовознавчої науки. *Вісник Маріупольського державного гуманітарного університету.* Серія Філологія. 2010. Вип. 3. С. 166–170.

Науковий керівник:
Л. В. Комар, старший викладач

Ж. А. САББАГ
магістр
Харківський національний університет міського господарства ім. О. М. Бекетова

ОРАГІЗАЦІЙНО-ПРАВОВИЙ АСПЕКТ ВИБОРЧИХ ПРОЦЕСІВ В УКРАЇНІ

Виборчий процес, є ключовим елементом демократичної системи та відображає боротьбу за владу і її утримання. Організація та проведення цього процесу визначається системою публічного управління та складом політичної системи країни. Організаційно-правовий аспект виборчого процесу є важливим, оскільки від цього залежить ефективність та легітимність виборів, а також швидкість реакції органів влади на зміни в політичному середовищі. Це включає в себе правила проведення виборів, процедури реєстрації кандидатів, систему підрахунку голосів та забезпечення чесності та прозорості процесу.

Дослідники вказують на кілька чинників, які призводять до проблем у виборчому процесі в Україні. Серед них є [3]:

- факт того, що політичні партії, які утворюються в країні, часто не мають чіткої ідеологічної бази, що може призвести до їхньої не диференціації;
- маніпуляції, що відбуваються під час проведення виборів;
- неузгодженість взаємовідносин між різними гілками та рівнями влади, що викликає недовіру серед громадян;
- використання технічних кандидатів та партій для розпорошення голосів виборців та подальшого маніпулювання цим;
- використання політиками негативних технологій, таких як чорний піар і популізм, для впливу на громадську думку через ЗМІ.

Аналіз зазначених чинників проблем виборчого процесу в Україні дійсно підкреслює важливість організаційно-правових заходів для їх усунення. Деякі з цих проблем можуть бути вирішені через реформи в законодавстві та підвищення ефективності і контролю над його виконанням.

Наприклад, взаємовідносини між різними гілками влади можуть бути поліпшені шляхом узгодження повноважень та механізмів співробітництва. Це

може включати як законодавчі зміни, так і розвиток міжвідомчих процедур та механізмів обміну інформацією.

Удосконалення законодавства щодо функціонування політичних партій також може допомогти зменшити проблему відсутності чіткої ідеологічної бази. Введення чітких критеріїв для реєстрації політичних партій, зобов'язання їх представляти конкретні програми та ідеологічні принципи може сприяти підвищенню їхньої відповідальності перед виборцями та зменшенню політичної фрагментації.

Щодо використання технічних кандидатів та партій для розпорошення голосів виборців, маніпуляцій та втручання адміністративного ресурсу, важливо посилити контроль за виборчим процесом та забезпечити його прозорість. Це може включати вдосконалення системи моніторингу, залучення міжнародних спостерігачів, а також підвищення свідомості громадськості щодо їхніх прав та можливостей впливу на виборчий процес.

Прийняття Виборчого кодексу [4] відзначається як важливий крок у формуванні сучасної демократичної виборчої системи в Україні. Цей документ визначає права громадян на участь у виборчому процесі та покликаний забезпечити їхню пасивну або активну участь у виборах на різних рівнях влади. Важливість прийняття Виборчого кодексу полягає у тому, що він закріплює високий рівень організації влади в країні та свідчить про бажання наблизити українське законодавство до європейських стандартів. Виборчий кодекс визначає принципи виборчого права, що лежать в основі будь-яких виборів у країні, і містить в собі розділ, присвячений виборчому процесу. Цей розділ описує сутність виборчого процесу, його основні засади, суб'єктів, принципи відкритості та публічності, а також роботу органів влади під час виборчих процесів.

Проте, поряд з позитивними аспектами Виборчого кодексу, існують певні проблеми. Зокрема, недостатня регламентація питань, пов'язаних з інформуванням та агітацією через Інтернет, а також неповна зрозумілість системи розподілу мандатів, що може призвести до конфліктів між кандидатами. Також існує потреба в додаткових нормах щодо гендерних квот та інших аспектів виборчого процесу, щоб забезпечити його демократичність та прозорість.

Узгоджений та систематичний підхід до реформування виборчого процесу, який базується на вивченні досвіду і кращих практиках інших країн, а також на врахуванні специфіки українського суспільства, є ключем до покращення його демократичності, прозорості та легітимності.

Джерела

1. *Костецька Л.* Виборчий процес у сучасній Україні в контексті аналізу його проблемних етапів. *Актуальні проблеми держ. управління.* 2017. Вип. 1. С. 69–73.
2. Виборчий кодекс України № 396-IX від 19 грудня 2019 р. URL: https://zakon.rada.gov.ua/

Науковий керівник:
Ю. І. Лях, д-р філософії, ст. викладач кафедри менеджменту і публічного адміністрування

В. В. САВЕНКО
магістр
Харківський національний університет міського господарства ім. О. М. Бекетова

РОЗВИТОК ДЕРЖАВНО-ПРИВАТНОГО ПАРТНЕРСТВА НА РЕГІОНАЛЬНОМУ РІВНІ

Державно-приватне партнерство (далі — ДПП) можна розглядати як інноваційний метод управління, який сприяє підвищенню ефективності та результативності використання об'єктів державної та комунальної власності, зокрема на регіональному рівні. Це поліпшує якість управління цими об'єктами і сприяє зміцненню як державного господарства, так і державного управління.

Закон України "Про концесію" від 3 жовтня 2019 року визначає юридичні, фінансові та організаційні принципи виконання проєктів, які реалізуються в умовах концесії [3]. Головною метою цього закону є модернізація інфраструктури та підвищення якості суспільно важливих послуг. Також він визначає особливості концесії для певних об'єктів, які раніше підпадали під регулювання окремих законів (наприклад, концесії на будівництво автомобільних доріг).

Зазначений закон розглядає концесію як форму державно-приватного партнерства, в рамках якої держава передає інвестору право на:

- створення і/або будівництво (новий будівництво, реконструкцію, реставрацію, капітальний ремонт та технічне переоснащення);
- управління (користування, експлуатацію, технічне обслуговування) об'єктом (об'єктами) концесії;
- надання суспільно важливих послуг [0].

Відповідно до цього закону договори концесії не можуть укладатися для таких видів діяльності:

- пошук родовищ корисних копалин та їх видобування;
- машинобудування;
- керування нерухомістю.

За інформацією центральних та місцевих органів виконавчої влади в Україні станом на 1 січня 2023 року було укладено 193 договори на умовах державно-приватного партнерства. Із цієї кількості реалізовується лише 18 угод (9 з яких є концесійними, 5 — договорами про спільну діяльність та 4 — іншими видами угод), тоді як 162 угоди залишаються нереалізованими (з них 116 не виконуються, 46 розірвані або завершилися). Крім того, 13 угод були призупинені через збройну агресію російської федерації [0].

Вивчення вітчизняного законодавства, зокрема Закону України "Про державно-приватне партнерство", "Про спеціальний режим інноваційної діяльності технологічних парків", "Про державне регулювання діяльності у

сфері трансферу технологій" свідчить про відсутність чітко сформованого механізму державно-приватного партнерства. Це підтверджує необхідність щодо вдосконалення правового механізму реалізації державно-приватного партнерства.

Щодо вдосконалення інституційної моделі механізму державно-приватного партнерства, то Міністерство економіки України виступає спеціально уповноваженим органом у справах державно-приватного партнерства. Серед його основних завдань є формування та реалізація політики у сфері державно-приватного партнерства. Міністерство здійснює моніторинг ефективності діяльності органів виконавчої влади та місцевого самоврядування в цій галузі, забезпечує методологічне супроводження перевірок щодо виконання угод, укладених у рамках державно-приватного партнерства, оцінює та контролює рівень ризиків державного партнера у договорах, укладених у цій сфері. Міністерство економіки також веде моніторинг виконання укладених у рамках державно-приватного партнерства угод, зокрема концесійних, та забезпечує дотримання вимог законодавства в цій галузі, зокрема під час організації конкурсів на визначення приватного партнера.

Удосконалення правового механізму державно-приватного партнерства та його інституційної моделі є важливим завданням на сучасному етапі розвитку України. Державно-приватне партнерство може стати потужним інструментом для стимулювання інвестицій та розвитку регіонів. Узгодження повноважень та функцій відповідних органів влади є ключовим аспектом в цьому процесі. Це допоможе уникнути дублювання функцій та конфліктів між органами, а також забезпечить більшу координацію та ефективність у використанні ресурсів. Подальше вдосконалення цих механізмів сприятиме залученню більшого обсягу приватних інвестицій у важливі сфери економіки, такі як інфраструктура, охорона здоров'я, освіта та інші. Це, в свою чергу, сприятиме створенню нових робочих місць, збільшенню виробничих потужностей та підвищенню загального рівня економічного розвитку регіонів та країни в цілому.

Джерела

1. Про концесію : Закон України від 03.10.2019 № 155-IX. URL : https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/155-IX#Text.
2. Про державно-приватне партнерство : Закон України від 1 липня 2010 року № 2404-VI. URL: http://www.president.gov.ua.
3. Стан здійснення державно-приватного партнерства в Україні. *Офіційний сайт Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України*. URL: http://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=ukUA&id=9fc90c5e-2f7b-44b2-8bf1-ffb7ee1be26&title=StanZdiisnenniaDppVUkraini.

Науковий керівник:
Ю. І. Лях, д-р філософії, ст. викладач кафедри менеджменту і публічного адміністрування

М. О. САЙКО,
О. Ф. КРИШАН
канд. екон. наук, доц.
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

ДЕРЖАВНЕ КАЗНАЧЕЙСТВО УКРАЇНИ ТА ЗАРУБІЖНИХ КРАЇН: ПОРІВНЯЛЬНИЙ АСПЕКТ

Аналізуючи історичні аспекти становлення казначейської справи, слід відмітити, що прообразом казначейства можна вважати княжу казну. За часів правління великих і удільних князів державні доходи зосереджувались у казні князя, яка крім того слугувала сховищем матеріальних цінностей князівств. У той час ще не було чіткого розмежування між особистою власністю князя та власністю держави, що породжувало безконтрольність у витрачанні коштів, ослаблювало фінансову систему держави.

З прийняттям у 1710 році П. Орликом відповідної Конституції відокремлювався державний скарб від особистих коштів гетьмана і передавався в розпорядження генерального підскарбія, старшинсько-козацької ради (парламенту). Із скасуванням у 1764 році гетьманства фінансова система України була об'єднана із загальною системою. У 1821 році у складі Міністерства фінансів було створено Департамент державного казначейства, якому підпорядковувались усі центральні і місцеві фінансові структури.

З утворенням у 1922 році СРСР було створено єдиний бюджет, до складу якого включались бюджети союзних республік. Казначейство було ліквідовано, оскільки касове виконання державного бюджету здійснював Держбанк СРСР. Після проголошення у 1991 році незалежності нашої держави та побудови соціально зорієнтованої економіки ринкового типу розпочався період відродження казначейства в Україні.

Державне казначейство України (ДКУ) функціонує з 1 листопада 1995 р. на підставі Указу Президента України "Про Державне казначейство України". Метою його створення стало забезпечення ефективного управління коштами бюджету держави, підвищення оперативності у фінансуванні видатків у межах наявних обсягів фінансових ресурсів у Державному бюджеті і місцевих бюджетах. Казначейська система України має трирівневу структуру і складається з Державного казначейства, яке розташоване у столиці країни; управлінь Державного казначейства обласного значення; районних управлінь Державного казначейства.

Відділення територіальних управлінь Державного казначейства у районах, містах і районах у містах виконують такі функції: забезпечують виконання показників Державного бюджету і місцевих бюджетів та контроль за надходженням, рухом і використанням коштів цільових фондів у частині, що визначається Державним казначейством України; здійснюють відповідно до установлених розмірів асигнувань та касового плану цільове фінансування

видатків Державного бюджету і місцевих бюджетів; складають прогноз та касовий план коштів Державного бюджету і місцевих бюджетів; за поданням державних податкових інспекцій повертають за рахунок бюджету зайво сплачені або стягнені податки, збори та обов'язкові платежі; збирають, контролюють, зводять та подають вищестоящим органам Державного казначейства фінансову звітність про стан виконання показників Державного бюджету і місцевих бюджетів; розглядають заяви, пропозиції, скарги громадян, підприємств, установ та організацій з питань, що належать до їх компетенції.

Державне казначейство України та його територіальні органи є юридичними особами, мають самостійні баланси, рахунки в установах банків, печатку із зображенням Державного герба України і своїм найменуванням.

Якщо розглянути державне казначейство зарубіжних країн, то, наприклад, у Великобританії діяльність казначейства можна розділити на чотири сектори: громадські видатки; фінанси; економіка (народне господарство); державна громадська служба. Однак центральним обов'язком, що відноситься до урядового розкладу і покладається на казначейство з року в рік, — є бюджет. До моменту складання бюджету вирішуються всі головні питання соціальних видатків, які потім публікуються. Казначейство складає економічні прогнози протягом усього року. На основі цих прогнозів розробляється політика в галузі валютних операцій, обмінних курсів, процентних ставок, державних позик, яка переглядається протягом перших трьох місяців кожного року й узгоджується з річним бюджетом навесні. У рамках середньотермінового прогнозування розробляються прогнози на 3–4 роки.

Розглядаючи Державне казначейство Франції можна відмітити, що дана структура є системою органів влади і діє при Міністерстві фінансів, промисловості і економіки. Державне казначейство Франції складається з Головного управління та його територіальних органів — управлінь на місцевому рівні. У масштабах департаменту операціями Державного казначейства керує Генеральне казначейське управління. У деяких департаментах є додаткова централізуюча ланка у вигляді Управління грошових надходжень. Працівники системи Державного казначейства несуть матеріальну відповідальність за виконання ними операцій: збереження грошових фондів і матеріальних цінностей, збирання грошових коштів, оплата рахунків. Ця система щоденно управляє фінансовими потоками шляхом здійснення таких операцій: збирання податків для держави та місцевих органів влади; управління доходами держави; управління грошовими потоками в бюджет місцевих органів влади і місцевих установ публічно-правового сектора; збір штрафів. Всього у Франції нараховується 4100 відділень Державного казначейства, загальна чисельність працюючих — понад 57000 чоловік, які підпорядковані завідуючому Управління обліку державних фінансових операцій.

Отже, Державне казначейство України є тим органом державної виконавчої влади, що вирішує весь комплекс питань, пов'язаних з виконанням Державного бюджету України та виступає з'єднувальним ланцюгом у бюджетному процесі між органами виконавчої влади та установами банківської системи.

Джерела

1. *Губар Н.* Досвід функціонування казначейських систем у розвинених країнах. *Вісник Української Академії державного управління при Президентові України*. 2003. № 2. С. 463–468.
2. *Стоян В. І., Русін В. М.* Казначейська система виконання бюджету : навч. посіб. Тернопіль : Астон, 2015. 372 с.
3. *Котова С. С.* Історичні передумови становлення і розвитку системи державного казначейства України. *Економіка. Фінанси. Право*. 2010. № 8. С. 23–28.

І. С. СЕРБИНЮК
ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

О. І. БОГДАН
канд. екон. наук, доц.
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

УПРАВЛІННЯ ДІЛОВОЮ КАР'ЄРОЮ РОБІТНИКА НА ПІДПРИЄМСТВІ

На сьогоднішній день зростає значимість людського капіталу як основного ресурсу компанії. Керівництво розуміє те, що від рівня розвитку працівника збільшується результативність самої компанії. Звідси зростає значимість управління діловою кар'єрою персоналу на сучасному підприємстві.

Умови жорсткої конкуренції зумовлюють необхідність підвищення потенціалу співробітників. Одним зі шляхів розвитку співробітників є реалізація його ділової кар'єри. Управління діловою кар'єрою набуває сьогодні особливого значення і стає важливою умовою успішного функціонування організації.

Сучасні умови цифрової та різноманітної економіки змушують співробітників міняти посаду, спеціальність, професію й організацію. Важливим завданням є підтримка трудового колективу в найбільш якісному стані розвитку ділової кар'єри для ефективного виконання кожним співробітником функцій, що стоять перед ними.

Під управлінням діловою кар'єрою співробітників розуміється сукупність дій щодо планування, мотивації та контролю посадового зростання співробітника, відштовхуючись від його цілей, потреб, схильностей і т. ін. Все це дає можливість досягти лояльності співробітника інтересам компанії, збільшення продуктивності праці, зниження плинності кадрів і максимального виявлення можливостей працівника [1].

Процедура управління діловою кар'єрою містить сукупність заходів, які виконує кадрова служба з професійного зростання співробітника, приймаючи до уваги цілі, потреби, можливості як співробітника, так і фірми.

Однак відповідальність за просування кар'єри лежить не тільки на роботодавцях. Співробітники також несуть відповідальність за це. Вони повинні озвучувати, що хочуть вивчати і досягати на роботі, і активно намагатися отримувати такі знання та досягнення незалежно від програми розвитку в конкретній організації. Щоб ефективно керувати своєю діловою кар'єрою, необхідно добре розбиратися у своєму внутрішньому світі, своїх інтересах і цінностях, потребах і прагненнях, також необхідно керувати своїм часом на основі особистих планів.

Баланс організаційних та індивідуальних потреб є метою моделей управління кар'єрою в організаціях. Для створення таких моделей потрібна відданість з боку керівників та співробітників, формалізація процедур, ефективна система комунікації. Оптимальна модель управління кар'єрою повинна враховувати діяльність організації, підрозділів і їх взаємна відповідність.

Модель управління кар'єрою також повинна дати можливість співробітникам самостійно планувати кар'єрне зростання, враховувати їх потреби та можливості розвитку. Один із підходів — це інтеграція позицій, його розробив Едгар Шейн. Він запропонував процес злиття, який може відбуватися між організацією та її стратегічними планами, підрозділами і потребами співробітників в кар'єрному зростанні. Завдяки такому поєднанню можуть бути реалізовані як стратегічні плани організації, так і індивідуальні потреби кожного працівника [2].

Стратегічне управління діловою кар'єрою здійснюється на основі формування конкурентоспроможного трудового потенціалу персоналу організації з урахуванням майбутніх та існуючих змін, які дозволяють персоналу розвиватися і досягати своїх цілей в довгостроковій перспективі.

Систематизоване управління кар'єрою персоналу — це потенційна система підвищення на посаді працівника. На початку вищий керівник з'ясовує, доріс чи ні певний співробітник до підвищення на посаді. Потім здійснюється низка дій, яка виявляє готовність працівника зробити крок на наступну сходинку у своїй професійній діяльності Насамперед проводиться кар'єроорієнтована співбесіда. У результаті, менеджер з персоналу проводить стандартне опитування. У ході опитування з'ясовується уточнююча позиція співробітника з його потенційного підвищення і його бажання рухатися далі. Після цього, виходячи з результатів проведеної співбесіди, призначаються "години розвитку". Вони проходять у спеціально обладнаному навчальному приміщенні, створюється графік відвідування, якого співробітник повинен дотримуватися.

Отже, поліпшення управління діловою кар'єрою робітників сприяє підвищенню якості і ефективності діяльності компанії.

Джерела

1. *Жиренкова Є. С., Воржакова Ю. П.* Шляхи управління кар'єрою та професійним зростанням на підприємстві. *Актуальні проблеми економіки та управління*. 2019. № 13.

2. *Шейн Е. Х.* Організаційна культура та лідерство / пер. з англ.; за ред. В. А. Співака. Київ: Кондор. 2002. 336 с.

М. В. СІДНЕНКО
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Інноваційний розвиток України на сьогоднішній час є ускладненим внаслідок воєнних ризиків, вилучення працівників підприємств у ряди ЗСУ, обстрілу енергетичної та промислової інфраструктури з боку росії, логістичних проблем. Зміни умов функціонування економіки через падіння ВВП потребують корекції інноваційної активності господарських систем. Нововведення стають стратегічним чинником зростання, впливають на структуру суспільного виробництва, перетворюють економіку країни, стабілізують соціальну політику держави.

В умовах складного економічного стану в країні передбачається формування такого інноваційного простору, який об'єднає потоки інноваційної взаємодії суб'єктів інноваційної діяльності на макро-, мезо- та мікрорівні та сприятиме міжгалузевій дифузії інноваційних ідей та результатів інтелектуальної діяльності між різними секторами економіки. Інноваційна активність національної економіки ґрунтується на результатах функціонування організацій, які здійснюють інновації у різні сфери діяльності [1].

Інноваційний розвиток господарських систем, таким чином, розглядається на рівні управління країною в цілому, регіонами та підприємствами й організаціями (макро-, мезо- та мікрорівень).

Формування та реалізація інноваційної політики мають ґрунтуватися на створенні такої системи, яка дозволить у найкоротший термін та з високою ефективністю використовувати у виробництві інтелектуальний та науково-технічний потенціал країни. Завдяки використанню нових інформаційних технологій цим потенціалом могли б користуватися як малі, так і великі підприємства всіх форм власності.

У сучасних умовах воєнного положення в Україні, коли більшість підприємств не мають необхідних ресурсів на переоснащення виробництва на воєнний лад, цей підхід дозволить за порівняно невеликих витрат забезпечити доступ до сучасних технологій практично всім зацікавленим підприємствам незалежно від їх величини та обсягів виробництва. Проблема формування, становлення та інноваційного розвитку в країні полягає в тому, що даний процес має відбутися в стислі історичні терміни за відсутності багатьох умов для його розвитку.

Інноваційний розвиток управління має бути забезпечений виконанням комплексу наступних процедур щодо вирішення проблем інноваційного розвитку на мікро-, мезо- та макрорівнях [2].

На макрорівні включення інноваційного фактора зростання вимагатиме радикальної зміни системи фінансової підтримки диверсифікації виробництва за рахунок обмежених можливостей державного бюджету. Поруч із бюджетним фінансуванням організацій та підприємств мають розроблятися цільові програми. Ці програми є одним із найважливіших засобів реалізації структурної політики держави. Вони мають бути пов'язаними за ресурсами, виконавцями та термінами здійснення комплексу науково-дослідних, дослідно-конструкторських, виробничих, соціально-економічних та інших заходів, що забезпечують ефективне вирішення завдань у різних галузях розвитку.

На мезорівні вирішенню проблем інноваційного розвитку сприятиме зростання ролі нових центрів інноваційного економічного росту, які спираються на концентрацію кадрового та технологічного потенціалу, що істотно вплине на трансформацію територіальної структури трудових ресурсів, територіально-виробничих комплексів, орієнтованих на високотехнологічні виробництва, у пріоритетних галузях української економіки, великих транспортно-логістичних вузлів та виробничих комплексів.

На мікрорівні до пріоритетних завдань, що сприяють вирішенню проблеми ефективного розвитку економіки, слід віднести:

- створення та ефективне використання науково-дослідного підрозділу фірми, якщо це велике прибуткове підприємство, або укладення договору з відповідним галузевим вищим навчальним закладом або іншим науковим колективом, які мають нові ідеї та технології їх застосування;
- забезпечення інвестиційної привабливості підприємств за рахунок використання маркетингових технологій;
- захист прав учасників інноваційного та виробничого процесу, чітке розмежування відповідальності кожного з них, забезпечення вільного перерозподілу прав участі у капіталі;
- реалізація інтересів акціонерів, інвесторів та кредиторів у отриманні інформації про фінансову стратегію щодо реалізації інновації;
- прозорість фінансово-економічного стану підприємств;
- чітке дотримання контрактних зобов'язань між усіма учасниками діяльності підприємства;
- перепідготовка працівників підприємства саме задля реалізації інноваційного проєкту та ін.

Отже. реформування економіки потребує забезпечення світового класу якості вироблених товарів, своєчасного оновлення продукції підприємствами та максимальної зацікавленості впровадження нововведень; високої інноваційної активності з урахуванням свого потенціалу. Водночас світова практика показує, що державна підтримка інноваційної діяльності є об'єктивно необхідною.

Джерела

1. *Шовкун І. А.* Трансформація інноваційної активності підприємств під час війни. Гальчинські читання. Збірник матеріалів міжнародної наукової конференції (02.11. 2023 р., м. Київ).
2. *Юринець З. В., Гнилянська Л. Й., Юринець Р. В.* Управління інноваційним розвитком: навч. посіб. Львів: СПОЛОМ, 2021. 132 с.

В. В. СІОРА,
А. С. КИРИЛОВА

Кременчуцький льотний коледж
Харківського національного університету внутрішніх справ

МОВНИЙ БАР'ЄР У ДІЛОВОМУ СПІЛКУВАННІ ТА БІЗНЕСІ

У сучасній когнітивній лінгвістиці часто утворюються мовні бар'єри у діловому спілкуванні, які створюють проблеми у комунікаціях, діяльності компанії в іншій країні. Відомо багато випадків безуспішних спроб продати товар тільки тому, що його назва у сприйнятті чужою мовою звучить незрозуміло або має спотворене значення.

Під час спілкування можуть виникнути труднощі, якщо закордонні партнери використовують мовні формули, в яких формальне значення слів не збігається або суперечить реально вкладеному сенсу. Тому точний професійний переклад, добре знання іноземних мов відіграють важливу роль у міжнародних зв'язках. Національні особливості та культурні цінності можуть бути виражені настільки сильно, що це дозволяє говорити про відповідність тій чи іншої моделі організації певної країні світу (наприклад, американської, японської, німецької моделі). Основу таких моделей становить унікальна організаційна культура з яскраво вираженими національними характеристиками [2].

Термін "менталітет" або "ментальність" останнім часом ми чуємо майже щодня і часто його зустрічаємо як у суспільно-публіцистичній, так і в науковій літературі. Національний менталітет чи національна культура країни істотно впливають на поведінку людей організації. За оцінкою фахівців, прагнення контролювати ситуацію та звести ризик до мінімуму в сфері економічного та соціального життя суспільства становить суттєву особливість українського менталітету. Доказом цього можуть слугувати, наприклад, у всі часи проголошена розгорнута політика підтримки найменш захищених та соціально вразливих груп населення, лінія на перерозподіл коштів та доходів між ефективно працюючими підприємствами та тими, хто працював не дуже успішно, порівняльні тенденції у сфері оплати праці та зайнятості.

Основними чинниками, що впливають на національний образ світу та на ментальність, є історичний розвиток країни, наявність культурної спадщини

певного складу, географічний фактор. Якщо порівнювати культурну спадщину Німеччини з іншими європейськими народами, можна відзначити такі риси, які так чи інакше вплинули на формування національного образу світу і менталітету: наявність потужної філософської традиції у культурі, філософічність літератури, Німеччина — країна, що дала світовій культурі значне число композиторів світового рівня, у Німеччині розпочалася Реформація, що свідчить про критичність німецького духу, у Німеччині зародився європейський романтизм. Все це говорить про значний внесок Німеччини в європейську культуру, що не могло не позначитися на сприйнятті німцями самих себе як нації передової.

Однією з основних ознак німецького менталітету є чітке розмежування сфери приватного та громадського, закритість приватної сфери та емоційна закритість особистості, упорядкованість приватної сфери. У Німеччині дуже розвинений колективізм [1].

На відміну від представників Америки та Великобританії, які воліють максимально розмежовувати обов'язки, німці люблять злагоджену роботу в колективі, чи то розробка нового бізнес-проекту або хоровий спів. Індивідуалізм не вітається, навпаки, цілком їм комфортно у стані підпорядкування. Іноземні партнери цінують їхню здатність спільно працювати дуже швидко і результативно. Добиватися потрібних результатів у короткі терміни німцям допомагає традиційна педантичність та пунктуальність. Зрозуміло, що такі якості у бізнес-партнері викличуть лише повагу. Під час ділових переговорів із німцями недопустимий емоційний натиск, якому можуть піддатися американці або французи, у Німеччині цей прийом не спрацює. У ділових колах Німеччини користується найбільшою популярністю авторитарний стиль керівництва, що базується на дисципліні та беззаперечній субординації. Його мінуси — дуже довге узгодження на всіх рівнях перед ухваленням рішення. Але після всіх нарад і підписання документів німці дуже швидко переходять до справи та виконують домовленості точно в строк [1].

Робота за кордоном, ведення міжнародного бізнесу вимагає від менеджерів як іноземних, так і від українських компаній усвідомлення існуючих культурних відмінностей. У зв'язку з радикальними змінами економічних, політичних, ідеологічних, соціальних та інших умов в Україні йде процес формування національної ділової культури, яка істотно впливає на організаційну культуру [3].

Саме сьогодні, в умовах воєнного стану найкраще розуміння української ділової культури, її національних особливостей дуже корисно для роботи в Україні міжнародних компаній, створення спільних підприємств та розвитку інших форм міжнародної кооперації українських компаній із іноземними партнерами.

Джерела

1. *Верхоглядова Н. І., Слабко Я. Я.* Методологічні основи формування організаційної культури у західноєвропейських та американських корпораціях. *Держава та регіони*. 2008. № 6. С. 56 – 60.

2. *Виходець О. М.* Соціальні комунікації в культурі української організації: монографія. О.: Олтех, 2010. 285 с.
3. *Волик І. М.* Український вибір моделі корпоративного управління [Електронний ресурс]. *Економічні науки.* 2016. Режим доступу : http://www. rusnauka.com/NIEK_2016/Economics/17511.doc.htm

Науковий керівник:
В. В. Сіора, викладач першої категорії

Р. В. СКРИПНИК
Хортицька національна академія

РОЛЬ ОСВІТИ У ВИХОВАННІ ГРОМАДЯНСЬКОЇ СВІДОМОСТІ ТА АКТИВНОЇ УЧАСТІ В КУЛЬТУРНОМУ ЖИТТІ РЕГІОНУ

Освіта визнається ключовим інструментом формування громадянських цінностей, усвідомлення важливості культурної спадщини та активної участі громадян у розвитку свого регіону. На тлі зростаючої глобалізації та швидкої зміни соціокультурного середовища, важливість освіти як засобу формування громадянської свідомості та культурної активності надзвичайно висока. Тільки через освіту можна створити умови для розуміння й оцінки культурних цінностей, підтримки та розвитку місцевої культурної спадщини, а також активної участі в культурному житті регіону. Така освітня парадигма сприяє формуванню громадян, які відчувають відповідальність за свій регіон, активно взаємодіють у культурних ініціативах та приймають активну участь у його розвитку.

Громадянська свідомість — це система переконань, цінностей, знань і уявлень, які формуються у громадян у процесі їхнього життя в суспільстві. Вона визначає, як громадяни сприймають себе, своє місце в суспільстві, відносини з іншими людьми, а також їхню роль у розвитку культури та соціальних відносинах.

Громадянська свідомість відіграє ключову роль у формуванні соціально-культурного середовища. Вона впливає на стан і функціонування суспільства, визначає його цінності, моральні норми та стандарти поведінки. Ця свідомість визначає громадянську активність, готовність брати участь у житті суспільства, вирішувати його проблеми та брати на себе відповідальність за результати своєї діяльності.

Вплив громадянської свідомості на розвиток суспільства та культури виявляється у багатьох аспектах. Перш за все, вона стимулює громадян до участі у соціально-культурних процесах, сприяє формуванню громадянської активності та відповідальності. Громадська свідомість сприяє поширенню культур-

них цінностей, традицій та ідентичності, впливає на становлення національної культури та її взаємодію зі світовим культурним простором.

Роль освіти у формуванні громадської свідомості досить значима. Освіта надає громадянам можливість отримати знання про їхні права, обов'язки та можливості у суспільстві. Через навчання в школах, університетах та інших освітніх установах люди отримують доступ до інформації про соціальні та політичні процеси, що дозволяє їм усвідомлювати свої права та обов'язки. Освіта сприяє формуванню громадянських цінностей, таких як демократія, права людини, соціальна справедливість та толерантність. Освіта сприяє формуванню громадянських цінностей, таких як демократія, права людини, соціальна справедливість та толерантність. Шляхом викладання громадянської етики та навчання взаємоповаги та різноманітності, освіта допомагає створювати громадян, які поважають права інших та відчувають відповідальність за добробут суспільства в цілому. Освіта виховує громадян, які відчувають себе членами суспільства та розуміють важливість їхнього внеску у розвиток країни. За допомогою соціальних проектів, волонтерської роботи та громадських організацій, освіта спонукає людей брати активну участь у вирішенні соціальних проблем та зміні суспільства до кращого. Освічене суспільство є важливим фундаментом для демократії. Шляхом навчання громадян про демократичні процеси, вибори та участь у громадських діях, освіта сприяє зміцненню демократичних інститутів та забезпечує стабільність в суспільстві.

Освіта має значний вплив на створення культурно активної громади, оскільки вона є ключовим чинником у формуванні свідомих, толерантних та культурно освічених громадянВона допомагає людям розуміти та оцінювати різноманітні культурні вираження, сприяючи розширенню їхнього світогляду та розвитку естетичного смаку. Освіта виховує громадян, які активно беруть участь у культурному житті свого регіону. Шляхом залучення до різноманітних культурних подій, заходів та ініціатив, освічені громадяни сприяють розвитку культурної сцени в своєму регіоні. Вони виявляють інтерес до мистецтва, літератури, музики, театру та інших аспектів культурного життя, що сприяє розкриттю та розвитку культурних індустрій.

Отже, роль освіти у вихованні громадянської свідомості та активної участі в культурному житті регіону є вирішальною для сучасного суспільства. Освіта відіграє важливу роль у формуванні цінностей, навичок та готовності до активної участі в житті громадян. Шляхом сприяння розвитку критичного мислення, толерантності та громадянської відповідальності, освіта створює базу для підтримки демократії, стабільності та культурного розвитку. Такий підхід допомагає суспільству ефективно вирішувати складні проблеми, сприяє розвитку культурного життя та зміцненню громадянської самосвідомості.

Джерела

1. *Сухомлинська О.* Рефлексії про генезу духовності в контексті виховання : на шляху до ситнтезу парадигм. *Історико-педагогічний альманах*. 2005. Вип. 1. С. 5–20.

2. *Шевченко Г.* Духовність і цінності життя. *Духовність особистості: методологія, теорія, практика.* 2008. Вип 5. С. 3–15.

Науковий керівник:
Ю. В. Клочкова, доктор філософії

П. І. СОКУРЕНКО
канд. екон. наук
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

ВДОСКОНАЛЕННЯ ІСНУЮЧИХ СИСТЕМ ПОКАЗНИКІВ ТА ПРИНЦИПІВ ДЛЯ ОБ'ЄКТИВНОЇ ОЦІНКИ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

На основі аналізу теоретичних і методологічних положень, представлених в сучасних джерелах, виникає необхідність певного коригування методів вимірювання та оцінки результатів ЗЕД, що викликано наступними обставинами [3, с. 26]:

• інша грошова оцінка результатів і витрат; експортна виручка надходить у валюті зарубіжних держав, а витрати враховуються в національній; з цієї причини до факторів, що впливає на рівень ефективності зовнішньоекономічної діяльності, додається новий — курсова різниця;

• в разі, якщо ЗЕД підприємства — лише частина його виробничо-господарської діяльності, необхідний облік результатів експортно-імпортних операцій і виділення витрат по їх досягненню, що вимагає розробки відповідної методики;

• підвищений ступінь ризику в господарської, інвестиційної, фінансової діяльності, що викликає додаткові витрати, пов'язані зі страхуванням, послугами експертних, консалтингових, юридичних та інших компаній;

• наявність додаткових механізмів державного регулювання, перш за все тарифно-митного, що, в свою чергу, збільшує витрати;

• порівнянність витрат і результатів за різними параметрами (цінової, показники якості, часовий лаг);

• необхідність дотримання принципу порівнянності з базовим варіантом;

• нерідко виникає ситуація, при якій може допускатися реалізація товару на зовнішньому ринку з меншою рентабельністю, ніж на внутрішньому ринку, але з коефіцієнтом ефективності не нижче 1;

• необхідність врахування особливостей різних видів зовнішньоекономічних угод (основні і забезпечують, експорт, імпорт та ін.);

• зовнішньоекономічна діяльність для більшості суб'єктів господарювання — лише частина діяльності, що певною мірою знижує можливість розрахунку ряду показників, що характеризують рівень ефективності використан-

ня окремих видів витрат і ресурсів (оборотні та основні фонди, жива праця, капітал);

• іноземні ринки пред'являють підвищені вимоги до запропонованих товарів, сервісу, потребують обробки великої кількості інформації з різних джерел, що також впливає на обсяг витрат.

Для того щоб визначити вплив розвитку експортного потенціалу на підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності промислового підприємства, необхідно визначити величину кожної з його складових. Для цього проводиться оцінка фактично досягнутого експортного потенціалу по кожній номенклатурній позиції, а також оцінка нереалізованого експортного потенціалу за трьома показниками [1, с. 59]:

• обсягом валютної виручки за експортними позиціями минулих років, затребуваним на ринках в звітному періоді з різних причин;

• обсягу товарної продукції, конкурентоспроможної на зовнішньому ринку, але яка не поставляється з різних причин;

• обсягом рекламацій, включаючи повне або неповне повернення товару.

Перша і друга позиції нереалізованого експорту є резервом розвитку експортного потенціалу промислового підприємства. Третя позиція являє собою дестабілізуючий фактор, який веде до зниження або втрати експортного потенціалу через неякісно виконаних операцій бізнес-процесу з виробництва, комплектації, умов збуту експортних позицій.

Розвиток елементів експортного потенціалу має прямий вплив на результати і економічну ефективність діяльності підприємства.

Оцінка показників повинна здійснюватися з урахуванням частки експорту в сукупному обсязі кінцевих показників промислового підприємства [3, с. 26].

До прямих показників можна віднести:

• приріст обсягів продукції по ринках збуту;

• приріст виручки підприємства;

• приріст чистого прибутку підприємства;

• збільшення коефіцієнта ефективності діяльності підприємства.

У прямі показники можна включити:

• підвищення частки конкурентоспроможної продукції;

• приріст частки інноваційної продукції;

• приріст вартості бренду (брендів);

• приріст вартості бізнесу підприємства;

• поліпшення іміджу і ділової репутації підприємства.

За допомогою даних показників можна визначити тільки сукупний результат зовнішньоекономічної діяльності підприємства.

На сьогодні існуючі системи показників та принципи для об'єктивної оцінки зовнішньоекономічної діяльності підприємства не повністю враховують ряд особливостей цієї діяльності: курсові різниці, додаткові витрати, пов'язані зі страхуванням, послугами експертних, консалтингових, юридичних та інших компаній, а також через наявність механізмів державного регулювання та інше.

Тому необхідно додатково врахувати:

- курсові різниці — виникають через інший грошової оцінки результатів і витрат;
- додаткові витрати, пов'язані зі страхуванням, послугами експертних, консалтингових, юридичних та інших компаній у зв'язку з підвищеним ступенем ризику в господарської, інвестиційної, фінансової діяльності;
- збільшення витрат внаслідок наявності додаткових механізмів державного регулювання, перш за все тарифно-митного;
- порівнянність витрат і результатів за різними параметрами (цінової, показники якості, часовий лаг);
- дотримання принципу порівнянності з базовим варіантом;
- особливості різних видів зовнішньоекономічних угод (експорт, імпорт та ін.);
- ряд показників, що характеризують рівень ефективності використання окремих видів витрат і ресурсів;
- підвищені вимоги зарубіжних ринків до пропонованих товарів, сервісу, потребують обробки великої кількості інформації з різних джерел, що також впливає на обсяг витрат.

При формуванні системи показників та принципів для об'єктивної оцінки зовнішньоекономічної діяльності підприємства слід враховувати, що до них пред'являються особливо високі вимоги, тому що саме на їх основі приймаються господарські рішення, здійснюється планування, матеріальне стимулювання, управління виробництвом в цілому.

Виходячи з цього слід виділити ознаки, якими повинні характеризуватися показники вимірювання економічної ефективності зовнішньоекономічної діяльності [2, с. 36]:

- зв'язок зі стратегічними цілями підприємства;
- схильність до впливу (показник, на який не в змозі впливати учасники виробничого процесу, не представляє цінності);
- однозначність (з його допомогою має вимірюватися певну якість економічного процесу); можливість кількісної оцінки;
- чутливість (показник повинен відображати зміна в якості процесу);
- можливість формалізації стану процесу, явища на основі математичного апарату;
- здатність об'єктивно і адекватно характеризувати стан окремих елементів або системи в цілому на конкретний момент або за певний період ;
- виявлення показників за принципом "зверху вниз" від більш загальних до приватних і конкретним;
- визначення показників з урахуванням результатів опитувань клієнтів співробітників, даних минулої діяльності і підприємницької оцінки.

Для об'єктивної оцінки зовнішньоекономічної діяльності необхідне вдосконалення існуючих систем показників і принципів їх формування та диференціації. Напрямами вдосконалення є:

- орієнтація на інтереси підприємства;
- врахування інтересів учасників ЗЕД;

• комплексність і збалансованість оцінки;
• трансформація показників до ринкових умов;
• конкретизація показників під певні стратегічні завдання;
• необхідність оцінки впливу на основні показники господарської діяльності об'єкта (підприємства, економічного регіону).

Джерела

1. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства : навч. посіб. / за ред. О. В. Шкурупій. К. : Центр учбової літератури, 2012. 314 с.
2. *Малярець Л. М., Моргун Г. В.* Аналіз ефективності експортно-імпортної діяльності підприємства для її стратегічного контролінгу. *БІЗНЕСІНФОРМ*. 2015. № 1.4. С. 34–39.
3. *Яковлєв А. І.* Удосконалення методів визначення ефективності ЗЕД. *Фінанси України*. 2010. № 9. С. 25–27.

П. І. СОКУРЕНКО
канд. екон. наук, доц.
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНОСПРОМОЖНОСТІ ВИКЛАДАЧА У ЗАКЛАДАХ ОСВІТИ

Реформування вищої освіти визначає рішення задачі конкурентоспроможності викладача. Професійна підготовка передбачає не тільки високий рівень розвитку компетенцій, знань, умінь і навичок, а й здатність викладача бути стійкимта та затребуваним в процесі конкуренції на ринку праці.

Успішність організації формування конкурентоспроможності викладача у закладі освіти забезпечується рядом педагогічних умов [2, с. 141–142].

1. Організація освітнього простору і створення конкурентного середовища у закладі освіти. Завданням закладу освіти є визначення творчих можливостей освітнього простору і створення конкурентного середовища, тобто умов, що обумовлюють кругозір, стиль мислення і відносин включених в неї суб'єктів, стимулюючи в них потребу до змагання, соціально активної дії.

2. Наступною педагогічною умовою, необхідною для формування конкурентоспроможності майбутнього викладача, є актуалізація та стимулювання професійного становлення і особистісного розвитку здобувача.

Професійне становлення та особистісний розвиток здобувача забезпечуються усвідомленням і прийняттям мети, завдань, установок діяльності на цьому і майбутніх етапах її здійснення, прагненням самостійно їх визначати, володінням необхідними вміннями, орієнтовними основами реалізації

діяльності відповідно до прийнятих або самостійно вироблених установок і завдань, усвідомленням власної значущості для інших людей, своєї відповідальності за результати власної діяльності, здатність до рефлексії, потреби в ній як необхідної умови свідомого регулювання своєї поведінки.

3. Одним з педагогічних умов є формування у здобувачів готовності до саморозвитку, самоосвіти, самореалізації, самовизначення, що становлять основу конкурентоспроможності. Для ефективності процесу формування установки на саморозвиток, самоосвіту, самореалізацію і самовизначення необхідне стимулювання виходу в рефлексивну позицію. До рефлексивних прийомів відноситься самоаналіз і самопізнання. Формування у здобувачів установки на самоосвіту і саморозвиток шляхом стимулювання їх рефлексивної позиції і формування знань і умінь в даній області сприяють розвитку пізнавальної самостійності як інтегральної властивості особистості.

4. Наступною педагогічною умовою є вміння викладача керувати своїм психологічним станом, чому сприяє опанування копінг-стратегіями. Копінг-стратегії — це когнітивні, емоційні та поведінкові зусилля, які спрямовані на вирішення стресових ситуацій та на гармонізацію відносин особистості з оточуючим світом.

5. Однією із важливих педагогічних умов забезпечення конкурентоспроможності викладача є мотивації як фактор поліпшення якості професійної діяльності викладача. Важливим є позитивна оцінка ефективної роботи і визнання власних досягнень викладача. Саме професійна мотивація викладачів підвищує якість роботи, результативність, рівень послуг, що надаються, а також допомагає у досягненні професійних цілей, давати позитивну перспективу, готувати педагогічні кадри для інновацій, підвищувати самоповагу і в цілому надавати позитивний вплив на якість професійної діяльності викладачів.

Вищесказане дозволяє констатувати наступне: цілеспрямовано організований процес формування конкурентоспроможності майбутнього викладача дозволяє готувати фахівців, здатних легко адаптуватися до мінливих умов і змісту професійної діяльності, зацікавлених у своїй безперервній освіті і особистісному розвитку. Ефективність цього процесу визначається глибокою зацікавленістю здобувачів в пошуку, формуванні необхідних якостей і властивостей особистості.

На сьогодні відсутність чітких меж між аналізованими критеріями обумовлює наявність можливостей комбінування інструментів управління конкурентоспроможністю викладача, що використовуються в межах досліджених концептуальних підходів.

Отже, І — Основним способом підвищення конкурентоспроможності працівників організації в цих умовах є збільшення кількості виконуваних ними функцій на основі багатопрофільної підготовки шляхом оволодіння знаннями, вміннями і навичками, які належать до різних професій. Використання даної концепції передбачає необхідність для підприємства забезпечення якнайповнішої укомплектованості робочих місць персоналом відповідної кваліфікації.

II — Забезпечення конкурентоспроможності досягається на основі індивідуального підходу до матеріального і морального стимулювання персоналу в залежності від досягнення цілей організації.

III — Управління конкурентоспроможністю персоналу засноване на безперервному підвищенні його компетенції шляхом постійного підвищення кваліфікаційних характеристик.

IV — Управління його конкурентоспроможністю орієнтоване на безперервне підвищення вартості людського капіталу шляхом активізації кар'єрних переміщень персоналу і забезпечення його високої соціальної захищеності [1, с. 112].

Вибір тих чи інших напрямків і інструментів управління конкурентоспроможністю персоналу обумовлюється, перш за все, закономірностями її розвитку.

При управлінні конкурентоспроможністю персоналу викладачів необхідно враховувати основні тенденції, що характеризують в цілому кадрову ситуацію. Крім того слід зазначити, що з метою забезпечення конкурентоспроможності викладача, а саме побудови конкурентоспроможної траєкторії викладача, використовують рейтингову оцінку. Рейтингова система оцінки роботи є дієвим фактором мотивації працівників навчального закладу до сумлінної, результативної праці, удосконалення професійної майстерності викладацького складу, здатності творчо використовувати передовий педагогічний досвід, інноваційні освітні технології, самоосвітньої діяльності, дисциплінованості та відповідальності.

Після оцінки ефективності та реалізації інструментів управління необхідно визначити їх вплив на конкурентоспроможність викладача із застосуванням методів прогнозування, що дозволяють виявити основні тенденції розвитку конкурентоспроможності викладача.

Наступною складовою формування конкурентоспроможності викладача є створення копінг стратегії як основного ресурсу її підвищення.

Слід відзначити, що на характер копінг-стратегії впливають наступні чинники: життєвий досвід та досвід педагогічної діяльності, превалюючі риси характеру, матеріальна зацікавленість, які формують індивідуальний підхід до подолання стресових ситуацій [3, с. 75].

Одже критерії та особливості формування конкурентоспроможності викладачів передбачають реалізацію таких педагогічних умов:

- формування високої працездатності, безперервне зростання продуктивності праці на основі поновлення і поліпшення найважливіших характеристик здатності до праці викладача шляхом формування копінг-стратегії особистісного розвитку, що зберігає здоров'я викладача, гармонійні відносини з учасниками освітнього процесу;
- забезпечення якості особистості, що виявляється в націленості на результативну і ефективну освітню діяльність, необхідну для професійного розвитку;
- застосування стимлюючої та мотиваційної складової, що спонукає прагнення до безперервного саморозвитку, до безперервного профе-

сійного росту, стресостійкість, які формуються за рахунок компонентів інтелектуальної, мотиваційної, емоційної, вольової сфери саморегуляції викладачів;
- реалізацію контекстного навчання викладачів як складової зростання їх конкурентоспроможності.

Джерела

1. *Андріяко Т. Ю.* Педагогічна сутність і структура конкурентоспроможності фахівця. *Вісник Черкаського університету*. Сер. Пед. науки. 2010. Вип. 189. Ч. 2. С. 110–116.
2. *Безбородих С. М.* Формування конкурентоспроможності майбутніх педагогів у процесі професійної підготовки: дис. ... канд. пед. наук: 13.00.04. ДЗ "Луганський національний університет ім. Т. Шевченка". Старобільськ, 2016. 272 с.
3. *Сергєєва Л. М.* Конкурентоздатність фахівця як соціально-педагогічна категорія. *Освіта дорослих: теорія, досвід, перспективи*: зб. наук. пр. Ін-т пед. освіти і освіти дорослих НАПН України. К., 2015. Вип. 1 (10). С. 72–80.

П. І. СОКУРЕНКО

канд. екон. наук, доц.
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОГО МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ КРИЗИ

Механізм управління розвитком підприємства реалізує концепцію комплексного і безперервного управління підприємством. При цьому підприємство використовує профілактичні заходи управління, своєчасно виявляє фактори зовнішнього і внутрішнього середовища, що сприяють зародженню кризи. Стратегія творення орієнтована на підвищення конкурентоспроможності суб'єкта господарювання і містить активні заходи.

Під механізмом управління розвитком підприємства в умовах кризи розуміється сукупність мети і завдань управління розвитком підприємства, що розрізняються в залежності від фази кризи і визначають всю структуру механізму, що складається з адміністративних та мотиваційних інструментів структурних перетворень, методів функціональної оптимізації бізнес-процесів і ресурсів, інституційного та інформаційного забезпечення, принципів інтеграції інтересів суб'єктів управління, а також оцінки його ефективності [1, с. 58].

Механізм управління розвитком підприємства в умовах кризи включає кілька взаємопов'язаних компонентів: суб'єкти управління, мета управління, завдання механізму, фази організаційного кризи, принципи інтеграції ін-

тересів суб'єктів управління, інструменти структурних перетворень, методи оптимізації, інституційне та інформаційне забезпечення, ресурси, етапи реалізації механізму, результати і коригування.

Суб'єкти менеджменту посідають основне місце в механізмі, так як керуючі суб'єкти різного рівня відповідальні за прийняті рішення, особливо в умовах кризи, це — рада директорів, правління і генеральний директор підприємства.

Метою механізму управління є відновлення розвитку підприємства в умовах кризи життєвого циклу підприємства. Поставлена мета може бути досягнута за допомогою виконання переліку завдань, які визначені керівництвом залежно від фази кризи [1, с 103].

Інформаційне забезпечення управління розвитком є сполучною ланкою між елементами механізму. Воно покликане забезпечити своєчасний доступ суб'єкта управління до релевантної інформації, яка, в свою чергу, є невід'ємною частиною успіху при прийнятті ефективних антикризових рішень. Завдяки налагодженому інформаційному забезпеченню, формуються постійні зовнішні і внутрішні інформаційні потоки, що несуть функцію інформаційного сприяння процесу управління.

Інформаційне забезпечення має кілька завдань: сегментування інформаційних потоків, створення інформаційної інфраструктури підприємства, організація інформаційного партнерства, формування технологічного середовища підтримки інформаційних потоків, управління інформаційними технологіями та захист інформаційних ресурсів від зовнішнього впливу.

Інституційне забезпечення управління розвитком підприємства включає в себе методичні та законодавчі документи, які використовуються в процесі розробки і прийняття управлінських рішень.

При зміні організаційної структури, структури бізнес-процесів, органів управління або виробництва необхідно збалансоване поєднання адміністративних і мотиваційних інструментів реалізації змін, які входять до складу запропонованого механізму управління розвитком.

Методи оптимізації, які задіяні в управлінні розвитком, можуть застосовуватися для вдосконалення бізнес-процесів, оптимізації використання матеріальних, технологічних, фінансових, кадрових і інформаційних ресурсів.

Необхідною умовою формування ефективного механізму управління розвитком підприємства вважаємо забезпечення безперервної реалізації ключових етапів управління, які, в свою чергу, передбачають проведення ряду заходів [3, с. 220]:

1. Етап актуалізації та цілеспрямованості. На даному етапі проводиться ідентифікація поточної фази кризи на базі аналізу факторів зовнішнього і внутрішнього середовища підприємства. Підсумком першого етапу є постановка мети і вироблення завдань управління.

2. Етап реалізації структурних змін. На другому етапі, відповідно до поставлених раніше цілей, проводяться структурні зміни на підприємстві. При необхідності удосконалюються структура управління, організаційна структура, структура бізнес-процесів, структура виробництва.

3. Етап функціональної оптимізації. На цьому етапі, відповідно до нових цілей і нової організаційної структури, налагоджуються бізнес-процеси, узгоджуються функції на робочих місцях, функції управління, оптимізуються компетенції співробітників відповідно до нових цілями управління.

4. Етап комплексної оцінки ефективності управління. Метою останнього етапу є виявлення слабких місць і знаходження кризових передумов, які здатні привести в майбутньому до зародження кризи. Поставлена мета реалізується через постійний аналіз ефективності управління: визначаються показники ефективності управління, проводиться аналіз ефективності реалізації механізму.

Завершує механізм управління розвитком підприємства в умовах кризи блок прийняття рішення про коригування параметрів механізму, який пов'язаний прямим і зворотнім зв'язком з основними елементами механізму.

Механізм управління розвитком підприємства в умовах кризи націлений на своєчасне виявлення несприятливих факторів, що впливають на підприємство, що дозволяє зробити кризовий процес керованим і використовувати його чинники для досягнення цілей розвитку підприємства.

Отже, запропонований механізм призначений для завчасного відстеження та усунення протиріч між цілями, функціями і структурою управління підприємства.

Методика оцінки ефективності управління розвитком підприємства в умовах кризи, спирається на наступні принципи оцінки [2, с. 62]:

- обліку стадії життєвого циклу підприємства і природи кризи;
- комплексність обліку складових соціально-економічного потенціалу підприємства;
- відповідність прогнозів короткострокових, середньострокових і довгострокових ефектів, що реалізуються, структурним і функціональним змінам;
- системність аналізу внутрішнього і зовнішнього середовища;
- систематичність (безперервність) оцінки на всіх етапах управління розвитком.

Методика оцінки ефективності управління розвитком підприємства в умовах кризи дозволяє відстежувати ефективність управління в динаміці, виявляти слабкі ланки в системі управління з метою коригування механізму управління розвитком.

Джерела

1. *Коваленко О. В.* Антикризове управління: теорія, методологія та механізм реалізації : [монографія]. Запоріжжя : ЗДІА, 2011. 466 с.
2. *Коваленко О. В., Вербицька Є. С.* Застосування сучасних методів антикризового управління на вітчизняних підприємствах. *Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії.* 2016. Вип. 5-1 (05). С. 60–64.
3. *Маховка В. М.* Процес, методи та функції антикризового управління на підприємстві. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі.* 2012. № 1 (52). С. 219–225.

П. І. СОКУРЕНКО
проф. кафедри соціальної роботи та мовної підготовки,
канд. екон. наук, доц.
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

А. П. ГОЛОБОРОДЬКО
здобувачка вищої освіти
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

ОСОБЛИВОСТІ СОЦІАЛЬНОЇ ПІДТРИМКИ ГРОМАДЯН СТАРШОГО ВІКУ

Соціальна підтримка (далі СП), як поняття, має різні визначення в науковій літературі. СП включає підтримку, що надається людині або сім'ї в складних життєвих обставинах, допомагаючи їм вирішувати проблеми та змінювати своє життя. Соціальна підтримка може охоплювати різні види діяльності, такі як психологічна допомога, надання інформації, практична допомога, а також схвалення та наставництво. Вона формується через мережу соціальної підтримки, яка включає в себе взаємопов'язані відносини між людьми, такими як родичі, друзі, сусіди, колеги та професійні фахівці.

Соціальна підтримка розглядається як система заходів, пов'язаних із задоволенням специфічних потреб людей, спрямованих на відновлення та збереження їх соціальних зав'язків та відносин, а також активну допомогу у захисті їх прав [1]. Це включає в себе різні програми та послуги, орієнтовані на допомогу людям.

Історія розвитку соціальної підтримки людей похилого віку відображає зміни в ставленні суспільства до старіння та старих людей в різні історичні періоди:

У давніх культурах, таких як у Греції та Римі, повага до старших була культурною нормою, але практична підтримка часто залежала від сімейних зв'язків. У середньовічній Європі монастирі та церква надавали підтримку немічним і старим, але це було часто обмежено релігійними спільнотами. З розвитком міських центрів і промисловості сімейні структури змінилися, і підтримка літніх людей стала більш систематизованою, з появою будинків для літніх. Для XIX–XX століття характерний розвиток соціальних програм та пенсійних систем у багатьох країнах, що відбиває зростання державної відповідальності за літніх громадян. Кінець XX – початок XXI століття — зростання усвідомлення потреб літніх людей, розвиток послуг домашнього догляду, акцент на активному старінні та соціальній інтеграції.

Таким чином, історія соціальної підтримки літніх людей відображає еволюцію від сімейно-орієнтованих підходів до більш інституціоналізованих та державно регульованих форм підтримки.

Ефективна соціальна підтримка повинна бути сфокусована на забезпеченні доступу до медичного обслуговування, створення можливостей для соціальної взаємодії, надання психологічної підтримки та допомогу в побутових потребах. Така підтримка допомагає зменшити відчуття ізоляції, підтримує ментальне здоров'я та допомагає літнім людям відчувати себе цінними членами суспільства.

Загалом, соціальна підтримка може включати наступні елементи:

Емоційна підтримка передбачає надання втіхи, уваги, співчуття та розуміння. Емоційна підтримка часто є ключовою для подолання стресу та психологічних труднощів.

Практична допомога сконцентрована на наданні конкретної допомоги, такої як фінансова підтримка, допомога в догляді за домом або надання послуг.

Інформаційна підтримка включає надання важливої інформації або порад, які можуть допомогти особі вирішити проблеми або зрозуміти складну ситуацію.

Соціальна інтеграція — це створення можливостей для участі в соціальних заходах, групах підтримки та інших суспільних діяльностях, що допомагають особі відчувати себе частиною спільноти.

Отже, соціальна підтримка людей похилого віку є важливою, оскільки вона сприяє їхньому емоційному, фізичному та психічному благополуччю. Літні люди часто стикаються з викликами, такими як утрата близьких, зменшення соціальних контактів, зниження мобільності та здоров'я.

Соціальна підтримка для людей похилого віку є ключовим елементом підтримки їх якості життя та добробуту.

Джерела

1. *Житинська М. О.* Деякі аспекти життєдіяльності людей похилого віку. *Науковий часопис НПУ імені М. П. Драгоманова. Соціальна робота. Соціальна педагогіка*: збірник наукових праць. 2014. № 18 (11). С. 171–177.
2. *Піонтківська О. Г.* Ціннісні орієнтації суспільно активних людей похилого віку: *Актуальні проблеми психології*: зб. наук. пр. Інституту психології імені Г. С. Костюка НАПН України. Житомир: "Вид-во ЖДУ ім. І. Франка", 2017. Т. VII. Екологічна психологія. Вип. 44. С. 204–212.

І. З. СТОРОНЯНСЬКА,
І. Р. ТИМЕЧКО,
О. Ю. НЕСТОР
Державна установа "Інститут регіональних досліджень імені М. І. Долішнього НАН України"

СУБ'ЄКТНИЙ ВИМІР РЕАЛІЗАЦІЇ ДЕРЖАВНОЇ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ В УКРАЇНІ

Інвестиційна політика є важливою сферою державної політики, що прямо впливає на економічне зростання держави та її розвиток, а в контексті руйнувань, завданих інфраструктурі під час російсько-української війни — матиме значний вплив на економічне відновлення України. Окремі питання суб'єктного виміру державної інвестиційної політики в Україні досліджували вітчизняні вчені, зокрема у статті М. М. Бліхар висвітлено теоретичні питання суб'єктів фінансового права і фінансово інвестиційних правовідносин [1]. Квятковська Л. А. й Таловер В. А. у своєму науковому дослідженні окреслили структурні елементи, які визначають особливості формування державної інвестиційної політики [2]. Нечипорук О. В. досліджено інструментарій формування інвестиційної політики [3]. Світлична Ю. О. провела аналіз суб'єктів формування та реалізації інвестиційної політики в Україні станом на 2017 рік, котрий, однак, потребує доповнення [4]. Штулер І. Ю., Сержанов В. В. дослідили державну політику залучення інвестицій у стратегії розвитку національних економік [5]. Однак, зазначене питання потребує детальнішого висвітлення, оскільки коло суб'єктів державної інвестиційної політики є досить широким, тож потрібно проаналізувати їхні повноваження в частині інвестиційної політики.

Суб'єкти, що реалізують державну інвестиційну політику в Україні представлені на трьох рівнях — загальнодержавному, регіональному та місцевому (локальному). Зазначений спектр суб'єктів державної інвестиційної політики України представлений державними інституціями та підпорядкованими їм установами. Звісно ж, перелік суб'єктів інвестиційної політики не обмежується лише ними, сюди також входять представники приватної та громадської сфер.

Суттєво важливою є потреба вибудовувати зв'язки між суб'єктами державної інвестиційної політики у форматі трикутника "держава" – "бізнес" – "громадянське суспільство" для налагодження діалогу й зміцнення довіри, оскільки орієнтуватися потрібно в першу чергу на внутрішні інвестиції, які спроможний зробити приватний сектор, а без чесного діалогу, довіри та вирішення існуючих проблем переконати бізнес вкладати кошти й нарощувати обсяги інвестицій дуже складно.

В України під час війни кошти вдається залучати й проводиться робота над збільшенням обсягу інвестицій. Відновлення інфраструктури (й ключо-

вого обладнання), як, наприклад, енергетичної інфраструктури, відбувається прямо "в процесі", однак виникає низка питань щодо контролю доцільності витрачання коштів, корупційної складової (що також впливає на репутаційний аспект України як надійного партнера), а також варто враховувати бюрократичний компонент, що результується у сповільненні процесу відновлення та зниженні ефективності інвестицій. Зазначені речі якраз є критичними моментами, на вирішення й усунення яких повинна бути спрямована робота державних інституцій як суб'єктів інвестиційної політики.

Водночас, важливою є співпраця між гілками влади та окремими відомствами, узгодженість та чітка координація їхніх дій, що може вимагати удосконалення існуючого законодавства, розширення повноважень окремих інституцій чи, навпаки, їх скорочення.

Вагоме значення для відновлення економіки України має також здатність суб'єктів інвестиційної політики — державних інституцій забезпечити залучення інвестицій в економіку України та привабливі умови для інвесторів, включаючи чіткий правовий захист, інвестиційні гарантії і інші подібні кроки. Звичайно, це завдання значно ускладнюється оскільки інвестори остерігаються вкладати кошти в країну, яка є у стані війни, аж доки не переконаються у безпечності таких інвестицій. Отже, безпечність інвестицій й створення сприятливих умов для їх залучення є важливою сферою для державних інституцій України, до повноважень яких входять питання інвестиційної політики.

Джерела

1. *Бліхар М. М.* Суб'єкти фінансового права і фінансово-інвестиційних правовідносин. *Порівняльно-аналітичне право*. 2015. № 4. С. 215–219.
2. *Квятковська Л.А., Таловер В.А.* Структурні елементи формування державної інвестиційної політики. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. Серія Економічні науки. 2016. Вип. 17. Ч. 1. С. 46–50. URL: http://www.ej.kherson.ua/journal/economic_17/1/13.pdf
3. *Нечипорук О. В.* Класифікаційні ознаки інструментарію інвестиційної політики держави. *Економіка та суспільство*. № 26. https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-26-55
4. *Світлична Ю. О.* Суб'єкти формування та реалізації інвестиційної політики в Україні. *Вісник ХНУВС*. 2017. № 2 (77). С. 164–172.
5. *Штулер І. Ю., Сержанов В. В.* Державна політика залучення інвестицій у стратегії розвитку національних економік. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. Серія : Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2017. Вип. 16(2). С. 162–166. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuumevcg_2017_16(2)__37.

Д. Г. ТАЛАДІОН
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

Л. П. ШАПОВАЛ
канд. екон. наук, доц.
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

ФІНАНСОВА СТІЙКІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА: СУТНІСТЬ ТА ОЦІНКА

Ефективне функціонування підприємств залежить від цілого комплексу заходів, урахування факторів зовнішнього та внутрішнього середовища, підтримки сталого розвитку. Для підтримки фінансової стійкості компаніям у довгостроковій та короткостроковій перспективі в мінливих умовах, необхідні аналіз, оцінка та контроль змін у фінансовому стані компанії, зовнішньому середовищі, нормативно-правових актах та своєчасне реагування на негативні зміни, що відбуваються.

Різне трактування терміна "фінансова стійкість" знаходить свій відбиток у методиках, застосовуваних її оцінки. Кожна має якусь особливість, але всі вони зводяться до одного єдиного кінцевого результату, що фінансова стійкість компанії є складною системою, яка може бути стійкою або нестійкою. Стійкість фінансового стану забезпечується всією виробничо-господарською діяльністю підприємства. Тому в цьому понятті відображається не тільки стан фінансових ресурсів підприємства, а й ефективність їх використання [2, с. 285]. Забезпечити фінансову стійкість та платоспроможність може тільки те підприємство, яке активно реагує на зміну внутрішніх і зовнішніх чинників [3, с. 170].

Щодо сутності фінансової стійкості можна виділити декілька основних підходів, які визначають це поняття як: 1) стан підприємства або його фінансових ресурсів, за якого досягаються основні параметри його розвитку; 2) здатність або спроможність підприємства виконувати певні зобов'язання та досягати результатів; 3) інтегральна чи узагальнююча характеристика підприємства в цілому або його фінансового стану; 4) платоспроможність підприємства, що забезпечується у певному часовому періоді та за певних умов та ін. [1, с. 310].

Аналіз літературних джерел дає змогу вділити кілька методик розрахунку фінансової стійкості підприємства:

1. Під час аналізу фінансової стійкості підприємства виділяють три зони, куди слід звернути особливу увагу: структура компанії, її ліквідність та допустимі фінансові ризики. За використання традиційної методики оцінки фінансової стійкості підприємства прийнято виділяти дві групи показників: абсолютні та відносні.

2. Аналіз фінансової стійкості організації починається з вивчення обсягу, складу, структури та динаміки її капіталу в розрізі двох його основних складових: позикового капіталу та власного капіталу. Також пропонується зіставити темпи зростання власного капіталу і темпи зростання всього капіталу, зробити обсягу, складу та структура позикового капіталу організації.

3. Аналіз фінансової стійкості передбачає тільки розрахунок відносних показників: коефіцієнта капіталізації (плечо фінансового важеля), власного капіталу в обороті, коефіцієнта забезпеченості запасів власними джерелами, коефіцієнта автономії, коефіцієнта фінансування, коефіцієнта фінансової стійкості, коефіцієнта маневреності, коефіцієнта іммобілізації.

4. Оцінка платоспроможності та фінансової стійкості підприємства визначається двома групами показників: коефіцієнтами, які характеризують структуру капіталу та коефіцієнтами покриття.

Як видно з проведеного аналізу існуючих визначень та методик оцінки фінансової стійкості, підхід, метод та критерії оцінки залежать від цілей проведеного дослідження, тому при проведенні аналізу фінансової стійкості стандартні показники часто або доповнюються новими критеріями оцінки, або пропонується проводити оцінку фінансової стійкості в комплексі з іншими параметрами діяльності підприємства.

Отже, фінансова стійкість підприємства — це здатність організації витримувати економічні труднощі та несприятливі зовнішні впливи, забезпечуючи при цьому сталу діяльність та можливість виплати своїх зобов'язань. На нашу думку, оцінка фінансової стійкості може включати такі аспекти: ліквідність, платоспроможність, забезпеченість капіталом, рентабельність, фінансові резерви, ефективність управління, економічне оточення.

Джерела

1. *Захарова Н. Ю.* Підходи до формування й оцінки фінансової стійкості підприємства. *Бізнес Інформ*. 2020. № 10. С. 307–315.
2. *Мулик Я.* Оцінка фінансової стійкості як інструменту управління фінансовою безпекою молокопереробних підприємств. *Вісник Житомирського державного технологічного університету*. Серія: Економічні науки. 2015. № 2. С. 283–291.
3. *Ясіновська І. Ф.* Сучасні підходи до оцінки фінансової стійкості підприємств. *Європейські перспективи*. 2016. Вип. 2. С. 169–175.

В. В. ТАТАРІНОВ
канд. екон. наук, доц.
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

І. М. АНДРІЄНКО
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

РОЗМОВНИЙ МАРКЕТИНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ МАШТАБУВАННЯ ПРОДАЖІВ

Актуальність дослідження питання розмовного маркетингу (далі — РМ) для бізнесу зростає у контексті збільшення використання цифрових технологій та зміни поведінки споживачів. Маркетинг стає більш орієнтованим на людяність, враховуючи потребу в автентичності та глибших взаємовідносинах з клієнтами. Парасоціальна взаємодія (PSI) та автентичність виступають як ключові елементи, що забезпечують тривалу прихильність аудиторії. Окрім того, важливість стратегічного планування та розуміння місії бренду підкреслюється як фундаментальний аспект у досягненні довгострокового успіху. У цьому контексті, розмовний маркетинг може відігравати важливу роль у розвитку глибших та значущих взаємин з клієнтами.

Загалом, актуальність дослідження розмовного маркетингу полягає у його спроможності адаптуватися до змінюваних потреб споживачів та інтегруватися в ширший контекст цифрового маркетингу, посилюючи взаємодію з клієнтами та сприяючи створенню більш особистісних та значущих взаємин.

Розмовний маркетинг — це сучасна тенденція на європейському ринку, яка активно розвивається, впроваджується підприємствами та брендами. Цей підхід до маркетингу базується на використанні комунікаційних каналів, які надають можливість взаємодіяти з клієнтами із застосуванням голосових асистентів, чат-ботів, соціальних медіа платформ, та інших засобів комунікації з використанням мовного спілкування.

Крім того, РМ — це маркетинговий підхід, орієнтований на клієнта, який базується на розмові під час спілкування з клієнтами на різних етапах послідовності переходів. РМ покращує результати на всіх етапах воронки продажів: на першому етапі він дозволяє підвищити обізнаність клієнтів, на середньому і завершальному етапі — коефіцієнти конверсії та лояльність під час післяпродажної підтримки.

Так, відносно результатів проведених досліджень встановлено, що інструменти розмовного маркетингу для підприємств приносять вигоду у розрізі наступних напрямків: 57 % підприємств змогли дізнатися більше про своїх покупців; 55 % залучили більше потенційних клієнтів; 40 % забезпечили більш активну і передбачувану взаємодію; 39 % збільшили час на сайті і кількість сторінок за сеанс; 38 % прискорили цикл продажів [1]. Стосов-

но покупців щодо використання рішення для РМ слід зазначити наступне: 71 % використовують канали, щоб отримати відповіді на питання і вирішити проблеми; 56 % респондентів використовують їх для доступу до контенту, ресурсів, ідей і натхнення; 44 % — для бронювання зустрічей; 41 % — для покупок [1; 2]. Зокрема, РМ найбільше вплинув на сайт (55 %), стратегію контент-маркетингу (44 %) та ініціативи з розширення продажів (37 %) [1].

Основні риси РМ на європейському ринку узагальнені в таблиці.

Риси розмовного маркетингу

Риса	Змістовна характеристика риси розмовного маркетингу
Персоналізація	Дозволяє створювати персоналізовані взаємодії з клієнтами, зокрема, надаючи рекомендації, відповіді на запитання та інші послуги, спрямовані на задоволення індивідуальних потреб клієнтів.
Зручність і доступність	Дозволяє клієнтам здійснювати покупки, отримувати інформацію і взаємодіяти з брендами за допомогою голосового або текстового введення, що робить процес споживання послуг більш зручним і доступним.
Автоматизація	Використання чат-ботів і інших автоматизованих рішень у розмовному маркетингу дозволяє підприємствам взаємодіяти з більшою кількістю клієнтів одночасно і оптимізувати витрати на обслуговування.
Аналітика	Надає можливість збирати дані про клієнтську взаємодію і аналізувати їх для покращення стратегій маркетингу і підвищення результативності.
Тренд росту	Активно розвивається і набуває популярності на європейському ринку завдяки широкому впровадженню голосових асистентів та зростаючій активності користувачів у сфері голосового пошуку і комунікації.

Узагальнюючи, розмовний маркетинг стає все більш важливою складовою стратегії маркетингу на європейському ринку через свою спроможність забезпечити більш особистий та зручний досвід для клієнтів і підвищити результативність бізнесу. Однак, у контексті українських підприємств, важливо розуміти його можливі недоліки, такі як залежність від технологічної інфраструктури та потреба в адаптації до місцевих мовних та культурних особливостей. Перспективи використання РМ в Україні можуть бути значними, особливо з огляду на зростання цифровізації та використання голосових технологій.

Джерела

1. *Мартинюк О. В.* Тренди DIGITAL-маркетингу в умовах криз. URL : http://www.vestnik-econom.mgu.od.ua/journal/2017/27-12017/25.pdf.
2. *Павлов К. В., Лялюк А. М., Павлова О. М.* Маркетинг: теорія і практика: підручник. Луцьк : СПД Гадяк Жанна Володимирівна, друкарня “Волиньполіграф” 2022. 408 с.

В. В. ТАТАРІНОВ
канд. екон. наук, доц.
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

Є. М. АРІСТАРОВ
канд. техн. наук, доц.
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

ПІДВИЩЕННЯ РОЛІ ЗОВНІШНЬОЇ ВЗАЄМОДІЇ У БОРОТЬБІ З ЗАГРОЗАМИ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

Економічна безпека підприємства (ЕБП) — це стан його захищеності від негативного впливу зовнішніх та внутрішніх загроз, дестабілізуючих факторів, при якому забезпечується стійка реалізація основних комерційних інтересів та цілей статутної діяльності [2].

До зовнішніх загроз можна віднести протиправну діяльність кримінальних структур, конкурентів, фірм та приватних осіб, які займаються промисловим шпигунством або шахрайством, неспроможних ділових партнерів, раніше звільнених за різні провини співробітників підприємства, а також правопорушення з боку корумпованих елементів з числа представників контролюючих та правоохоронних органів. До них також можна віднести: несприятливу зміну політичної ситуації; макроекономічні потрясіння (кризи, порушення виробничих зв'язків, інфляція, втрата ринків сировини, матеріалів, енергоносіїв, товарів тощо); зміна законодавства, що впливає умови господарську діяльність; нерозвиненість інфраструктури ринку; використання недобросовісної конкуренції; психологічні загрози, залякування, шантаж та фізичний вплив на персонал та їх сім'ї; розкрадання матеріальних засобів; протиправні дії конкурентів, їхнє прагнення заволодіти контрольним пакетом акцій; зараження комп'ютерних програм різноманітних вірусами; протизаконні фінансові операції; надзвичайні ситуації природного та технічного характеру; несанкціонований доступ конкурентів до конфіденційної інформації, яка становить комерційну таємницю; крадіжки фінансових засобів та цінностей; пошкодження будівель, приміщень та багато інших.

Внутрішні загрози економічній безпеці бізнесу виникають у сфері господарську діяльність підприємства. При цьому до основних факторів ризику можна віднести: низький рівень внутрішньофірмової дисципліни, порушення режиму збереження конфіденційної інформації, вибір ненадійних партнерів та інвесторів, відтік кваліфікованих кадрів, неправильну оцінку кваліфікації кадрів, їхню низьку компетентність; недостатню патентну захищеність, аварії, пожежі, вибухи, перебої в енерго-, водо- та теплопостачанні, вихід з

ладу обчислювальної техніки, залежність низки керівників від кримінального світу; низький освітній рівень керівників; істотні недогляди як і тактичному, і у стратегічному плануванні, пов'язані, передусім, із вибором мети, невірною оцінкою можливостей підприємства, помилками у прогнозуванні тощо [1].

Дуже багато завдань ЕБП підприємства не можуть бути вирішені самостійно, без рішень, що приймаються на вищому системному рівні, і насамперед державному. Саме на цьому рівні приймаються найважливіші політичні, макроекономічні, правові та інші рішення, що створюють безпеку виробничої діяльності. Діяльність служби безпеки конкретного підприємства залежить і від активності аналогічних підрозділів конкурентних підприємств. Вона створюється та функціонує на основі прийнятих законодавчих актів, залежить від можливостей придбання засобів захисту, рівня підготовки та кваліфікації кадрів тощо. Взаємодія служби ЕБП із зовнішніми організаціями є важливим складником її діяльності. Однак досі в Україні приділяється недостатньо уваги законодавчому та організаційному забезпеченню цієї взаємодії, що, безумовно, позначається на ефективності роботи служб ЕБП. Все це вимагає вжиття невідкладного комплексу заходів щодо вдосконалення системи зовнішніх зв'язків служби ЕБП.

Для підвищення ефективності зовнішньої взаємодії служб економічної безпеки підприємств та впорядкування діяльності приватних підприємств безпеки в Україні державі необхідно:

- розробити та ухвалити "Закон України про безпеку" з визначенням порядку взаємодії підприємницьких структур із зовнішніми органами та організаціями при забезпеченні економічної безпеки підприємства;
- створити банк даних про осіб схильних до скоєння правопорушень та банк даних про нові способи правопорушень у сферах економіки та фінансів;
- створити "Раду з безпеки підприємництва" при Кабінеті Міністрів України як орган захисту підприємництва та забезпечення її взаємодії із зовнішніми структурами безпеки;
- сприяти створенню в Україні "Союзу підприємств безпеки" для об'єднання зусиль приватних детективних та охоронних структур, їхньої взаємної підтримки та встановлення ділових контактів з державною системою безпеки;
- організувати підготовку кадрів для служб економічної безпеки підприємств у ВНЗ України.

Джерела

1. Проблемы экономической безопасности предприятий. URL: https:\\ otherreferats.allbest.ru/economi/00216164_0.html
2. Управление безопасностью предприятий в условиях рыночной экономики. URL: https:\\bezopasnik.org/article/60/htm

В. В. ТАТАРІНОВ
канд. екон. наук, доц.
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

Є. М. АРІСТАРОВ
канд. техн. наук, доц.
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ОСНОВА РОЗРОБКИ КОМПЛЕКСУ МАРКЕТИНГУ

Серед головних функціональних стратегій виділяють: стратегію маркетингової діяльності; інноваційну стратегію; стратегію виробництва; фінансову стратегію; соціальну стратегію; екологічну стратегію; стратегію структурних перетворень Координацію функціональних стратегій краще здійснювати на стадії обговорення.

Операційна стратегія. Операційні стратегії порівняно зі стратегіями вищого рівня доповнюють і завершують загальний бізнес-план роботи компанії. Головна відповідальність за розробку операційних стратегій лягає на керівників середньої ланки, пропозиції яких повинні бути розглянуті і прийняті керівництвом.

Стратегія розвитку є важливою і привабливою для будь-якої підприємницької структури. Її можна і треба розглядати як певну сукупність окремих стадій і адекватних ім. Різновидів стратегій загального циклу зростання, а саме: початкову, проникнення, прискореного розвитку, перехідну.

Стратегія проникнення звичайно передбачає глибшу дифузію у ринкові ніші, збільшення темпів зростання обсягу продажу, придбання (купівлю) інших підприємницьких структур, активізацію реалізації довгострокових програм з метою модернізації техніко-технологічної бази фірми і зміцнення фінансового її стану.

Стадія і стратегія прискореного розвитку супроводжується швидким збільшенням обсягу продажу і доходів. Причому має місце позитивна тенденція, яка полягає у тому, що зростання доходів за своїми темпами випереджає динаміку обсягу продажу. Разом з тим спостерігається і негативна тенденція — необхідність вкладення великих фінансових ресурсів у технічний розвиток виробництва і післяпродажний сервіс. Метою цього різновиду стратегії зростання є максимально можливе використання внутрішньофірмових можливостей. Тому підприємству вигідно стратегію прискореного зростання підтримувати якомога довше.

Таким чином, можна зробити наступні висновки про те, що поняття "стратегія розвитку" підприємства є досить складним і багатогранним. Із безлічі

підходів до визначення даного поняття спільним є те, що стратегія розвитку являє собою такий план дій підприємства, при якому підприємство прагне створити конкурентні переваги на основі стратегічного потенціалу для забезпечення стійкого конкурентного положення на ринку товарів та послуг в умовах нестабільності зовнішнього середовища.

Складність врахування численних зв'язків (лише незначна частка яких проаналізована вище) між маркетинговими і фінансовими факторами істотно посилюється з огляду на те, що в більшості випадків розробка комплексу маркетингу з метою підвищення прибутковості діяльності підприємства, та, врешті-решт, збільшення його вартості, вимагає реалізації не поодиноких заходів, а їх певної сукупності. Відтак, коло взаємопов'язаних з цим проблем розширюється в геометричній прогресії. Певне полегшення у розв'язуванні завдання відбору найбільш фінансово доцільних варіантів розробки комплексу маркетингу може бути досягнуто при дотриманні наступної послідовності дій.

Таким чином, досягнення підприємством стратегічних цілей — нарощування рівня дохідності власного капіталу та максимізації вартості підприємства, вимагають комплексного підходу до оцінки впливу кожного управлінського рішення і, особливо, стратегічних рішень, які приймаються в операційній діяльності, у сфері маркетингу, в управлінні персоналом, на фінансові результати діяльності підприємства. Вміння правильно спрогнозувати такий вплив, проаналізувавши взаємозалежності між різними чинниками, є тим "вищим пілотажем" мистецтва управління, опанувати яким мають прагнути менеджери компаній, котрі воліють зробити своє підприємство успішним.

Джерела

1. *Колот А. М.* Соціально-трудові відносини: теорія і практика регулювання. К: КНЕУ, 2005. 230 с.
2. *Прощаков В.* Як змінити стратегію розвитку підприємства?. *Праця і зарплата*. 2003. № 48. С. 4–5.

В. В. ТАТАРІНОВ
канд. екон. наук, доц.
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

Т. В. БУГАЙЧУК
канд. екон. наук, доц.
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД РОЗВИТКУ МАЛОГО БІЗНЕСУ

Світовий досвід свідчить у тому, що ефективність функціонування економічної системи значною мірою залежить від оптимального поєднання у ній малого, середнього та великого бізнесу. За збереження щодо стійкого співвідношення між різними групами компаній приблизно з 70-х років минулого століття простежується тенденція до зміни лідерства в якісному структурному перетворенні економічної системи, що дедалі більше переходить від великих фірм до малого бізнесу (МБ). Пояснюється це насамперед принциповими змінами у характері сучасного науково-технічного прогресу.

Загрозливі тенденції в економіці України постійно ставлять питання про шляхи її розвитку і, отже, про перспективи МП як її найважливішої складової. Оскільки сьогодні в Україні перспективи розвитку економіки пов'язують із євроінтеграційними процесами, то для оцінки перспектив подальшого існування та розвитку українських МП, на нашу думку, доцільно розглянути та узагальнити досвід існування та розвитку МБ у країнах, що вступили до ЄС протягом останнього десятиліття.

Польща після краху соціалізму наголосила на розвитку МСБ. У перші два роки реформ було відкрито 600 тис. фірм, які створили близько 1,5 млн робочих місць. Уряд не тільки спростив ведення бізнесу, а й доклав максимум зусиль, щоб залучити для бізнесменів кредитні ресурси. Зараз польський ВВП більш ніж на 50 % забезпечується за рахунок зусиль МБ.

Малий бізнес Словаччини у сфері промисловості намагається зайняти дуже вузьку спеціалізацію, знаходячи свою ринкову нішу. Наприклад, виробництво гумових профілів для ізоляції шибок в автомобілях. Велику частку автомобільної промисловості становлять іноземні виробники (завод Citroen у Трнаві, завод KIA Motors у Жиліні, що випускає 300 тис. автомобілів на рік). Великі концерни обростають мережею постачальників деталей, устаткування, запчастин, куди входять переважно представники МСБ. Цей бізнес може виграти, якщо серйозно працювати над досягненням німецьких, французьких стандартів.

У США з 1953 року функціонує закон про підтримку малого бізнесу, тоді ж створили Адміністрацію малого бізнесу (The U.S. Small Business Administration — SBA). Ключові галузі компетенції — консультування,

контракти, кредитування. SBA дана можливість проводити пряме кредитування за державний рахунок. Найбільшою популярністю та попитом користується кредитування під державні гарантії. За умовами програми, позичальник перебирає 10 % всіх витрат, решта витрат перебирає банк чи інша кредитна установа під стовідсоткову гарантію SBA. За положеннями зазначеного закону від 1953 року, щонайменше 23 % усіх державних замовлень повинні полягати з малим бізнесом. SBA суворо контролює дотримання зазначеної пропорції та здійснює моніторинг програми державних закупівель.

Як державну підтримку в США функціонує Програма центрів розвитку малого бізнесу, прийнята в 1980 році. Центри створені при навчальних закладах США та виступають своєрідною школою підготовки майбутніх підприємців, де добровольці з числа студентів коледжів та університетів, а також викладачі навчальних закладів, консультують з питань управління, здійснюють технічну та юридичну допомогу при відкритті малого підприємства.

Важлива риса бізнесу США — це широке поширення франчайзингу. Завдяки вказаному рішенню стає набагато простіше відкрити свій бізнес.

З європейських країн, Німеччина, в рівні розвитку малого підприємництва є найпередовішою — у країні зареєстровано 3 500 тис. осіб, які займаються підприємницькою діяльністю, що становить 4,2 % від загальної чисельності населення країни і при цьому частка доходів від підприємницької діяльності у загальній сумі ВВП становить 57,0 %.

Кожен корінний житель ФРН, який вирішив зайнятися бізнесом, може отримати пільговий державний кредит до 50 тисяч євро на 20 років. Підприємець протягом перших двох років може користуватися грошовими ресурсами безоплатно. Подальші вісім років слід вносити до банку лише пільгові відсотки користування кредитом — це річних. А безпосередньо суму заборгованості слід погашати лише з одинадцятого року надання кредиту. Крім зазначеного, урядом ФРН компенсується здійснення різноманітних досліджень та наукових праць до 40 тис. євро. Малі організації щорічно беруть кредити у держави на суму 50 млрд євро.

У ФРН помітне місце займає "Програма інноваційної підтримки малого підприємництва" з розвитку науково-дослідних та дослідно-конструкторських робіт (НДДКР) підприємствами сектору малого бізнесу у поєднанні з науковими установами.

У Великобританії — максимальний рівень зареєстрованих підприємців у кількості громадян країни, тобто. майже кожен восьмий зайнятий бізнесом. Малий бізнес Сполученого Королівства надає економіку держави значний вплив — 55 % доходу сукупної сумі ВВП [1].

Значна роль розвитку малого бізнесу належить бюджетної політики держави. Встановлені знижені ставки податку для дрібних організацій, відкладена оплата рахунків, раціональна система знижок при оплаті прострочених позичок, наявність пільг щодо оплати податку майно, дозволяє малому бізнесу залишатися платоспроможними та розвивати свою справу.

Серед організаційно-правових заходів слід зазначити установу у квітні 2000 р. Служби малого бізнесу (The Small Business Service — SBS) — це

спеціальний державний орган, який відповідальний за розвиток та підтримку малого бізнесу на національному рівні. Перед SBS уряд встановив такі завдання:

- розробка та оптимізація державної політики у сегменті малого бізнесу;
- підтримка інтересів малого бізнесу в уряді;
- скорочення, зведення до мінімуму бюрократичних бар'єрів;
- координування роботи уповноважених органів щодо підтримки малого бізнесу;
- аналіз ефективності програм підтримки малого та середнього бізнесу.

Яскравим лідером серед країн розвитку малого бізнесу є Японія. Економіка Японії помітно відрізняється від економік інших країн мінімальною участю держави, державі належить лише монетний двір, решта виробництва перебуває у руках приватного капіталу. В економіці Японії малі та середні підприємства відіграють помітну роль: на їхню частку припадає загальної кількості організацій, близько 55 % проданої продукції та чисельності зайнятих у промисловості [2].

Державне стимулювання бізнесу проводиться на всіх етапах — реєстрації, становлення, зростання. Для цього застосовується система різноманітних економічних інструментів.

Безповоротна фінансова допомога надається лише на науково-технічні програми. Фінансова підтримка здійснюється і за допомогою податкових пільг, що надають організаціям можливість резервувати частину прибутку. Помітну допомогу в оптимізації менеджменту малим бізнесом здійснюють торговельно-промислові палати та їхні підрозділи, де їхні фахівці надають консультації безкоштовно. У торгово-промислових палатах працюють інструктори-бухгалтери, які навчають ведення поточних рахунків та формування балансів із застосуванням комп'ютерної техніки [3].

Таким чином, успішний розвиток малого бізнесу в Японії багато в чому виступає підсумком активної економічної політики, що проводиться державою, орієнтованої на формування стимулюючої економічної, політичної та соціального середовища.

Досвід розвинених іноземних держав демонструє, що максимально ефективну державну підтримку малого бізнесу можна реалізовувати за допомогою спеціалізованого та відповідального державного органу, що наділяється широкими повноваженнями, характеризується суттєвим впливом та значними ресурсними можливостями.

Джерела

1. *Ашинова М. К., Чиназирова С. К.* Методологические основы организации труда в зарубежных компаниях. *Colloquium-journal*. 2018. № 4(15). Ч. 3. С. 47–50 Część 3 (Warszawa, Polska)
2. *Муртазалиева А. М.* Преимущества малого бизнеса. *Вопросы структуризации экономики*. 2015. № 2. С. 13–15.
3. *Святухина Ю. В.* Малый бизнес в условиях глобализации мировой экономики *Прорывные экономические реформы в условиях риска и неопределенности:* сб.

статей по итогам Международной научно-практической конференции. Уфа: ООО “Агентство международных исследований”, 2018. С. 107–113.

В. В. ТАТАРІНОВ
канд. екон. наук, доц.
Придніпровський інститут ПрАТ “ВНЗ “МАУП”

Т. В. БУГАЙЧУК
канд. екон. наук, доц.
Придніпровський інститут ПрАТ “ВНЗ “МАУП”

ПОЗИЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ОСНОВА ЙОГО РИНКОВОЇ СТРАТЕГІЇ

У дослідженнях Ф. Котлер в рамках маркетингової парадигми визнав, що успішними можуть бути товари й сервіс, що позиціонувалися за двома або трьома цінностями. Ринкова пропозиція може бути диференційованою за п’ятьма аспектами: продукт, послуги, персонал, маркетингові канали, імідж. Про важливість позиціонування Ф. Котлер заявляв: “Якщо ви прийняли правильне рішення відносно вибору цільових сегментів та позиціонування, все інше прийде само по собі. Якщо ви помилилися, не чекайте нічого гарного”.

Таким чином, позиціонування відноситься до довгострокової стратегії. Тобто позиція може еволюціонувати та змінюватися. Стійкість позицій досягається засобами диференціації та створення конкурентних переваг. Такі положення є підставою для виділення та групування основних маркетингових концепцій (табл.).

Узагальнення основних положень щодо стратегічного позиціонування

Концептуальні положення	Концепції та їх автори
1	2
Позиціонування – довгострокова стратегія, що включає фази від оцінки поточної позиції до вибору та формування бажаної позиції	Д. Траут і Е. Райс – ідея позиціонування; Ф. Котлер – об’єкти та критерії позиціонування; М. Трейсі і Ф. Вірсема – концепція “складових стратегії успішного позиціонування”: налагодженість операційної діяльності; довірчі відносини з клієнтами; перевага продукту; П. Дойль і Д. Кревенс – інструментарій позиціонування: формування цільових ринків, каналів розподілу, стратегій позиціонування та просування.

1	2
Зміни позицій відповідно життєвим циклам товарів та галузі	Т. Левіт – концепція “життєвого циклу товару”; І. Адизес – концепція “життєвого циклу організації”; Р. Грант – концепція “еволюції та життєвого циклу галузі”; Л. Грейнер – концепція фаз розвитку компанії.
Сегментування зовнішнього оточення	М. Портер, М. Хант – концепція стратегічних груп; Р. Макнамара та Дж. Хитч – концепція стратегічних зон господарювання; Лант та Баум – концепція ізоморфізму; Петераф та Шенлі – організаційних шаблонів.
Суб’єкти позиціонування – цільова аудиторія (особи, організації, співтовариства)	Субхаш С. Джейн – концепція 3-х “К” – “компанія – клієнти – конкуренти”; Д. Аакер – концепція стратегічного ринкового управління (стратегічні альянси як організаційна форма створення, захисту позицій).
Вимоги до позиції – вимірність; значимість; перевага та відмінність; вигідність	Ж.-Ж. Ламбен – концепція позиціонування мультиатрибутивної моделі товару; Д. Аакер – концепція стратегічного ринкового управління (вимоги до стратегічної позиції – лідерство, цінність, інноваційність).

Таким чином, спираючись на узагальнені положення концепцій стратегічного позиціонування та визначену сутність стратегічної позиції як генеруючої серед ринкової, конкурентної, концептуальної та економічної позицій, можна зробити висновок про доцільність врахування позиції, що відображуються у взаємовідносинах з основними групами учасників зовнішнього оточення підприємства: конкурентів; споживачів або клієнтів; постачальників; інвесторів, кредиторів, партнерів; держави.

Теоретичний аналіз виділених ключових положень представлених концепцій показує правомірність використання досягнень та результатів кожної з них в арсеналі аналітичного, організаційного, ресурсного забезпечення для стратегічного позиціонування підприємства.

В. В. ТАТАРІНОВ
канд. екон. наук, доц.
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

Л. Д. ЧАЛАПКО
канд. екон. наук, доц.
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

ПІДВИЩЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ УКРАЇНИ ДЛЯ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТОРІВ

Потік іноземних інвестицій у структурі ВВП України упродовж останніх років був порівняно незначним та складався в межах 3–5 %, що говорить про проблемність залучення закордонних фінансових ресурсів в національну економіку в умовах воєнного стану. Це має значний вплив на інвестиційний клімат країни і сукупність соціально-економічних, політичних, організаційно-правових та інших факторів, які є характерними саме для України як країни-реципієнта.

Підприємства з ПІІ, в яких іноземний інвестор володіє не менш як 10 % статутного капіталу, становлять лише 4,6 % усіх українських компаній. На цю незначну кількість підприємств припадає понад 20 % працездатного населення України, майже 35 % загальної валової доданої вартості — показника обсягу виробництва та 24 % загального обсягу капіталу України. Отже, підприємства з ПІІ є достатньо більшими, ніж підприємства із виключно вітчизняними інвестиціями та більш продуктивними [2].

Формування привабливого інвестиційного клімату в Україні повинно бути першочерговим завданням як для внутрішньої, так і для зовнішньої політики держави.

Сфери, які належать до економіки знань (освіта, охорона здоров'я та соціальна допомога), практично не інвестувалися. Це пояснюється тим, що освіта і охорона здоров'я не є пріоритетами для України і потребують великих інвестицій. Таке відношення до цієї сфери має дуже неприємні перспективи для країни. Проаналізована структура прямих іноземних інвестицій не дає Україні повністю інтегруватися у глобальні ланцюги доданої вартості та є однією з причин низького відсотка експорту високотехнологічної продукції України в країни світу (7,2 % промислового експорту). В той же час не йдеться про нехтування існуючими зв'язками у традиційних сферах української економіки, в які інвестори вклали кошти. Це металургія, машинобудування, хімічна й харчова промисловість, виробництво будівельних матеріалів та сільське господарство. Ситуація у сфері іноземного інвестування зараз не відповідає необхідному відтворювальному рівню, що є своєрідним маркером інвестиційної політики, яка проводиться країною.

На користь залучення ПІІ в Україну говорять такі чинники як: наявність багатих природних ресурсів та потужностей з їхнього видобутку; відносно дешева та кваліфікована робоча сила (передусім мова йде про промислово розвинені східні регіони України в таких областях як Дніпропетровська, Запорізька, Харківська); місткий ринок збуту продукції та послуг; близькість азіатських та африканських ринків збуту. Але дослідження, що були проведені консорціумом Flemings/SARS було визначено, що визначальним чинником надходження іноземного капіталу в Україну є завоювання нових ринків, тоді як мотиви підвищення ефективності виробництва та використання більш дешевих ресурсів відіграють другорядну роль. Фактично, така позиція іноземних інвесторів є непрямим визнанням проблематичності ведення в Україні ефективної виробничої діяльності, оскільки такі інвестиції передбачатимуть порівняно незначний обсяг створення доданої вартості на території України [1].

Інвестиційна привабливість формується із забезпечення і збереження макроекономічного балансу, стабільності і довіри, а також наявністю сприятливого середовища розвитку підприємництва. Держава повинна створити можливості для іноземних інвесторів почувати себе необхідними партнерами [3].

Формування в Україні привабливого для іноземних інвесторів середовища, треба починати з активних дій держави, спрямованих на зміну політичного, економічного та правового поля в країні. Насамперед, необхідно забезпечити стабільність в середині країни,що є головним завданням держави. Тільки після цього можна розраховувати на пожвавлення іноземного інвестиційного процесу та економічне зростання в країні.

Джерела

1. Міжнародний центр перспективних досліджень. *Перспективи дослідження/підготовлено Консорціумом Flemings/SARS*. 2017. № 11. С. 25–36.
2. *Михайленко А. Г., Красникова Н. А.* Вплив іноземних інвестицій на розвиток економіки України в умовах глобалізації. *Ефективна економіка*. 2020. № 7. 30.07.2020 р.
3. *Ткаченко Ю. В.* Стратегія формування інвестиційної привабливості національної економіки в умовах глобалізації. *Інвестиції: практика та досвід*. 2014. № 13. С. 147–153.

В. В. ТАТАРІНОВ
канд. екон. наук, доц.
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

Л. Д. ЧАЛАПКО
канд. екон. наук, доц.
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Згідно до Закону України "Про зовнішньоекономічну діяльність" (ст. 1) власне зовнішньоекономічна діяльність (ЗЕД) — це діяльність суб'єктів господарської діяльності України та іноземних суб'єктів господарської діяльності, побудована на взаємовідносинах між ними, та має місце як на території України, так і за її межами.

Значення поняття ЗЕД розкривається у наступних положеннях:

1. ЗЕД — це процес розвитку господарських зв'язків між національними та іноземними суб'єктами господарської діяльності на території України (наприклад, СП), що сприяє збільшенню інвестицій, створенню робочих місць, розвитку виробництва та інфраструктури, імпорту бізнес-культури.

2. ЗЕД — це процес розвитку господарських зв'язків між національними суб'єктами господарської діяльності України та їх іноземними контрагентами, які знаходяться на власній території (наприклад, експорт-імпорт), що дозволяє реалізувати класичні переваги міжнародної спеціалізації процесу праці та факторів виробництва.

3. ЗЕД — це процес розвитку господарських зв'язків між національними суб'єктами господарської діяльності України, що знаходяться за її межами, та їх іноземними партнерами, які знаходяться на власній території, що надає змогу отримувати прибуток від використання іноземних факторів виробництва та безпосередньо використовувати переваги факторонасиченості інших країн у власних інтересах.

Принципи — це встановлені закоренілі, загальноприйняті правила як господарської, так і зовнішньоекономічної діяльності, якими керуються їх суб'єкти, а також властивості економічних процесів.

Отже, під принципами зовнішньоекономічної діяльності слід розуміти вихідні положення теорії міжнародних економічних відносин, норми поведінки суб'єктів ЗЕД, особливості побудови механізму взаєморозрахунків між ними.

Законом України "Про зовнішньоекономічну діяльність" для суб'єктів господарської діяльності України та іноземних суб'єктів господарської діяльності встановлено шість основних принципів ЗЕД (ст. 2), а саме:

1. Суверенітету України у здійсненні зовнішньоекономічної діяльності, що полягає у: виключному праві народу України самостійно та незалежно здійснювати зовнішньоекономічну діяльність на території України, керуючись законами, що діють на території України; обов'язку України неухильно виконувати всі договори і зобов'язання України в галузі міжнародних економічних відносин.

2. Свободи зовнішньоекономічного підприємництва, що полягає у: праві суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності здійснювати її в будь-яких формах, які прямо не заборонені чинними законами України; обов'язку додержуватися при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності порядку, встановленого законами України; виключному праві власності суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності на всі одержані ними результати зовнішньоекономічної діяльності.

3. Юридичної рівності і недискримінації, що полягає у: рівності перед законом всіх суб'єктів ЗЕД, незалежно від форм власності, в тому числі держави, при здійсненні ЗЕД; забороні будь-яких, крім передбачених Законом України "Про зовнішньоекономічну діяльність" дій держави, результатом яких є обмеження прав і дискримінація суб'єктів ЗЕД, а також іноземних суб'єктів господарської діяльності за формами власності, місцем розташування та іншими ознаками; неприпустимості обмежувальної діяльності з боку будь-яких її суб'єктів, крім випадків, передбачених цим законом.

4. Верховенства закону, що полягає у: регулюванні зовнішньоекономічної діяльності тільки законами України; забороні застосуванні підзаконних актів та актів управління місцевих органів, що у будь-який спосіб створюють для суб'єктів ЗЕД умови менш сприятливі, ніж ті, які встановлені законами України.

5. Захисту інтересів суб'єктів ЗЕД, який засвідчує, що Україна як держава: забезпечує рівний захист інтересів всіх суб'єктів ЗЕД та іноземних суб'єктів господарської діяльності на її території згідно із законами України; здійснює рівний захист всіх суб'єктів ЗЕД України за її межами згідно з нормами міжнародного права; здійснює захист державних інтересів України як на її території, так і за її межами лише відповідно до законів України, умов підписання нею міжнародних договорів та норм міжнародного права.

6. Принципу еквівалентності обміну, неприпустимості демпінгу при ввезенні та вивезенні товарів.

В. В. ТАТАРІНОВ
канд. екон. наук, доц.
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

І. А. ШЕСТАКОВ
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

РОЛЬ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ЕФЕКТИВНОСТІ БІЗНЕСУ

Актуальність питання забезпечення ефективного маркетингового підходу на підприємстві, спрямованого на задоволення ринкового попиту за рахунок раціонального використання ресурсного потенціалу та побудови стратегічного орієнтира суб'єкта господарювання в умовах високого рівня небезпеки (в умовах війни), економічної нестабільності стає гострим та нагальним. Необхідність забезпечення ефективного маркетингового підходу в сучасних умовах господарювання для підприємства є вищою, ніж будь-коли, з огляду на такі аспекти як [1]:

1. Інтенсивна конкуренція. Зростання конкуренції, зокрема в глобальному масштабі через інтернет і електронну комерцію, змушує підприємства постійно підвищувати ефективність своїх маркетингових стратегій, щоб виріznятися серед конкурентів та залучати увагу споживачів.

2. Зміни в поведінці споживачів. Швидкі зміни у споживацьких трендах та перевагах, особливо з появою нових технологій і засобів комунікації, вимагають від підприємств бути гнучкими і швидко адаптуватися, щоб задовольняти очікування та потреби своїх клієнтів.

3. Цифровізація. Цифрова трансформація впливає на всі аспекти бізнесу, включаючи маркетинг. Використання цифрових каналів і інструментів, таких як соціальні медіа, SEO, контент-маркетинг та аналітика даних, стає критично важливим для досягнення успіху.

4. Персоналізація. Сучасні споживачі очікують персоналізованого підходу, що вимагає від підприємств збору та аналізу великих обсягів даних для створення індивідуалізованих маркетингових кампаній.

5. Соціальна відповідальність та сталість. Споживачі все більше цінують компанії, які демонструють соціальну відповідальність та займаються сталим розвитком. Це створює потребу в інтеграції цих цінностей у маркетингові стратегії.

6. Швидкість технологічних змін. Швидкий розвиток технологій, включаючи штучний інтелект, машинне навчання, блокчейн, відкриває нові можливості для маркетингу, але також вимагає від підприємств постійного оновлення своїх знань та навичок.

7. Глобалізація. Саме глобалізація ринків вимагає від підприємств розуміння та адаптації до культурних різниць у маркетингових підходах, щоб ефективно працювати на міжнародному рівні.

З урахуванням цих факторів, ефективний маркетинговий підхід є не просто елементом стратегії підприємства, а критичною складовою його виживання та розвитку. Підприємства, які інвестують у розуміння та впровадження передових маркетингових практик, мають кращі шанси на успіх у все більш складному та динамічному бізнес-середовищі.

Маркетинг дійсно відіграє ключову роль у забезпеченні успіху підприємства, оскільки він охоплює широкий спектр діяльностей, спрямованих на вивчення, прогнозування та задоволення потреб споживачів. Успішна маркетингова стратегія може допомогти підприємству ідентифікувати та сегментувати його цільовий ринок, що є критично важливим для розробки ефективних маркетингових кампаній. Знання потреб та бажань споживачів через маркетингові дослідження дозволяють розробляти або модифікувати власні продукти, щоб краще задовольняти ринковий попит; формувати позиціонування бренду в споживачів, створюючи унікальну торгову пропозицію, яка відрізняє продукт або послугу від конкурентів; створювати маркетингові кампанії та рекламні акції, що допомагають залучити увагу до продуктів або послуг, збільшуючи обізнаність серед потенційних клієнтів і стимулюючи продажі. Крім того, через програми лояльності, послуги підтримки клієнтів та інші маркетингові ініціативи підприємства можуть підтримувати задоволеність та лояльність існуючих клієнтів, що є життєвоважливим для довгострокового успіху [2]. Саме ефективний маркетинговий підхід дозволяє максимізувати прибутки, зберігаючи при цьому конкурентоспроможність, а регулярний аналіз ринку та діяльності конкурентів допомагає компаніям адаптуватися до змінних умов ринку та визначати стратегічні напрямки розвитку.

Резюмуючи слід зазначити, що успіх маркетингової діяльності вимагає постійного аналізу, адаптації та інновацій, оскільки ринкові умови та потреби споживачів постійно змінюються. Підприємства, які ефективно використовують маркетинг для залучення та утримання клієнтів, мають кращі шанси на успіх і зростання в довгостроковій перспективі.

Джерела

1. *Семенюк С. Б., Фалович В. А.* Сучасні тенденції використовування маркетингу в діяльності підприємства. *Маркетинг і цифрові технології.* 2016. Т. 4. № 1. 2020. URL: https://mdt-opu.com.ua/index.php/mdt/article/view/93/88.
2. *Барабанова В. В.* Сучасний маркетинг: фактори, стан та перспективи розвитку. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету.* URL: http://elibrary.donnuet.edu.ua/869/1/Barabanova_article_01_12_2017.pdf.

В. С. ТАТАРІНОВ
канд. техн. наук, доц.
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

А. Г. ЄФРЕМЕНКО
канд. екон. наук, доц.
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

СТАН І ПЕРСПЕКТИВИ УКРАЇНСЬКОГО МАЛОГО БІЗНЕСУ

Як підтверджує практичний досвід України та зарубіжних країн, локомотивом розвитку економіки в сучасному періоді є малий бізнес. Якщо говорити про два останні десятиріччя, то економіки держав світу все частіше підпадають під вплив світових фінансових криз, які негативно віддзеркалюються на їх стані. Це змушує ці країни шукати нові шляхи раціонального та економного використання бюджетних коштів. Якщо великий бізнес досить швидко адаптується до викликів криз, то мале підприємництво не завжди адекватно реагує на них із-за відсутності фінансових резервів та належної підтримки держави.

Так, за даними Спілки українських підприємців України у кризовий березень 2020 року, внаслідок COVID-19, збанкрутіли і закрили свій бізнес приблизно 6 % суб'єктів малого підприємництва, що є величезною проблемою для держави. Третина власників бізнесу (переважно мікро-), заявили про падіння доходів на 90–100 % за березень–квітень 2020 року. Ці ж підприємці вже звільнили до 50 % штату співробітників. Власники малого та середнього бізнесу констатували факт зменшення доходів на 25–50 % порівняно з докарантинним періодом і вже звільнили від 10 до 25 % працівників.

За перші шість місяців воєнних дій частина українського малого і середнього бізнесу зазнала радикальних втрат: дослідження Mastercard SME Index підтверджує, що 39 % МСБ вимушено поставили свою діяльність на паузу. Сьогодні ймовірно ця кількість тільки збільшилася. Чого найбільше бракує підприємцям? Опитування свідчать, що найбільше вони потребують нових замовлень та ринків збуту (56 %), фінансової підтримки (33 %) та допомоги з логістикою (23 %).

У той же час, функціонування малого підприємництва має багато переваг. Такі суб'єкти швидко прилаштовуються до зміни кон'юнктури ринку, економічних і політичних перетворень в державі. Малі підприємці максимально реагують на появу нових потреб споживача та їх зміну, оскільки зазвичай їхня діяльність відбувається у сфері побутових послуг, саме від якості їхньої роботи залежить комфорт нашого життя. Мале підприємництво визначає темпи економічного розвитку, структуру та якісну характеристику ВВП. Мале підприємництво дає можливість "економити" державі на соціальних

виплатах по безробіттю, на створенні та облаштуванні нових робочих місць, якщо особа вирішує стати підприємцем, всі фінансові питання по своєму забезпеченню, оснащенню, придбанню необхідного обладнання та організації бізнес-процесів, лягають на плечі саме суб'єкта малого підприємництва.

Крім значної економії фінансів, держава від суб'єктів малого підприємництва має додаткові доходи у вигляді податкових надходжень, надходжень щодо фонду соціального страхування та пенсійного фонду. Суб'єкти малого підприємництва складають основну частину середнього класу. Тобто зростання кількості малих підприємств в країні, в свою чергу, дозволяє збільшити прошарок середнього класу. Чим більше такий прошарок, тим більше податкових та неподаткових надходжень до бюджетних фондів та фондів соціального страхування він забезпечує. Крім того створюється більше перспектив для підтримки стабільності в суспільстві.

Якщо звернути увагу на зарубіжний досвід, наприклад, Канади, то одним із складових її економічного успіху на світовому рівні є сильний сектор малого бізнесу. В даний час в державі функціонують 2,6 мільйона суб'єктів малого бізнесу, які виробляють близько 50 % продукції приватного сектора, з них три чверті становлять бізнеси з кількістю працюючих до 5 осіб. При цьому, саме малому бізнесу належать 75 % всіх робочих місць, що відкриваються в Канаді. Особливо значний вплив малий бізнес робить на економіку провінції Онтаріо: впродовж останніх 5 років на підприємствах малого бізнесу було відкрито більше 800 000 робочих місць. Уряд Онтаріо пішов на зменшення податків, збалансування бюджету, зняття бюрократичних бар'єрів в ряді галузей, надання незалежним фахівцям можливість відкривати корпоративні фірми. Власникам малого бізнесу на розвиток надаються позички, але при цьому береться до уваги те, яким видом бізнесу займається претендент на позику і якою мірою цей вид бізнесу відповідає насущним потребам канадського суспільства. Наприклад, канадський ринок праці перенасичений лікарями, дантистами, медсестрами, юристами і тим, хто виявить бажання отримати позику під цей вид малого бізнесу, буде нелегко довести, що він відповідає насущним потребам суспільства [2].

Що стосується перспектив малого українського бізнесу після закінчення воєнних дій, то без сумління слід звертатися до зарубіжного досвіду и максимально його використовувати особливо в частині організації та підтримки його з боку держави . Ця підтримка повинна насамперед стимулювати населення до підприємницької праці, не створювати перешкод в процесі цього важкого виду діяльності, але створювати умови впевненості у підприємця, що держава є не тільки його контролером, але і його помічником.

Розвивати малий бізнес насамперед необхідно в тих регіонах й тих галузях народного господарства, які постраждали від воєнних дій. Такими галузями можуть бути, в першу чергу, будівництво, енергетика, food security, IT-сектор, сфера побутового обслуговування та сільське господарство.

Питання фінансування можуть вирішуватися як за рахунок фінансової допомоги ззовні, так і за рахунок бюджетних коштів. Водночас на Заході розглядається ініціатива американських економістів, професорів Університету

Берклі (США), Баррі Айхенгріна та Юрія Городниченка про збір коштів на створення та реалізацію "Плану Маршалла" за аналогією з "Планом Маршалла", за яким відновлювалася економіка Західної Німеччини після Другої світової війни [1].

Якщо такий план з'явиться і реалізовуватиметься, то це значно полегшить вирішення фінансових проблем при відновленні зруйнованої української економіки. Можливо, при цьому не залишаться без уваги і питання фінансування розвитку малого бізнесу в Україні.

Джерела

1. *Айхенгрін Б., Городніченко Ю.* Україна — між війною та рецесією. URL: forbes.ua/money/ukraina-mizh-viynoyu-ta-retsesityu-18112022-9875
2. *Мироненко-Шульган О.* Малий бізнес в умовах пандемії COVID-19: правове регулювання фінансової підтримки державою. URL: unba.org.ua/publications/5792-malij-biznes-v-umovah-pandemii-covid-19-pravove-regulyuvannya-finansovoi-pidtrimki-derzhavoyu.html?fbclid=IwAR O Ad s1TFVRUrTRx-pOI-PgxyEmR

В. С. ТАТАРІНОВ
канд. техн. наук, доц.
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

О. Ф. КРИШАН
канд. екон. наук
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

МАЛИЙ БІЗНЕС В МІЖНАРОДНІЙ ЕКОНОМІЦІ

Нині майже всі країни світу включено у процес глобалізації. Це проявляється насамперед у зростанні зовнішньоекономічної активності, поширенні глобальних інформаційних технологій та уніфікації форм підприємництва. При цьому зростає частка участі у цьому процесі малих та середніх підприємств, які поряд із великими компаніями стають активними учасниками міжнародного бізнесу.

Доля малого бізнесу в обсягах ВВП розвинутих країн може варіюватися в залежності від країни та інших факторів. Однак загалом малий бізнес грає важливу роль у розвинених економіках, сприяючи зростанню ВВП, створенню робочих місць та інноваціям. Наприклад, у Сполучених Штатах, малий бізнес вважається головним двигуном економічного зростання, а доля його в обсягах ВВП становить близько 44 %. У Японії та Європейському Союзі

також існують значні сектори малого бізнесу, які вносять суттєвий внесок (близько 50 % ВВП) у економіку [1].

Багато малих підприємств здійснюють експорт або імпорт товарів і послуг. Вони можуть бути частиною глобальних ланцюгів постачання або постачати унікальні товари та послуги на міжнародні ринки. Участь малого бізнесу в експорті та імпорті може бути досить значною та має свої особливості. Ось деякі ключові аспекти:

1. Завдяки зростанню глобальної торгівлі та розвитку інтернет-технологій, навіть невеликі підприємства можуть відносно легко входити на міжнародні ринки.

2. Малий бізнес може використовувати електронну комерцію та онлайн-платформи для здійснення експортно-імпортних операцій без значних витрат на інфраструктуру.

3. Завдяки розвитку логістики та появі посередників, малі підприємства можуть знижувати витрати на транспортування та легко знаходити партнерів за кордоном.

4. Деякі урядові програми, банківські кредити та інші фінансові інструменти можуть сприяти розвитку малого бізнесу в експортно-імпортній сфері.

5. Малі підприємства також зіткнуться з конкуренцією на зарубіжних ринках та ризиками, пов'язаними зі зміною валютних курсів, тарифами та іншими факторами.

Досвід деяких країн (наприклад, Китаю, Мексики та інших) свідчить про те, що найкращих результатів у реформуванні малого бізнесу та його експортної діяльності досягнуто там, де чиновниками, які в уряді відповідають за реформи у малому бізнесі, є колишні власники малих підприємств чи керівники малих підприємств. За даними організації економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР) частка малого та середнього бізнесу у китайському експорті досягла більше 50 %. Для порівняння, в Україні частка малого бізнесу в експорті не перевищує 1 % [2].

Малі підприємства можуть також грати важливу роль у міжнародних стратегічних альянсах, хоча їхня участь може бути менш помітною порівняно з більшими корпораціями. Ось деякі способи, які допомагають малим підприємствам активно долучатися до таких альянсів:

1. Малі підприємства звичайно можуть мати обмежений доступ до ресурсів, таких як технології, знання, фінанси та ринки. Участь у стратегічних альянсах дозволяє їм отримати доступ до цих ресурсів через спільність з більшими партнерами та спільні дослідніцькі і розробницькі проекти з партнерами.

2. Міжнародні ринки можуть бути складними і нестабільними для малих підприємств. Участь у стратегічних альянсах дозволяє розподіляти ризики між партнерами, зменшуючи негативний вплив випадкових подій на будь-яку окрему компанію.

3. Участь у міжнародних стратегічних альянсах може допомогти малим підприємствам здійснити вхід на нові ринки. Це може бути здійснено через спільні проекти з партнерами, які вже мають досвід у цих регіонах.

4. Участь у стратегічних альянсах може підвищити конкурентоспроможність малих підприємств через спільність з більшими та досвідченими партнерами.

Однак, незважаючи на ці переваги, участь в міжнародних стратегічних альянсах може бути складною та потребує обізнаності з міжкультурними та міжнародними бізнес-практиками. Також важливо вибирати партнерів з увагою, оцінюючи їхні цінності, стратегічні цілі та досвід [3].

Дедалі більше підприємств малого бізнесу України замислюється веденням зовнішньоторговельної діяльності як важливою альтернативою розвитку підприємництва, розраховуючи в такий спосіб підвищити свою конкурентоспроможність і доходність. Для цього їм доведеться вирішувати проблеми, пов'язані з подоланням монополії транснаціональних корпорацій і тут їхній успіх залежатиме від того, наскільки маневрено вони діятимуть на ринку, використовуючи кон'юктуру, що змінюється.

Однак цими проблемами далеко не вичерпується перелік усіх перешкод, з якими доведеться мати справу малому українському бізнесу при виході на міжнародний ринок. Наприклад, адміністративні проблеми, які найчастіше виникають у зв'язку з діями або бездіяльністю органів влади, що ускладнюють і унеможливлюють проходження процедур, передбачених чинним законодавством. Аналогічні дії малий бізнес можуть надавати організації, які займають монопольне становище на ринку. До цього можна додати наявність у чинному законодавстві положень, які можуть бути витлумачені двояко державними органами, з одного боку, та низьким рівнем юридичної підготовки суб'єктів підприємницької діяльності, з іншого. Подолання зазначених проблем неможливе без істотної перебудови всієї системи державної підтримки малого бізнесу. До сказаного вище слід додати нестабільність української економіки в цілому, недостатність інвестиційних ресурсів, податковий прес. Крім того, питання розвитку експортної діяльності малого бізнесу не було вирішено і при вступі України до СОТ, тому що ця організація більше стурбована можливістю розширення імпорту продукції інших країн в Україну, а не експортом української продукції за кордон.

Обставини, що склалися, часто підштовхують малий бізнес у "тінь", де можна уникнути податків і низки інших несприятливих моментів. До речі, Світовим Банком Україна визнана однією з країн, де найбільш розвинений тіньовий сектор економіки. За даними цієї організації, Україна знаходиться на 140 місці у світі (із 151 досліджених країн) за розмірами тіньового сектора (49,7 %).

Малий бізнес ще дуже обережно опановує законні шляхи здійснення зовнішньоекономічних операцій. При цьому найчастіше використовуються кооперація з великими підприємствами, міжнародний лізинг, франчайзинг та інтернет-торгівля. Використання цих напрямів міжнародного співробітництва також пов'язані з деякими проблемами. До них належать:

- підвищення вимог щодо сертифікації;
- додаткові вимоги до сервісу (наприклад, післяпродажне обслуговування);

- нестача досвідчених фахівців з маркетингу;
- жорсткі умови щодо термінів поставки.

Однак ці проблеми можуть бути вирішені за чіткої та прозорої організації бізнесу.

Таким чином, у ситуації, що склалася, розвиток участі малого бізнесу в міжнародних зв'язках потребує серйозних зусиль як з боку держави, так і самого бізнесу. Для досягнення позитивних результатів у цьому напрямку необхідно:

- організувати на рівні уряду надання суб'єктам приватного бізнесу інформації про стан внутрішніх та зовнішніх ринків;
- організувати дослідження проблем малого бізнесу у сфері експортної діяльності;
- запровадити міжнародні стандарти, вимоги та процедури сертифікації;
- запровадити пільгове оподаткування прибутку для виробничих підприємств, які впроваджують інновації та виробляють продукцію експорту;
- залучати до державного апарату найкращих представників виробничого малого бізнесу для реформування законодавства щодо ведення бізнесу;
- залучити великий бізнес до системи підтримки малого бізнесу через удосконалення податкової системи за рахунок підвищення зацікавленості великих бізнес-структур у наданні такої підтримки;
- створити умови для підвищення зовнішнього попиту шляхом лобіювання інтересів національних експортерів на території інших країн.

Джерела

1. Бизнес-среда в Украине. Проект "Развитие предпринимательства в Украине". Международная финансовая корпорация [Электронный ресурс]. Режим доступа: surv-07-web. pdf
2. *Татаринов В. В., Татаринов В. С.* Проблемы развития малого бизнеса в условиях глобализации. Дніпропетровськ: *Економічний нобелівський вісник.* 2015. № 1. С. 119–128.
3. *Татарінов В. В., Павлова В. А., Татарінов В. С.* Малий та середній бізнес як учасник міжнародних стратегічних альянсів. Дніпро. *Академічний огляд.* 2021. № 1. С. 97–106.

В. С. ТАТАРІНОВ
канд. техн. наук, доц.
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

О. Ф. КРИШАН
канд. екон. наук
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

МІЖНАРОДНИЙ ФРАНЧАЙЗИНГ ЯК ЗАСІБ РОЗВИТКУ МАЛОГО БІЗНЕСУ

Соціально-економічний розвиток країн на сучасному етапі базується на ефективному використанні підприємницького ресурсу в малому, середньому та великому бізнесі. Як правило, у розвинених країнах малий бізнес відіграє ключову роль і його частка у ВВП цих країн сягає 50–60 %. При цьому розвинений малий бізнес (МБ) сприяє формуванню здорової конкуренції, зростанню кількості робочих місць, скороченню безробіття і в результаті поліпшення якості життя населення.

В Україні потенціал підприємництва досить високий, але динаміка його розвитку в останні 20 років вкрай низька.

Цьому багато в чому сприяє політична та фінансова нестабільність у країні та відсутність належної уваги до МБ із боку держави. Відсутність необхідного стартового капіталу, недовіра банківської сфери до малого бізнесу та труднощі з отриманням кредитів, складності з доступом до ресурсів та просування продукту на ринок — ось неповний перелік факторів, що стримують розвиток МБ в Україні. До цього можна додати проблеми у сфері наукової діяльності через слабке фінансування науки та освіти, що є гальмом в інноваційному процесі. За збереження такого стану у малому бізнесі складно розраховувати на економічне піднесення в Україні. Але навіть у такій несприятливій ситуації необхідно шукати шляхів для розвитку МБ. Розширення франчайзингових мереж могло б стати, на нашу думку, ефективним напрямом розвитку МБ в Україні на інноваційній основі.

Під франчайзингом розуміють таку організацію бізнесу, коли компанія (франчайзер) передає незалежному суб'єкту(франчайзі) декларація про продаж продукту чи послуги цієї компанії. Незалежними суб'єктами у цій угоді найчастіше виступають малі підприємства (МП). При купівлі франшизи у франчайзера вони одержують франчайзинговий пакет, який включає посібники з ведення робіт та інші важливі матеріали, що допомагає їм вести бізнес самостійно і при цьому не бути в ньому самотніми, не нести великих витрат на створення бізнесу, особливо на його початковій стадії. Крім того, МП отримують доступ до ноу-хау, що забезпечує певну інноваційність бізнесу.

Існує кілька форм франчайзингу, але виділяють серед них три основні: товарний, виробничий та діловий франчайзинг.

Товарний франчайзинг має місце у сфері продажу готового товару.

Виробничий франчайзинг передбачає участь франчайзі у виробництві того чи іншого продукту. Наприклад, він досить широко представлений у виробництві безалкогольних напоїв.

При діловому франчайзингу франчайзер продає франчайзі ліцензію на право відкриття магазинів або навіть цілих груп магазинів із продажу набору продуктів чи послуг під назвою франчайзера. Це франчайзинг на вид діяльності, при якому МП включається до повного виробничо-господарського циклу великої корпорації.

Міжнародний франчайзинг є ефективним напрямом розвитку бізнесу. Про це свідчить статистика. Так було в США частка франчайзингу у загальному обсязі роздрібного товарообігу становить 34 %, країнах Західної Європи 5–12 % і кількість франчайзингових мереж постійно зростає [2].

Компанією "ТРІАРХ" проводилися дослідження стану ринку франчайзингу в Україні та, зокрема, було зроблено такі висновки:

- найбільш прибутковими є ті українські компанії, що розвивають іноземні франшизи, тобто беруть участь у міжнародному франчайзингу;
- франчайзинг є високоприбутковим бізнесом;
- франчайзинг економічно вигідний держави, адже сприяє розвитку малого бізнесу та створює нові робочі місця;
- серед підприємців зростає зацікавленість у розвитку бізнесу з франчайзингу;
- є перспектива розширення галузей, де можуть розвиватися франчайзингові відносини [1].

В умовах кризової ситуації, коли більшість бізнес-проектів стають збитковими, франчайзинг залишається прибутковим бізнесом як для франчайзера, так і для франчайзі. Однак, незважаючи на безліч переваг, ринок франчайзингу в Україні має значну кількість проблем, кожна з яких потребує якнайшвидшого вирішення.

Першою проблемою можна вважати недосконалість чи навіть відсутність в Україні нормативно-правової бази, яка визначає сутність, порядок та умови ведення франчайзингового бізнесу як усередині країни, так і за її межами. Це позбавляє український бізнес, насамперед малий, необхідного захисту у разі виникнення спірних ситуацій. Тому українським законодавцям необхідно насамперед ухвалити закон про франчайзинг, а, також, внести зміни та доповнення до інших законів щодо функціонування малого бізнесу з урахуванням стимулювання їхньої участі у франчайзинговому бізнесі.

Джерела

1. *Родченко В. В., Кашуба Ю. М.* Проблеми розвитку франчайзингу в Україні. URL: C/Users/Вадим/ Downloads/alexi,+44.pdf
2. *Цірат Г. В.* Франчайзинг: розвиток у світі та в Україні. К.: Київ, ун-т ім. Шевченка. Вісн. Сер.: Міжнародні відносини. 2002. Вип.13. С. 65–70.

В. С. ТАТАРІНОВ
канд. техн. наук, доц.
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

С. В. ТАТАРІНОВ
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

МІЖНАРОДНИЙ МАРКЕТИНГ ЯК ОРГАНІЗУЮЧА СИЛА БІЗНЕСУ

Міжнародний маркетинг виступає як ключова організуюча сила для бізнесу у сучасному глобалізованому світі, відіграє важливу роль у вирішенні складних завдань, пов'язаних з входом на міжнародні ринки, забезпечуючи бізнесам необхідні інструменти для успішного конкурування у глобальному бізнес-середовищі. Він включає в себе стратегії, методи і інструменти, що дозволяють підприємствам ефективно входити на зовнішні ринки, пристосовувати свої продукти і послуги до вимог міжнародних споживачів та конкурентних умов. Ось деякі аспекти, які демонструють, як міжнародний маркетинг організує бізнес:

1. Стратегія входу на закордонний ринок припускає:

а) аналіз ринку: ретельне дослідження цільового ринку, його розміру, тенденцій, потреб споживачів, конкуренції та потенційних партнерів, його культурних, соціальних та економічних особливостей.

б) вибір методу входу: розгляд різних методів входу, таких як експорт, франчайзинг, спільне підприємство або прямі інвестиції, і вибір того, який найбільше відповідає цілям і ресурсам дослідника.

в) сегментація ринку і позиціонування: визначення цільової аудиторії на закордонному ринку і розробка стратегії позиціонування для продукту.

г) адаптація продукту до місцевого смаку та культури: Наприклад, компанія, що виробляє харчові продукти, може адаптувати рецептуру або упаковку свого продукту з урахуванням місцевих смаків та культурних особливостей. Припустимо, що українські виробники сиру можуть розробити нові смакові варіації, що відповідають вимогам ринків Європи або Азії.

г) маркетингова стратегія: розробка маркетингового плану, враховуючи канали комунікації, рекламні платформи та стратегії просування, які працюють на даному ринку.

д) управління ланцюжком постачання: забезпечення ефективного управління ланцюжком постачання, враховуючи транспортні та митні перешкоди.

е) локалізація: врахування локальних особливостей в упаковці, маркуванні та обслуговуванні клієнтів.

є) законодавчі та правові аспекти: знайомство з місцевими законами та правилами, що стосуються конкретного бізнесу, і забезпечення їх виконання.

ж) ризики і стратегія ризик-менеджменту: визначення потенційних ризиків, таких як валютні коливання, політична нестабільність або зміни у місцевому регулюванні, і розробка стратегії управління ними.

з) моніторинг та аналіз: постійний моніторинг результатів діяльності малого підприємства на закордонному ринку, аналіз їх ефективності та корегування стратегії за необхідності.

Це лише загальний огляд кроків, які можна вжити при розробці стратегії входу на закордонний ринок. Конкретні деталі і підходи будуть залежати від бізнесу, цілей та контексту конкретного ринку [2].

2. Промоція та реклама: розробка ефективних маркетингових кампаній, які враховують культурні особливості та медіа-перевагу міжнародних аудиторій, є важливою складовою успішного міжнародного маркетингу. Промоція та реклама на закордонному ринку можуть бути складними завданнями через культурні й мовні відмінності. Важливо враховувати особливості місцевої аудиторії, їхні уподобання, цінності та комунікаційні звички. Ось кілька порад:

а) мовна адаптація: використовуйте місцеву мову для реклами та промоакцій. професійний переклад та локалізація можуть допомогти зрозуміти ваше повідомлення.

б) культурна чутливість: уникайте використання символів або послідовностей, що можуть бути образливими або неприйнятними для місцевої культури.

в) використання соціальних мереж: соціальні мережі є потужним інструментом для реклами та промоції на міжнародному рівні. рекламні кампанії на Facebook, Instagram, Linkedin тощо можуть допомогти залучити увагу цільової аудиторії.

г) адаптація контенту: призначте свій контент таким чином, щоб він був зрозумілим та привабливим для місцевої аудиторії. це може включати зміну тону, стилю та використання місцевих прикладів чи метафор.

д) місцеві канали реклами: використовуйте популярні місцеві канали реклами, такі як телебачення, радіо, онлайн-видання та інші медіа-платформи, які користуються попитом на цільовому ринку.

е) аналіз результатів: постійно відстежуйте ефективність своїх рекламних кампаній і промоакцій на закордонному ринку та вносьте корективи, якщо необхідно. зосередьтеся на побудові взаємовідносин зі своєю цільовою аудиторією, розумінні їхніх потреб і створенні цільової та ефективної стратегії промоції та реклами.

3. Ціноутворення: адаптація цін до рівня доходу, конкуренції та інших факторів країн, що відрізняються, дозволяє підприємствам максимізувати прибуток і відповідати потребам міжнародних споживачів. Ціноутворення на закордонному ринку може бути визначене різними факторами, які включають, але не обмежуються такими:

а) попит і пропозиція: закон попиту і пропозиції впливає на ціни на товари і послуги. якщо попит перевищує пропозицію, ціни можуть зрости, а якщо пропозиція перевищує попит, ціни можуть знизитися.

б) конкуренція: рівень конкуренції на ринку може впливати на ціни. Висока конкуренція може змусити компанії знижувати ціни, щоб залучити клієнтів.

в) валютний курс: курс обміну валют може впливати на ціни на товари, особливо якщо вони експортуються або імпортуються. зміни валютного курсу можуть збільшити або зменшити ціни на товари на закордонному ринку.

г) тарифи та мита: високі тарифи можуть зробити товари більш дорогими для споживачів на закордонному ринку.

д) податки: різниця в податковій політиці між країнами може призвести до різниці в цінах на товари і послуги.

Враховуючи всі ці фактори, компанії приймають рішення про встановлення цін на свої товари і послуги на закордонному ринку з метою забезпечення конкурентоспроможності і максимізації прибутку.

4. Дистрибуція: Вибір оптимальних каналів дистрибуції, логістика та управління ланцюгом постачання є ключовими аспектами успішної міжнародної діяльності. Дистрибуція на міжнародному ринку відноситься до процесу постачання товарів або послуг з однієї країни в інші країни через різноманітні канали збуту. Цей процес може включати експорт, імпорт, посередників, дистриб'юторів, агентів та інші сторони, які допомагають в продажу товарів або послуг за кордоном. Для успішної дистрибуції на міжнародному ринку необхідно розуміти потреби та вимоги різних ринків, відповідність міжнародним торговельним правилам та нормам, а також вміти працювати з різними культурними та юридичними аспектами [1].

Отже, міжнародний маркетинг відіграє вирішальну роль у подоланні складних проблем, пов'язаних з входом на міжнародні ринки, забезпечуючи бізнесам необхідні інструменти для успішного конкурування у глобальному бізнес-середовищі.

Джерела

1. Розвиток маркетингу в умовах глобалізації: сучасні тенденції та перспективи: монографія. Тернопіль: ТНТУ ім. І. Пулюя, 2015, 466 с.
2. *Супрун С. Д.* Етапи формування міжнародної маркетингової стратегії підприємств. *Вінницький торговельно-економічний інститут "Young Scientist"*. 2016. № 8 (35). URL: http:// molodyvcheny.in.ua/ files/journal/2016/8/10.pdf

І. І. ТЕБЕНКО
студент ТДАТУ ім. Д. Моторного

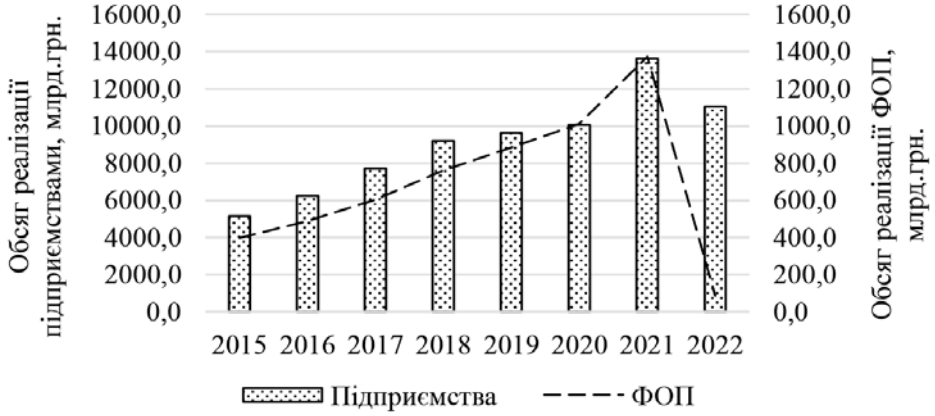
СУЧАСНІ ВИКЛИКИ В ПІДПРИЄМНИЦЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

Ситуація, коли держава стикається з негативними наслідками через припинення діяльності малих та середніх підприємств, а також закриття великих компаній в зонах бойових дій, є вельми складною. Умови воєнного часу створюють низку викликів для підприємців, які можуть серйозно вплинути на їхню діяльність та виживання. До найбільш серйозних викликів можна віднести: безпеку та ризики, економічну нестабільність, пошкодження інфраструктури, порушення законодавства та правову нестабільність.

За оцінкою експертів до режиму часткової роботи або взагалі до припинення функціонування вдалося до 85 % бізнесу, серед яких 1 % припинили діяльність та не планують відновлення, а 35 % призупинили діяльність, чекаючи закінчення війни. Крім того, 86 % підприємств працюють з меншою завантаженістю, порівнюючи з довоєнним часом, а 33 % підприємств не мають можливості виплатити заробітну плату працівникам (за оцінками інших аналітиків — 38 %, і ще 38 % працівників відправлено у відпустку), 29 % — не можуть оплатити послуги постачальників [1].

Найбільші втрати понесли ті галузі та підприємства, де неможливо впровадити дистанційну роботу, де бізнес взаємодіє безпосередньо з клієнтами. У складних умовах опинились аграрні підприємства, які залежать від конкретних місць роботи та не можуть відкласти або перенести свою діяльність.

Згідно зі статистичними даними на долю підприємств в загальній кількості суб'єктів підприємництва в Україні приходиться лише 15 %, в той час, як на ФОП — близько 85 %. Кількість суб'єктів господарювання у 2022 році скоротилася відповідно до попереднього року по підприємствах на 29,4 %, по



Динаміка обсягу реалізованої продукції, млрд грн [2]

ФОП — на 7,2 %. Різке падіння кількості ФОП простежувалося також після 2014 року. Серед суб'єктів підприємництва левова частина це суб'єкти малого підприємництва та малі підприємства — близько 94 %.

Але не зважаючи на меншу кількість підприємств, їх вклад в загальний обсяг реалізованої продукції є переважним. На їх долю приходиться близько 93 % обсягу реалізованої продукції, в тому числі на великі (їх в структурі 0,2 %) — 36 %, на середні (5 %) — 41 %. На рисунку можна простежити як у 2022 році скоротилися обсяги реалізованої продукції. Щодо попереднього року скорочення обсягу реалізації становило відповідно: по підприємствах — 18,9 % (2583,7 млрд грн), по ФОП — 93,6 % (1286,1 млрд грн).

Активізація підприємництва, зростання масштабів і ефективності функціонування підприємницького сектору є одним з головних чинників позитивних структурних змін та модернізації економіки регіону, становлення нових ресурсів економічного пожвавлення, підвищення якості життя [3].

Створення нових бізнесів та розвиток наявних допоможе зменшити безробіття та збільшити виробництво, що є критичним у військових умовах. Підприємці здатні швидко адаптуватися до змін на ринку та використовувати можливості, які виникають навколо. Відновлення роботи підприємств має важливе значення для наповнення державного бюджету, збереження фінансової стабільності населення, підсилення економічної стійкості країни і, відповідно, її здатності ефективно протистояти викликам сьогодення.

Джерела

1. Економіка регіонів України в умовах війни: ризики та напрями забезпечення стійкості: науково-аналітичне видання / наук. ред. І. З. Сторонянська. Львов, ДУ "Ін-т регіональних досліджень ім. М. І. Долишнього НАН України". 2022. 70 с.
2. Показники діяльності суб'єктів великого, середнього, малого та мікропідприємництва. URL: https://www.ukrstat.gov.ua/
3. *Тебенко В. М.* Розвиток підприємництва в регіоні. Стратегічні пріоритети розвитку підприємництва, торгівлі та біржової діяльності: Матеріали III міжнародної науково-практичної конференції. Національний університет "Запорізька політехніка", 10–11 травня 2023 р. м. Запоріжжя. С. 178–180.

Науковий керівник:
В. М. Тебенко, канд. екон. наук, доц.

В. О. ТІМАШОВ
д-р юрид. наук, доц.
Державний торгово-економічний університет

М. М. БОЛОТІНА
студентка 4 курсу факультету міжнародної торгівлі та права
Державний торгово-економічний університет

ЗАКОНОДАВЧІ АСПЕКТИ ВИКОРИСТАННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ ТА ВІРТУАЛЬНИХ АКТИВІВ В УКРАЇНІ З МЕТОЮ ОПТИМІЗАЦІЇ ОБІГУ КОШТІВ ПУБЛІЧНИХ ФОНДІВ

Фінансові технології (фінтех) роблять революцію у фінансовому секторі, адже починає здійснювати значний вплив та нагляд регулювання платіжних послуг, податкову політику, нематеріального цифрового активу. Завдяки фінтеху, з'являються нові фінансові послуги, як мобільні платежі, онлайн-кредитування та інвестиційного активу та інших, в свою чергу вони створюють нові виклики для здійснення правового регулювання. Під час російської агресії FinTech-компанії розвинули гнучкість і лояльність у розробці продуктів, напрацювали мережу нових партнерських відносин, змінили фокус своєї активності з маркетингового сектору на ефективність та рентабельність бізнесу. Глобальні виклики, спричинені світовою фінансовою кризою 2008 року, пандемією COVID-19 та війною в Україні, створили передумови для розвитку інновацій у сфері фінансових технологій для впровадження нових технологій і застосунків.

Більшість провідних держав світу, з традиційними економіками, на чолі зі США потребуватимуть перегляду відносин всередині держави з одночасним виробленням нової моделі суспільного договору, який базуватиметься на інклюзивності та стійкості. Хорошим прикладом тут є Китай та інші держави Азії. Найголовніше у цьому випадку — знайти правильний баланс між інтересами малих та середніх суб'єктів господарювання захищеністю приватного життя і вільним доступом до даних; обробкою великих даних (Big Data) та індивідуальними потребами; досягненням ефективності у короткостроковій перспективі (тактичні рішення) та стратегічним управлінням ризиками. Як зазначено в доповіді компанії Deloitte на Всесвітньому економічному форумі (WEB), найвищими очікуваннями покупців в умовах "безконтактної економіки" є простий онлайн-доступ до фінансових послуг, підвищення надійності транзакцій, швидкість прийняття рішень щодо видачі кредиту, зниження вартості. Всі ці вимоги реалізуються вже сьогодні через розробки фінтех, які роблять їх все популярнішими. Інклюзії фінтех в економічні системи та

фінансовий сектор поки не можна вважати домінуючою тенденцією, окремі держави, галузі та компанії досягли значного успіху, а самі фінтех стають мейнстримом у сфері фінансових послуг [1].

Варто згадати, що саме у листопаді 2014 року в Україні епоха змін у правовому режимі Bitcoin, саме тоді НБУ зробив заяву щодо правового режиму біткоїнів у державі, де зазначалося використання біткоїнів пов'язано з підвищеними ризиками через анонімність і децентралізованість операцій [2].

За даними звіту "Глобальний індекс впровадження криптографії за 2022 рік", підготовленого компанією Chainalysis, Україна посіла третє місце у світовому рейтингу держави із впровадження віртуальної валюти, поступившись лише В'єтнаму та Філіппінам і обігнавши Індію та США, які посіли відповідно 4-е та 5-е місця. Водночас як повідомила міжнародна платіжна платформа Triple A, у жовтні Україна посіла перше місце у світі за кількістю власників віртуальної валюти — 5,5 млн осіб. За даними платіжної платформи, в Україні 12,7 % населення мають нематеріальний цифровий актив [3]. Ця сфера є привабливою для протиправних дій, в тому числі відмивання грошей, отриманих злочинним шляхом, або для фінансування тероризму.

Не залишається поза увагою України та сфера правового регулювання віртуальних активів, використання яких пов'язано з підвищеними ризиками через анонімність і децентралізованість операцій [4]. Відповідно до Закону України "Про запобігання та протидію легалізації (відмиванню) доходів, одержаних злочинним шляхом, фінансуванню тероризму та фінансуванню розповсюдження зброї масового знищення", "віртуальний актив — цифрове вираження вартості, яким можна торгувати у цифровому форматі або переказувати і яке може використовуватися для платіжних або інвестиційних цілей" [5]. У серпні 2023 року Парламент прийняв Закон України "Про цифровий контент та цифрові послуги" [6], де визначено, що "до цифрових речей належатимуть віртуальні активи, цифровий контент, облікові записи в онлайні, гроші та цінні папери, які існують винятково в цифровій формі". А "цифровою річчю є віртуальні активи, цифровий контент та інші блага, щодо яких застосовуються положення частини першої статті 179-1 Цивільного кодексу України" [7; 8]. Прийняття зазначених законів забезпечує можливість внесення змін до Податкового кодексу України, отже і набуття чинності Законом України "Про віртуальні активи" [4].

Легалізація може стимулювати розвиток галузі віртуальних активів, включаючи блокчейн технології та інші інноваційні проєкти. Законодавча підтримка сприяє залученню інвестицій, створенню нових робочих місць та забезпечує для розвитку цього сектору економіки. Припускаємо, що у недалекому майбутньому нематеріальний цифровий актив матиме розвиток платіжних карток, здатних шляхом прямого доступу до віртуальних гаманців, розвиток мережі віртуальних обмінників як сервісів, що пропонують потрібні послуги з обміну віртуальних активів між собою та на фіатні валюти чи навіть зберігання коштів, у тому числі на депозитах на віртуальних біржах, подібно до того, як зараз це відбувається на WhiteBIT (українська віртуальна біржа). Захист активів та даних клієнтів майданчика — пріоритет компанії.

На WhiteBIT він засновується на підтвердженні особи користувача, постійному моніторингу вхідного трафіку та фінансової активності користувачів, порівнянні їх з партнерами та виявленні підозрілої активності. Це складні алгоритми, які допомагають зберігати чистоту активів, що курсують на біржі. Користувач також може самостійно ввімкнути функції антифішингу та двофакторної аутентифікації. Українські віртуальні біржі працюють згідно з міжнародним законодавством, а інформацію про використовувані методи захисту можна знайти у них у правилах/політиці використання або в окремому розділі меню [9].

Стрімкий розвиток штучного інтелекту (далі — ШІ), а саме у фінансовій системі вимагає постійного оновлення фінансового права та сприяє створенню ефективної та безпечної фінансової системи. Конкретно у сфері використання фінансового права досить полегшить роботу, як приклад, може бути, обробка даних, аналіз ризиків та детектування шахрайства. Прискорення та вирішення юридичних питань, зменшення на адміністрування, все це можливо при правильному підході у використанні ШІ. Проте його застосування є недосконалим і можна стикатись з труднощами в аналізі та розумінні нюансів правових вимог, що можуть призводити до неправильних висновків або незрозумілих рекомендацій, враховуючи, що ШІ аналізує великі обсяги даних, але може бути важким для нього враховувати суть індивідуальних випадків, який часто є важливим у фінансовому праві. Як новий інструмент ШІ, є досить цікавим і може бути корисним інструментом в підтримці та автоматизації деяких процесів у фінансовому праві, але людський елемент та експертність юристів залишаються незамінними при прийнятті складних правових рішень та забезпеченні конфіденційності.

Джерела

1. Prevalence and risk factors of metabolic syndrome among teaching staff of engineering colleges in central india / S. Agrawal та ін. *Journal of preventive medicine and care*. 2020. Т. 3, № 2. С. 8–16. URL: https://doi.org/10.14302/issn.2474-3585.jpmc-20-3672 (дата звернення: 07.01.2024).
2. *Наконечний С.* Криптовалюти в Україні. *Юридична Газета*. Юридична газета – онлайн версія. URL: https://yur-gazeta.com/publications/practice/informaciyne-pravo-telekomunikaciyi/kriptovalyuti-v-ukrayini-.html (дата звернення: 15.01.2024).
3. Крипторинок: розвиток у 2022 та тренди 2023. *finance.ua*. URL: https://finance.ua/ua/goodtoknow/kryptorynok-rozvytok-u-2022-i-trendy-2023 (дата звернення: 15.01.2024).
4. Про віртуальні активи : Закон України від 17.02.2022 р. № 2074-IX. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2074-20#Text (дата звернення: 15.01.2024).
5. Про запобігання та протидію легалізації (відмиванню) доходів, одержаних злочинним шляхом, фінансуванню тероризму та фінансуванню розповсюдження зброї масового знищення : Закон України від 06.12.2019 р. № 361-IX : станом на 30 черв. 2023 р. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/361-20#Text (дата звернення: 15.01.2024).

6. Про цифровий контент та цифрові послуги : Закон України від 10.08.2023 р. № 3321-IX. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3321-20#Text (дата звернення: 15.01.2024).
7. Про внесення змін до Цивільного кодексу України щодо розширення кола об'єктів цивільних прав : Закон України від 10.08.2023 р. № 3320-IX. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3320-20#Text (дата звернення: 21.01.2024).
8. Цивільний кодекс України : Кодекс України від 16.01.2003 р. № 435-IV : станом на 10 черв. 2023 р. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15#Text (дата звернення: 21.01.2023).
9. Українська біржа криптовалют WhiteBIT: можливості та переваги | White Blog. *WhiteBIT Blog*. URL: https://blog.whitebit.com/uk/benefits-of-whitebit-cryptocurrency-exchange/#heading-text-1-0 (дата звернення: 21.01.2024).

Д. І. ТОЧКО
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

О. В. ВАЛЕНТІЄВА
канд. екон. наук, доц.
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

КАДРОВИЙ ПОТЕНЦІАЛ ЯК КОНКУРЕНТНА ПЕРЕВАГА ПІДПРИЄМСТВА

У сучасних соціально-економічних умовах все більша увага приділяється питанням, пов'язаним з аналізом і розумінням ролі кадрового потенціалу в діяльності підприємства. Від ефективності управління кадровим потенціалом залежить продуктивність праці в конкретних умовах, соціально-психологічний клімат в колективі, рівень трудової мотивації персоналу. Тому актуальними є питання дослідження підходів до визначення сутності, структури кадрового потенціалу, пошуку ефективних інструментів та необхідних умов формування та розвитку кадрового потенціалу організації у довгостроковій перспективі.

Термін "кадровий потенціал" став широко використовуватися в науці з 1990 року і досліджуватися стосовно персоналу підприємства, організації, органів державної влади, галузі, регіону.

Кадровий потенціал підприємств можна визначити як цілісність людських ресурсів, і навіть людського й соціального капіталу фірми [1]. Людський ресурс означає комплекс успадкованих, природних якостей людини, а людський капітал є формою накопичених якостей. Соціальний капітал формується протягом трудової діяльності у взаємовідносинах між співробітниками. Він сприяє підвищенню як індивідуальної, так і спільної продуктивності, будучи невід'ємним компонентом кадрового потенціалу.

Для підприємств збільшити кадровий потенціал — це не головна задача. Потрібно прагнути до ефективного використання вже наявного на даний момент кадрового потенціалу, тому сконцентрувати увагу організації необхідно на способах його розвитку, що включає в себе використання технологій, що забезпечують удосконалення потенціалу співробітника. Як способи розвитку можна виділити розробку організаційної культури, що здійснює правильний вплив на хід роботи персоналу та створення здорового мікроклімату в компанії, проведення семінарів та форумів, присвячених питанням управління персоналу, де менеджери різних сфер діляться досвідом, а також удосконалення оргструктури і самоосвіта співробітників. Компаніям обов'язково слід проводити тренінги щодо впровадження інноваційних практик, оскільки такі знання не завжди можна отримати на підприємстві. Відповідно, при збільшенні кадрового потенціалу організації збільшується і ефективність її діяльності, і конкурентоспроможність як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках.

Сучасними елементами інноваційних моделей удосконалення кадрового потенціалу є:

1. НТП у галузі розвитку комп'ютерно-інформаційних економічних систем, що вносить зміни до роботи згідно з вимогою від співробітників нових умінь, навичок, високої компетентності, творчості та мислення.

2. Спрямованість виробництва на задоволення потреб клієнтів і підвищення якості продукції. Тут має місце переорієнтація на дрібносерійне виробництво із багатосерійного. Збільшує потребу у розвитку творчих здібностей та реалізації кадрового потенціалу попит на продукцію, що швидко змінюється.

3. Зміна в організації праці шляхом впровадження колективних форм трудової діяльності вимагає від працівників додаткової серйозності, відповідальності та інтересу у досягненні найкращих результатів [2].

Інноваційна діяльність персоналу — головний чинник інноваційної діяльності підприємства. Управління інноваційною діяльністю працівників являє собою спільну безперервну роботу всього колективу, що постійно розвивається, спрямовану на вдосконалення рівня інноваційності персоналу в умовах сучасної економіки та глобальної конкуренції. Під інноваційністю мають на увазі бажання працівників трансформувати свої ідеї в нові технології, реалізовувати їх, активно освоювати нові методи роботи. Інноваційну активність можна демонструвати по-різному: побудова комунікацій усередині компанії, висування нових ідей, саморозвиток або креативне мислення.

Отже, значення кадрового потенціалу в підвищенні конкурентоспроможності та ефективності діяльності підприємства постійно зростає, і тому все частіше ведучі компанії беруть на озброєння широкий асортимент методів розвитку кадрового потенціалу шляхом підвищення продуктивності праці працівників, надання можливості для розвитку їх професійно-кваліфікаційних навичок, удосконалення системи мотивації та стимулювання персоналу, покращення морально-психологічного клімату в трудовому колективі.

Джерела

1. *Горбоконь В. Ю.* До питання оцінки кадрового потенціалу підприємства. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. Серія Економічні науки. 2016. Вип. 17. Ч. 1. С. 64–69.
2. *Герасименко О. О., Курко О. В.* Удосконалення кадрового потенціалу інноваційних підприємств на основі компетентнісного підходу. *Вчені записки*: зб. наук. пр. М-во освіти і науки України, ДВНЗ "Київ. нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана"; відп. ред. А. Ф. Павленко. Київ: КНЕУ, 2012. Вип. 14. Ч. 2. С. 109–114.

Є. М. ТРИШНОВСЬКИЙ

Державний університет "Житомирська політехніка"

МЕХАНІЗМИ РОЗРОБКИ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ В СОЦІАЛЬНІЙ СФЕРІ НА ОСНОВІ ПРОЄКТНОГО ПІДХОДУ

На протязі багатьох десятиліть у ході реалізації державної політики застосовувався програмно-цільний метод. В умовах нової реальності все більш важливим фактором успіху стає забезпечення гнучкості та модифікованості системи управління для максимально швидкого та ефективного реагування на істотні зміни зовнішнього середовища. Як ніколи раніше, створеним стає проектно-орієнтований підхід до управління, який розглядає суттєву кількість ризиків, невизначеності та змін як данність і забезпечує учет цих факторів при плануванні та реалізації робіт [1]. При цьому, при реалізації державної програми, в рамках програмно-цільного методу, мають місце:

- невідповідність отриманих результатів раніше поставленим цілям;
- відсутність використання відкладених механізмів результатів попередніх років у проектах наступних років;
- відсутність взаємної довіри до прийнятих учасниками програмою рішень (непрозорість процесу ухвалення рішення, відсутність взаємної відповідальності).

Для досягнення видимих результатів та головної мети державної політики у соціальній сфері бачимо необхідним застосування підходів управління проектним циклом [2], який забезпечує структуру для: розвитку ідей проекту протягом усього проектного циклу (релевантні); розробки проектів (здійсненні, реалістичні); оптимальної реалізації через оцінку; підвищення стійкості результатів через залучення зацікавлених сторін.

Перевага методики управління проектним циклом полягає в тому, що вона: об'єднує етапи в цикл таким чином, що проектні цілі та питання стійкості залишаються в центрі уваги протягом усього життя проекту; ключо-

ва роль належить зацікавленим сторонам, повною мірою включені у процес прийняття рішення. Це дозволяє розширити межі політики та збільшити шанси на отримання стійких та ефективних результатів; дозволяє уникнути перевитрати бюджетних коштів, домогтися виконання засад раціонального державного управління.

Правильне планування, моніторинг та оцінка лежать в основі покращення результативності діяльності, забезпечують безперервний зв'язок між минулими подіями, сьогоденнями та майбутніми ініціативами та результатами.

Використання проектного циклу у державній політиці забезпечить структуру для поетапного, поінформованого та логічного прийняття рішень на всіх стадіях життя проєкту чи програми.

Державі як суб'єкту управління державною політикою належить провідна роль. Його місцезнаходження та значимість у системі державного управління визначаються масштабністю виконуваних дій, а держава фігурує як основа громадського інституту. За своєю суттю це штучний процес, що перетворює державне управління із системи "реагування на проблеми" на систему, здатну пристосувати можливості держави та суспільства до можливостей середовища.

Державна політика розвитку будь-якої держави, що підтримується методологією управління проектним циклом та логіко-структурним підходом, діє відповідно до стратегії держави, в якій визначено пріоритети, цілі та завдання.

Підвищенню результативності державної політики та її стійкості розвитку на місцевому рівні може також сприяти територіально орієнтований підхід (далі — ТОР), в рамках ТОР територія розглядається як єдиний природний, демографічний, соціально-економічний та історико-культурний об'єкт зі своїми проблемами та індивідуальними способами їх рішення, що є найбільш актуальним для багатонаціональних держав. До основних принципів ТОР належить:

- інклюзивність (загальність) — підтримка інтересів усіх представників місцевої спільноти території, а не окремої категорії чи соціальної групи населення;
- партисипативність (громадська участь) — залучення місцевих спільнот та всіх зацікавлених (влада, населення, бізнес) до обговорення проблем території, у процес прийняття рішень та планування розвитку; спосіб мотивації влади та населення до взаємодії при перерозподілі повноважень та відповідальності "зверху-вниз". Розвиток розглядається як партнерство, процес взаємодії та об'єднання зусиль населення та влади;
- інтегрованість (комплексність та системність) — визначення проблем території та шляхів їх вирішення на основі комплексного розгляду соціальних, економічних та екологічних факторів у контексті концепції сталого розвитку.

Джерела

1. Project Management Body Of Knowledge (2023). https://www.pmi.org/?utm_job_number=36&utm_region_name=europe&utm_funnel_stage

2. Загальна теорія держави і права: підручник / за ред. М. В. Цвіка, О. В. Петришина. Харків: Право, 2009. 584 с.

М. А. ТУПАЛО,
О. О. ЛИСИЧЕНКО
канд. екон. наук, доц.
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

ПРОБЛЕМА ПРОТИДІЇ ЛЕГАЛІЗАЦІЇ ДОХОДІВ, ОТРИМАНИХ ЗЛОЧИННИМ ШЛЯХОМ

Проблема протидії легалізації доходів, отриманих злочинним шляхом, відома як "відмивання коштів" або "білий лавандос", є серйозним глобальним викликом для правопорядку та фінансової системи. Це явище створює численні проблеми для суспільства та держави, і його боротьба є пріоритетом для багатьох країн

До факторів, що сприяють поширенню відмивання грошей можна віднести: глобалізація, складність виявлення, транскордонний технологічний прогрес, слабкий регуляторний нагляд, мережі організованої злочинності.

Наслідки відмивання грошей значні та багатогранні: економічні, соціальні та політичні, глобальні наслідки. Зусилля по боротьбі з відмиванням грошей включають законодавчі реформи, посилення правил і міжнародну співпрацю. Основні аспекти цієї проблеми включають:

1) Походження коштів: легалізація доходів, отриманих злочинним шляхом, починається з необхідності "відмиття" грошей, які вже мають незаконне походження. Це може бути пов'язано з корупцією, наркоторгівлею, контрабандою тощо;

2) Фінансовий сектор: Легалізатори можуть використовувати фінансові установи для приховування походження коштів. Це вимагає ефективних заходів з боротьби з фінансовою корупцією та вдосконаленням систем виявлення та повідомлення про сумнівні транзакції;

3)Законодавство та судова система: Наявність відповідного законодавства та ефективної судової системи для притягнення до відповідальності тих, хто здійснює легалізацію, важлива для успішної боротьби з цим явищем;

4) Міжнародне співробітництво: багато злочинців ведуть діяльність на міжнародному рівні, тому ефективна протидія легалізації доходів вимагає міжнародного співробітництва та обміну інформацією між країнами;

5) Превенція:крім боротьби зі скоєними діями, важливо вдосконалювати системи превенції, щоб ускладнити процес легалізації злочинних доходів;

6) Технологічний аспект: використання технологій, таких як блокчейн та інші інновації у фінансовому секторі, може допомогти полегшити виявлення та відслідковування сумнівних транзакцій.

Вирішення проблеми відмивання грошей потребує багатоаспектного підходу: посилений законодавчий інструментарій, розширене міжнародне співробітництво, технологічні інновації, обізнаність та освіта громадськості [1, с. 15].

Проблема легалізації злочинних доходів у сучасній економіці шляхом відмивання грошей є глобальним викликом, який загрожує економічній стабільності, довірі суспільства та міжнародним відносинам. Вирішення цієї проблеми потребує скоординованих зусиль, що охоплюють суворі законодавчі заходи, міжнародну співпрацю, технологічні інновації та підвищення обізнаності громадськості. Прийнявши цілісний підхід, країни можуть пом'якшити вплив відмивання грошей, захистити свою економіку та стримувати злочинну діяльність, тим самим сприяючи більш безпечній і прозорій глобальній фінансовій системі [2, с. 360].

Для боротьби з цією проблемою необхідно вдосконалювати міжнародне співробітництво та систему моніторингу фінансових операцій, зміцнювати законодавство та впроваджувати ефективні заходи проти легалізації злочинних доходів. У багатьох країнах створюються спеціальні служби та органи для ефективного контролю за легалізацією доходів злочинного походження. Національні та міжнародні організації співпрацюють для розробки імовірностей та стратегій протидії цьому явищу.

Джерела

1. *Drozd, O., Pavlenko, S., Sevruk, V.* Theoretical and legal analysis of foreign experience on illegal amber production: Environmental and economic aspects. *Asia Life Sciences.* Issue 2, December 2019, P. 1–19.
2. *Yunin O., Sevruk V., Pavlenko S.* Priorities of economic development of Ukraine in the context of european integration. B*altic Journal of Economic Studies.* Vol. 4. Number 3. Riga: Publishing House "Baltija Publishing", 2018, p. 358–365.

О. В. ТУРІК
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

Л. П. ШАПОВАЛ
канд. екон. наук, доц.
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

УПРАВЛІННЯ ЕФЕКТИВНІСТЮ ПРАЦІ ПЕРСОНАЛУ НА ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Поняття ефективності в цілому та ефективності праці, зокрема, є ключовими в економічній науці. Показники ефективності розглядаються як маркери успішного розвитку економіки та базами для висновків про результативність управлінських рішень на будь-якому рівні. У зв'язку з цим актуальність досліджень проблем, пов'язаних з ефективністю, не знижується.

Ефективність трудової діяльності заведено розглядати як частину ефективності суспільного виробництва, оскільки праця, своєю чергою, є одним з основних чинників виробництва.

Підвищення ефективності процесів на підприємстві неможливе без відповідного зростання продуктивності праці. Адже всім відомо, що забезпеченість висококласним обладнанням не приведе до успіху без ефективної роботи персоналу підприємства.

Отже, найважливішим питанням в управлінні підприємством є питання ефективності роботи системи оцінки персоналу. Дані системи служать інформаційною основою для прийняття раціональних управлінських рішень в системі менеджменту підприємства [1].

Адже лише розвиток професійних навичок персоналу та адекватне їх використання у виробничій діяльності, підкріплений системою мотивації, дає усвідомлену робочу поведінку, ставлення до роботи та, відповідно, високу результативність діяльності підрозділів підприємства і підприємства в загалом.

Управління співробітниками ґрунтується на заохоченні їх вкладу та цілеспрямованому розвитку їх потенціалу в сучасному бізнесі. Підставою для виконання поставлених завдань є постійний моніторинг та оцінка роботи, усунення небажаних розбіжностей, рішення питань винагороди та розвитку персоналу.

Ефективно організована праця служить провідним фактором підвищення продуктивності праці, забезпечуючи краще використання матеріалів та людських ресурсів. Продуктивність праці, виступаючи певним вимірником кількісної і якісної складових використання праці, дозволяє виявити як динаміку процесів, так і сукупність результуючих параметрів, як основи виявлення резервів підвищення ефективності діяльності підприємств.

Оскільки продуктивність співробітників безпосередньо впливає на продуктивність підприємства, ефективність управління продуктивністю праці є обмежуючим чинником успіху підприємства. Тому управління продуктивністю праці має носити систематичний і всеосяжний характер.

Управління продуктивністю праці може бути визначене як системний, комплексний підхід до підвищення ефективності роботи організації шляхом розвитку продуктивності окремих працівників та колективів [2].

Для досягнення необхідної ефективності роботи організації останнім часом було створено безліч різних моделей управління продуктивністю праці. Але усі ці моделі містять один чіткий елемент — і це окремий співробітник, працівник з його здібностями, навичками, знаннями, особистими якостями, відносинами, внутрішньою мотивацією, зусиллям до роботи та готовністю забезпечити певну продуктивність і досягти певного рівня якості продукції.

Для управління продуктивністю підприємства необхідно створити умови, щоб системи оцінки трудових ресурсів були пов'язані з оцінкою загальної продуктивності підприємства. Тому слід встановити чіткі показники ефективності. Тільки за допомогою правильних критеріїв можна виміряти і, таким чином, керувати тим, як продуктивність окремих співробітників сприяє стійкому зростанню продуктивності підприємства.

Джерела

1. *Сиволап Л. А., Галіцина А. О.* Дослідження сучасних методів оцінки персоналу. *Ефективна економіка.* 2021. № 11. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=9560 (дата звернення: 12.01.2024).
2. *Глущенко Л. Д., Пілявоз Т. М., Коваль Н. О.* Управління персоналом у сучасній структурі управління підприємством. *Економіка та суспільство.* 2022. № 35.

Г. В. ФЕДИШИН
Львівський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

М. В. СУХОДІЛЬСЬКА
Львівський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

МОНІТОРИНГ КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА СУЧАСНОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ

Якщо компанія більш оригінальна в певній сфері або в певній країні, вона буде більш успішною і на інших ринках. Крім того, можна сказати, що ця нова конкурентна стратегія дуже позитивно сприйнята ТОП-менеджментом компаній, особливо тих, що мають вищу освіту.

Дослідження цієї важливої теми менеджменту є актуальним, оскільки під час війни Україна має не великі шанси у конкурентній боротьбі з імпортованою продукцією. Проте, знання сучасних менеджерів допоможуть вберегти існуючі конкурентоспроможні позиції послуг і товарів на ринку, а набутий досвід дасть можливість побудувати перспективи розвитку сучасних підприємств.

Отже, один з напрямків підвищення конкурентоспроможності — є зростання обсягів реалізації продукту (послуг чи робіт). Слід враховувати, що підвищення обсягів реалізації саме по собі не принесе бажаних результатів, оскільки при цьому не враховуються такі важливі показники, як величина витрат підприємства, його прибуток і т. д. При організації виробничого процесу та плануванні обсягів відповідно до цього методом необхідно вирішити ряд завдань, одним з найважливіших з яких є визначення обсягу реалізації продукту, при якому буде забезпечена беззбиткова виробнича діяльність.

Ще один напрямок — це поліпшення якості продукту, що випускається, що зробить вплив на: прискорення НТП, освоєння нових ринків, збільшення експорту, процвітання. Рішення проблеми якості продукту підніме імідж підприємства у покупців, стане запорукою виходу на зовнішній ринок, а також буде основою для отримання максимального прибутку [4].

Ефективні поради з приводу антикризового управління, маркетингового, інвестиційного консалтингу та рекрутингу надаються на нашому ринку більшою мірою іноземними консалтинговими фірмами. У свою чергу кількість вітчизняних фірм збільшується дуже повільно і представлені вони здебільшого суб'єктами які надають консалтингові послуги в 1–2 напрямах, тоді як в розвинених країнах існує тенденція до інтеграції та надання цілісних пакетів послуг.

"Дослідження загальної структури ринку послуг України дозволяє стверджувати, що відсоток наукомістких послуг, до яких слід відносити і бізнес-консалтинг, в 3 рази менший за загальний обсяг не наукоємних послуг" [1, с. 6].

Зараз ми маємо наступні тенденції на ринку послуг з консультування:

1) "постійне зростання впливу процесів глобалізації та діяльності іноземних консалтингових фірм;

2) відставання консалтингу по темпах розвитку від інших видів послуг через низький попит, який є результатом недовіри та недалекоглядності підприємців, відсутності культури роботи з незалежними експертами;

3) орієнтація більшості бізнес-консультантів на надання послуг у сфері юридичної підтримки та оптимізації податкових платежів (а пропозицію тут народив попит);

4) повільні темпи інтеграції національних фірм до міжнародної системи бізнес-консалтингу;

5) тяжіння національних та іноземних консалтингових компаній тільки до столичного регіону (понад 75 % за кількістю компаній та 85 % за обсягами продажів)" [2].

Однак, неможливо не підкреслити і деякі позитивні зрушення:

1. "зростання впливу міжнародних інституцій та професійних організацій;
2. випереджальне зростання IT та фінансового консалтингу;
3. зростання попиту на інвестиційний консалтинг" [2].

Тобто, українські фірми в першу чергу прагнуть досягти фінансової стабільності більш- менш класичними заходами. Найбільша концентрація продуктів фінансового консалтингу зосереджуються в металургійній та харчовій промисловості. IT-консалтинг використовується майже в усіх галузях виробництва [3].

Ера комп'ютеризації вимагає проведення раціонального оснащення бізнесу новітніми програмними продуктами. Вони допомагають стандартизувати діловодство, процеси надання звітності і, авжеж, використовувати потенціал штучного інтелекту в процесі матеріального виробництва.

На рис. наведені ключові етапи формування конкурентної стратегії, а представлена характеристика кожного з зазначених етапів. Стратегія компанії формально знаходить власне відображення в документі, котрий називається стратегічним планом.

Обсяги споживання деяких не життєво необхідних продуктів (морозиво) напряму залежать від економічної стабільності в країні та рівня доходів населення, адже не є товарами першої необхідності. Отже, ці фактори є визначними у розвитку даної галузі.

Вибір стратегії удосконалення конкурентоспроможності продукції здійснюється за системою забезпечення конкурентоспроможності щодо підвищення конкурентних можливостей підприємства, зміцнення або утримання конкурентних позицій на ринку.

В даний час існує безліч шляхів конкуренції та стратегій організації: виробнича, організаційна, товарна, цінова і т. ін. Проте слід зазначити, що в основі будь-якої стратегії лежать певні конкурентні переваги. Стратегічне управління можна розглядати у тому числі і як менеджмент конкурентними перевагами.

Не можна не відмітити складність обрання дієвої конкурентної стратегії з усього переліку стратегій за умов неодмінного врахування всіх важливих чинників. Тому важливим кроком аналізу має стати розробка алгоритму ефективного обрання конкурентної стратегії, що враховує більшість ринкових чинників впливу, дозволяє проводити критичний кількісний та якісний аналіз стратегічних альтернатив та має на меті застосування оптимального комплексу інструментів. Це дасть змогу розробити конкурентну стратегію компанії та забезпечити її ефективну реалізацію.

До основних шляхів підвищення конкурентоспроможності можна віднести наступні:

- "детальне вивчення потреб споживачів та аналіз фірм-конкурентів;
- правильно та якісно обґрунтована рекламна політика фірми;
- створення товару-новинки та підвищення її якісних характеристик;
- пошук та забезпечення переваг товарів у порівнянні з товарами-субститутами;

Ключові етапи формування та здійснення конкурентної стратегії організації

Етап	Характеристика
Встановлення цілей	Формування та трактування коротко-, середньо- і довгострокових завдань компанії потребує ефективного підходу, так як це плацдарм для обрання конкурентної стратегії.
Оцінка зовнішнього оточення	Алгоритм оцінки організаційного середовища компанії, що ідентифікується з поточними і майбутніми погрозами та сприятливими можливостями, котрі можуть здійснювати вплив на досягнення ключових цілей
Оцінка внутрішнього оточення	Означення внутрішніх змін компанії, котрі можуть розглядатися як його сильні сторони, аналіз їх важливості та можливості стати базою конкурентних переваг. Оцінка складається з дослідження двох областей компанії: макросередовища (порівняння ресурсів компанії й ефективності їх використання з іншими організаціями галузі (регіону) для обрання оптимального конкурентного розвитку); мікросередовища (досліджується внутрішнє середовище тільки по конкретній стратегічній зоні господарювання (СЗГ): дослідження ресурсів підприємства в даній СЗГ; оцінка ефективності виробничо-збутової діяльності організації).
Формування мети і завдань	Характеристика за допомогою комплексного аналізу зовнішнього і внутрішнього оточення, рамок в діяльності компанії, загроз і можливостей, перспектив розвитку. Здійснення сформованої стратегії потребує розробки комплексу стратегічних альтернатив, котрі враховують специфіку цільового ринку.
Аналіз стратегічних альтернатив і вибір стратегії	Види критеріїв обрання альтернатив: реакція на можливості / загрози зовнішнього оточення; одержання конкурентних переваг; відповідність цілям компанії; реальність стратегії; відповідність стратегічним, фінансовим завданням і обмеженням.
План реалізації	Складання детального плану впровадження в життя обраної стратегії з означенням строків поетапної реалізації та очікуваних результатів.
Виконання стратегічних рішень	Проводиться в таких межах: 1) застосування адміністративних чинників; 2) використання економічних важелів, способом формування бюджету, використання системи показників та управління за цілями. Необхідно, щоб всі розроблені рішення довелись до відома певних виконавців під виглядом затверджених планів, наказів та інших розпорядчих документів.

Джерело: складено автором за [5]

- виявлення переваг і недоліків аналогічної продукції, і використання отриманих результатів у діяльності вітчизняних компаній;
- оновлення машин та обладнання;
- постійний контроль за зниженням собівартості товарів;
- покращення якості сервісу та обслуговування; диференціація виробляємих товарів;
- посилення впливу на споживачів наших товарів для забезпечення конкурентних переваг тощо" [6; 7].

Бізнес-консалтинг у розвинених країнах світу вважається ефективним механізмом досягнення стійкості підприємств. Це послуга, яка допомогає

бізнесу віднайти ефективну стратегію розвитку в умовах глобалізації та невизначеності економіки.

Отже, можна стверджувати, що процес підтримки високої конкурентоспроможності підприємства означає найбільш продуктивне використання всіх ресурсів, а через це воно стає більш прибутковим, ніж її головні конкуренти на ринку та підприємство здатно зайняти гідне місце на своєму сегменті ринку.

Джерела

1. *Друкер Петер.* Як забезпечити успіх у бізнесі: новаторство і підприємництво / пер. з англ. Київ : Україна, 2004. 241 с.
2. Економіка підприємства : підручник / під заг. ред. д.е.н., проф. Л. Л. Ковальської, проф. І. В. Кривов'язюка. Київ : ВД "Кондор", 2020. 620 с.
3. *Жихарєва В. В., Савельєва Т. М.* Формування стратегії розвитку підприємства в умовах невизначеності. *Економіка і суспільство.* 2017. Вип. № 9. С. 417–421.
4. Збірник бізнес-планів з коментарями і рекомендаціями / за ред. В. М. Попова. 4-те вид. Київ : ЦУЛ, КноРус, 2003. 382 с.
5. *Ігнатьєва І. А.* Стратегічний менеджмент : підручник. Київ : Каравела, 2019. 464 с.
6. *Ким Чан В., Моборн Рене.* Стратегія блакитного океану. Як створити безхмарний ринковий простір і позбутися конкуренції. Київ : КСД, 2018. 384 с.
7. *Ковтун О. І.* Стратегія підприємства : підручник. Львів : Новий світ-2000, 2014. 680 с.

Науковий керівник:
М. В. Оліховська, канд. екон. наук, доц.

Г. Д. ФЕДОСОВА
здобувачка
Харківський національний університет міського господарства ім. О. М. Бекетова

ОСНОВИ ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ В ЄВРОПЕЙСЬКОМУ КОНТЕКСТІ

Україна, яка визнається демократичною, соціальною та правовою державою, та обрана європейським курсом розвитку, повинна впроваджувати європейські стандарти, адаптувати своє законодавство до норм Європейського Союзу та вживати інші заходи, спрямовані на наближення до стандартів, визначених в Угоді про асоціацію між Україною та Європейським Союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії та їхніми державами-членами від 27 червня 2014 року. В цьому контексті, вагоме значення набуває концепція "належного урядування" (good governance), яка суттєво

впливає на взаємини між суб'єктами публічної адміністрації та приватними особами.

Визначення чітких принципів належного урядування є тривалим процесом. Програма розвитку ООН "Управління та Сталий розвиток людини" від 1997 року встановила набір принципів, які стали широко визнаними. Ця програма включала всього п'ять принципів належного урядування [1]:

1. Легітимність і голос — цей принцип ставив перед собою два завдання — забезпечення участі та досягнення консенсусу. Участь полягала в тому, щоб всі громадяни могли брати участь у процесі ухвалення рішень через прозорі і легітимні механізми представництва. Консенсус означав здатність досягнення широкого згоди щодо політики та процедур.

2. Напрям — цей принцип визнавав необхідність стратегічного бачення, яке вирішувалося як лідерами, так і громадськістю.

3. Продуктивність — цей принцип включав дві складові — чуйність та ефективність. Чуйність означала здатність установ і організацій служити всім зацікавленим сторонам, тоді як ефективність полягала у досягненні результатів, які задовольняли потреби суспільства за рахунок оптимального використання ресурсів.

4. Підзвітність — цей принцип передбачав, що особи, які приймають управлінські рішення, повинні бути підзвітні громадськості та зацікавленим сторонам.

5. Справедливість — цей принцип втілювався у двох напрямках — рівності можливостей та верховенства права. Рівність можливостей передбачала, що всі громадяни мають однакові можливості покращення свого становища, тоді як верховенство права означало, що закони повинні бути справедливими та неупередженими, зокрема, щодо захисту прав людини.

Ці, початкові п'ять принципів належного урядування, які були сформульовані у 1997 році, були розширені та перетворені у 2008 році. Стратегія з інновацій та належного урядування на місцевому рівні, затверджена Комітетом міністрів Ради Європи, визначила дванадцять принципів належного урядування для державних органів та управління ресурсами, які включають [2]:

1. Чесне проведення виборів, представництво та участь.
2. Чуйність.
3. Ефективність та результативність.
4. Відкритість та прозорість.
5. Верховенство права.
6. Етична поведінка.
7. Компетентність та ємність.
8. Інновації та відкритість до змін.
9. Стійкість та довгострокова орієнтація.
10. Правильний фінансовий менеджмент.
11. Права людини, культурне різноманіття та соціальна згуртованість.
12. Підзвітність.

Національні дослідження можуть пропонувати різні підходи до кількості та формулювання принципів належного урядування. Наприклад, це можуть

бути дев'ять принципів, які включають участь, верховенство права, прозорість, відповідальність, орієнтацію на консенсус, справедливість, ефективність, підзвітність та стратегічне бачення, або вісім принципів, які охоплюють участь у прийнятті рішень, відкритість і прозорість, доброчесність та етична поведінка, ефективність, компетентність та спроможність, інноваційність та відкритість до змін, стійкість та довгострокова орієнтованість, повагу до прав людини та культурної різноманітності, а також забезпечення соціальної згуртованості та підзвітності. Ураховуючи ці відмінності, важливо пам'ятати про фундаментальні принципи належного урядування та досліджувати їх в контексті їх взаємозалежності, оскільки це є ключем до якісного та ефективного управління.

Джерела

1. Principles of good governance. URL: http:// msulocalgov.org/technicalassistance/ Principles%20 of%20Good%20Governance.pdf
2. 12 Principles of Good Governance. Council of Europe – official web-portal. URL: https://www.coe. int/en/web/good-governance/12-principles

Науковий керівник: *Ю. І. Лях, д-р філософії, ст. викладач кафедри менеджменту і публічного адміністрування*

К. О. ХОРОШМАН

Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

СПЕЦИФІКА ЗАСТОСУВАННЯ КОМПЛЕКСНОЇ ГРАМАТИЧНОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ В ПЕРЕКЛАДІ

Певні труднощі, які виникають в процесі відтворення тексту перекладу з іноземної мови на рідну, суттєво ускладнюють досягнення перекладачем основної мети його роботи — адекватності перекладу вихідного тексту. Тому насьогодні однією з головних умов професійно виконаного перекладу є застосування перекладацьких перетворень (трансформацій), що застосовуються на різних рівнях. Трансформації лежать в основі більшості сучасних прийомів перекладу і полягають у зміні формальних або семантичних компонентів вихідного тексту, зберігаючи при цьому ключову інформацію, що потребує передачі. Відповідно, зміна формальних компонентів вимагає лексичних або граматичних трансформацій, а зміна семантичних — семантичних трансформацій [6].

Вивченню суті, причин, доцільності та специфіки застосування перекладацьких трансформацій присвячені численні наукові роботи як вітчизняних, так і зарубіжних дослідників, зокрема, В. І. Карабана, І. В. Корунця, А. В. Мамрака, О. В. Ребрія, Т. Б. Козак та багатьох інших. Однак проблема

перекладацьких трансформацій, зокрема, і граматичних, завжди залишається актуальною, оскільки досить часто носить індивідуальний характер.

Загалом, існує дві основні причини застосування граматичних трансформацій в перекладі: 1) об'єктивні (пов'язані з культурними відмінностями носіїв мов, наявністю різних чи відсутністю певних граматичних структур тощо); та 2) суб'єктивні (нестача часу в умовах усного перекладу, індивідуальний стиль перекладача, його належність до мови оригіналу чи перекладу тощо) [4]. Тож, під граматичною перекладацькою трансформацією розуміється зміна граматичних характеристик слова, словосполучення або речення у перекладі, що застосовується з метою уникнення граматичного буквалізму [3]. Вони запобігають буквальному перекладу, адаптують його відповідно до норм мови перекладу та сприяють досягненню кінцевої мети — адекватності перекладу.

Дослідження специфіки та частоти застосування граматичних трансформацій в перекладі ґрунтувалося на класифікації, запропонованій В. І. Карабаном [1]: перестановка (пермутація) — 14,4 %, заміна (субституція) — 26,2 %, додавання — 11,3 %, вилучення — 17,4 % та комплексна трансформація — 30,7 %.

Сутність комплексної граматичної трансформації, що є найчисельнішою (30,7 %), полягає в одночасному застосуванні двох і більше простих граматичних перетворень з об'єктивних та суб'єктивних причин, наприклад, перестановки та вилучення, заміні та додаванні тощо [3]. Наприклад: *For a moment she had a picture before her mind's eye of that beggar with the tousled head in the blue rag through which you saw the emaciated limbs...* [5]. — *Деякий час перед її очима виспіла картина того жебрака зі скуйовдженою головою замотаного в синій килим, через який виднілися його виснажені руки...* [2].

Наведений вище приклад демонструє ряд граматичних трансформацій різного рівня: словосполучення *had a picture before her mind's eye* було відтворено з уточненням дієслова *have*, при цьому, як надлишковий, було вилучено компонент *mind*; задля конкретизації при передачі українською мовою словосполучення *in the blue rag* було застосовано додавання — *замотаного в синій килим*; з метою заміни активного стану англійського речення на пасивний в перекладі використано субституцію — *through which you saw the emaciated limbs — через який виднілися його виснажені руки*.

Таким чином, за результатами проведеного дослідження, максимальна поширеність комплексної граматичної трансформації, особливо у випадку перекладу з англійської мови на українську, зумовлена, головним чином, численними розбіжностями в граматичному складі досліджуваних мов, глибина та суть яких робить неможливим застосування перекладацьких перетворень, обмежуючись лише одним рівнем, досягаючи при цьому адекватності перекладу та не порушуючи норм рідної мови.

Джерела

1. *Карабан В. І.* Посібник-довідник з перекладу англійської наукової і технічної літератури на українську мову. Ч. 1. Грамат. труднощі. Київ : TEMPUS, 1997. 317 с.

2. *Моем В. С.* Розмальована вуаль. Харків : Книжковий клуб, 2016. 224 с.
3. *Науменко Л. П., Гордєєва А. Й.* Практичний курс перекладу з англійської мови на українську: навч. посіб. Вінниця : Нова книга, 2011. 136 с.
4. *Шишко А. В., Луканська Г. А.* Граматичні трансформації в художньому перекладі. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету.* Серія: Філологія. 2019. № 43. С. 125–128.
5. *Maugham W. S.* The Painted Veil. К. : Знання, 2008. 287 с.
6. *Newmark P.* About Translation. Clevedon (England): Philadelphia Multilingual Matters, 1991. 184 p.

Науковий керівник:
Г. А. Луканська, старший викладач

О. С. ЧЕРНЯК

здобувачка першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
спеціальності Міжнародні економічні відносини
Національний університет "Львівська політехніка"

СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ ЛЬВОВА З ПОЧАТКОМ ПОВНОМАСШТАБНОЇ ВІЙНИ

З початку 24 лютого 2022 року життя мільйонів українців, включно з мешканцями Львова, кардинально змінилося з початком повномасштабної війни росії проти України. Окрім жахливих людських втрат та руйнувань, війна спричинила ряд соціально-економічних проблем для міста.

Зростання безробіття є однією з актуальних проблем. За даними Львівської обласної державної адміністрації, станом на 1 грудня 2023 року рівень безробіття у Львові досяг 7,2 %, що на 2,5 % вище, ніж перед війною. Це пов'язано з закриттям численних підприємств, переселенням бізнесу та значним збільшенням конкуренції на ринку праці через приплив внутрішньо переміщених осіб (ВПО).

Влада вирішує цю проблему шляхом:

- Створення нових робочих місць: Львівська міська рада спільно з Державною службою зайнятості організовує ярмарки вакансій, тренінги та курси перекваліфікації для ВПО.
- Підтримка малого та середнього бізнесу: місто надає кредити, гранти та податкові пільги для підприємців, які постраждали від війни.
- Прикладом успішної боротьби з безробіттям є програма, яка допомогла понад 10 000 переселенцям знайти роботу [1].

Зниження доходів населення також негативно впливає на соціально-економічну ситуацію. Внаслідок війни багато людей втратили роботу або заробітню плату, що привело до зниження купівельної спроможності. За даними

Державної служби статистики, у 2023 році реальна заробітна плата в Україні зменшилася на 15,3 %.

Влада ухиляє цю проблему таким чином:

- Надання соціальної допомоги: місто надає адресну допомогу малозабезпеченим сім'ям, ВПО та людям, які втратили роботу через війну.
- Підтримка людей похилого віку та людей з інвалідністю: місто збільшило розмір соціальних виплат для цих категорій населення.
- Прикладом успішної боротьби з бідністю є програма "Львівська соціальна картка", яка надає пільги на проїзд, харчування та медикаменти для малозабезпечених людей.

Зростання цін на продукти харчування, енергетичні ресурси та інші товари стало ще однією проблемою для мешканців Львова. За даними Національного банку України, рівень інфляції в Україні у 2023 році досяг 26,6 %. Це робить життя людей більш дорогим і складним, особливо для тих, хто має обмежені доходи.

Влада вирішує цю проблему шляхом:

- Встановлення контролю за цінами: влада проводить моніторинг цін на продукти харчування та інші необхідні товари.
- Підтримка виробників: надають гранти та пільги для виробників, щоб стимулювати виробництво та стримувати зростання цін [2].

Зростання соціальної напруги стає небезпечною тенденцією, що може призвести до конфліктів та інших проблем. Війна та її наслідки, такі як безробіття, бідність, втрата житла та психологічні травми, негативно впливають на психоемоційний стан людей.

Влада намагається мінімізувати цю проблему шляхом:

- Підтримки психологічного здоров'я людей: місцева влада організовує психологічні консультації та тренінги для людей, які постраждали від війни.
- Забезпечення соціальної згуртованості: проводять різноманітні заходи для підтримки єдності та взаємодії серед населення.

Важливо враховувати, що влада та громадські організації активно працюють над розв'язанням цих соціально-економічних проблем. Спільні зусилля спрямовані на відновлення стабільності та поліпшення якості життя мешканців Львова в умовах воєнного конфлікту.

Наразі більше про Львів хочуть дізнаватися волонтери, які вже певний час проживають у місті, каже очільниця управління туризму Львівської міськради [3].

Проте, зазвичай їх цікавлять безкоштовні послуги, хоча бувають випадки, коли іноземці приїжджають з певною метою, аби фінансово підтримати Україну.

Джерела

1. Інформація для переселенців у Львові. Контакти, поселення, допомога. URL : https://tvoemisto.tv/refugees/ (дата звернення 30.01.2024)

2. Дивись.info “Не проґавте грант: три актуальні можливості для підприємців” URL : https://dyvys.info/2024/01/26/granty-dlya-biznesu-top-3-mozhlyvosti-na-lvivshhyni-7/ (дата звернення 30.01.2024)
3. Твоє місто “Крапля в морі”. Чи вдалося зберегти туризм у Львові попри війну” URL : https://tvoemisto.tv/exclusive/pislya_peremogy_v_ukraini_bude_turystychnyy_bum_a_lviv_stane_vhidnymy_vorotamy__eksperty_134940.html (дата звернення 30.01.2024)

Науковий керівник:
О. І. Корицька, канд. екон. наук

В. В. ЧУЙКО
Придніпровський інститут ПрАТ “ВНЗ “МАУП”

РОЛЬ СОЦІОКУЛЬТУРНИХ ФАКТОРІВ У ФОРМУВАННІ АЛКОГОЛЬНОЇ ЗАЛЕЖНОСТІ В СУСПІЛЬСТВІ

Соціокультурні впливи грають важливу роль у формуванні алкогольної залежності у суспільстві. Соціокультурні фактори включають норми, цінності, переконання, стереотипи та прийняті в суспільстві уявлення про споживання алкоголю [1]. Ось деякі аспекти соціокультурних впливів на алкогольну залежність:

Соціальна прийнятність:

• рівень соціальної прийнятності споживання алкоголю впливає на ризик розвитку алкогольної залежності. Коли споживання алкоголю сприймається як нормальна частина соціального життя або суспільних подій, існує більша ймовірність, що люди будуть вживати алкоголь в більших кількостях і регулярно.

Реклама та медіа:

• реклама алкоголю та присутність алкоголю в медіа можуть впливати на сприйняття та уявлення про споживання алкоголю. Позитивне зображення алкоголю в рекламі та медіа може підштовхувати людей до споживання та сприяти розвитку алкогольної залежності.

Культурні традиції та обряди:

• у деяких культурах алкоголь споживається як частина традиційних обрядів, свят та соціальних подій. Наявність алкоголю на таких подіях може підштовхувати людей до його споживання та сприяти формуванню залежності.

Соціальний тиск та вплив ровесників:

• соціальний тиск та вплив оточуючих людей, особливо ровесників, можуть мати значний вплив на споживання алкоголю. Бажання вписатись у певну соціальну групу або отримати підтримку ровесників може спонукати

людей до споживання алкоголю навіть у випадках, коли вони самі не відчувають потреби у ньому.

Система правил та регулювання:

• політика, закони та регулювання, пов'язані з продажом, рекламою та доступом до алкоголю, також можуть впливати на споживання та ризик розвитку алкогольної залежності. Наявність суворих правил та обмежень може зменшити доступність алкоголю та знизити ризик залежності [2; 3].

Отже, розуміння соціокультурних факторів, що впливають на алкогольну залежність, може допомогти в розробці ефективних стратегій зменшення шкідливого споживання алкоголю та попередження алкогольної залежності у суспільстві.

Джерела

1. *Гапонов К. Д.* Алкогольна залежність в умовах соціального стресу: епідеміологічні, клінічні і лікувальні аспекти. *Український вісник психоневрології*. 2016. Т. 24, № 4 (89). С. 54–60.
2. *Лобанов І. Ю.* Психосоціальна складова формування розладів, спричинених уживанням алкоголю в підлітковому віці. *Мед. психологія*. 2019. Т. 14. № 4. С. 83–85.
3. *Маркозова, Л. М.* Проблема залежності від алкоголю та інших психоактивних речовин. *Здоров'я України*. 2016. № 1 (Неврологія. Психіатрія. Психотерапія). С. 54–55.

Науковий керівник:
Л. А. Олексієнко, канд. пед. наук

Б. І. ШАДЕНКО,
В. Г. ГНОЄВИЙ
канд. екон. наук, доц.
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ МАУП"

РОЛЬ І ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ФІНАНСОВО-СТРАХОВОГО РИНКУ: ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

Фінансово-страховий ринок — це сегмент фінансового ринку, на якому здійснюється торгівля різноманітними видами страхових продуктів та фінансових інструментів, спрямованих на управління ризиками. Цей ринок включає в себе страхові компанії, перестраховувальні компанії, брокерів, агентів та інших учасників, які надають послуги страхування та управління ризиками.

Фінансово-страховий ринок є важливим аспектом глобальної економічної системи, забезпечуючи ефективний механізм захисту від фінансових ри-

зиків та сприяючи стабільності. Його роль у формуванні стійкого та захищеного фінансового середовища стає все більш критичною в умовах швидкої зміни економічного ландшафту.

Фінансово-страховий ринок виконує низку важливих ролей, що визначають його стратегічне значення в глобальному економічному контексті. Однією з ключових функцій є забезпечення можливості підприємствам та фізичним особам ефективного захисту від різноманітних фінансових ризиків, таких як природні катастрофи, технологічні аварії та економічні коливання.

Основна функція фінансово-страхового ринку полягає в захисті від фінансових ризиків шляхом укладання угод про страхування та використання різноманітних фінансових інструментів, таких як деривативи та облігації, для зменшення фінансових втрат внаслідок негативних подій або коливань на ринку.

Страхові компанії, що діють на цьому ринку, виступають інструментами для зменшення фінансових ризиків, надаючи клієнтам можливість перекладати частину ризиків на себе. Перестрахування виступає ще однією важливою сферою, де компанії можуть об'єднувати свої ресурси для ефективного управління значущими ризиками.

Останні тенденції на ринку свідчать про активне впровадження технологій та розвиток нових продуктів. Розширення продуктової лінійки страхових послуг, вдосконалення систем управління ризиками та постійний пошук нових інноваційних рішень стають стратегічними пріоритетами страхових компаній.

Цифрові технології, такі як штучний інтелект та блокчейн, відіграють важливу роль у розвитку ринку, спрощуючи процеси видачі полісів, управління клієнтською базою та аналізу даних. Це дозволяє страховим компаніям більш ефективно реагувати на зміни у фінансовому середовищі та надавати індивідуалізовані послуги клієнтам.

Фінансові інструменти, такі як деривативи та облігації, виступають не тільки як засіб для управління ризиками, а й як ключові складові для забезпечення фінансової стійкості страхових компаній. Вони дозволяють здійснювати ефективне балансування портфеля та зменшувати вплив фінансових труднощів на діяльність компаній.

Одним із основних викликів на сучасному фінансово-страховому ринку є адаптація до нових видів ризиків. Зміни клімату, кіберзагрози та інші нові виклики ставлять підприємства перед завданням розробки та впровадження нових стратегій страхування для ефективного вирішення сучасних проблем.

Перспективи ринку пов'язані з продовженням інноваційних підходів та використанням новітніх технологій. Збільшення усвідомленості громадськості та підвищення рівня страхової культури сприятимуть довгостроковому розвитку ринку та підвищенню його ролі у формуванні стійкої економічної системи. Страхові компанії, розглядаючи високий рівень конкуренції та зміни в економічному середовищі, виходять за межі традиційних підходів та активно реагують на нові виклики.

Важливим елементом є розробка продуктів, спрямованих на вирішення конкретних потреб клієнтів. Індивідуалізація страхових послуг стає важливим чинником у задоволенні різноманітних вимог різних сегментів ринку. Наприклад, страхування кібербезпеки стає все більш актуальним, враховуючи зростання кількості кіберзагроз та кібератак.

Однак важливо враховувати, що фінансово-страховий ринок також стикається з рядом викликів. Наприклад, зміни в кліматі призводять до нових видів природних ризиків, які можуть виникнути у різних частинах світу. Такі виклики вимагають від страхових компаній розробки страхових продуктів, що враховують конкретні особливості регіонів.

У світлі сучасних тенденцій та викликів фінансово-страховий ринок виступає ключовим інструментом у створенні економічної стійкості. Розвиток технологій, вдосконалення продуктів та стратегій, а також адаптація до нових видів ризиків є критичними елементами його динамічного розвитку.

Майбутнє фінансово-страхового ринку визначатимуть інновації, гнучкість та взаємодія з іншими сегментами глобальної економічної системи. Розуміння та врахування специфіки сучасних викликів дозволять страховим компаніям стати не лише захисниками від ризиків, а й активними учасниками у формуванні стабільної та стійкої економічної парадигми.

Джерела

1. *Адамович В.* Залучення іноземного капіталу до сектору страхових послуг України та Польщі: переваги й ризики. [Електронний ресурс]. Режим доступу : http://soskin.info/ea/2004/6/20040613.html.
2. *Жабинець О. Й.* Перестрахування як один з індикаторів фінансової безпеки ринку страхових послуг. *Науковий вісник НЛТУ України* : зб. наук.-техн. праць. Львів: РВВ НЛТУ України. 2009. Вип. 19.12. С. 187–192.
3. *Scott E. Harrington, Gregory R. Niehaus.* Risk Management and Insurance. Burr Ridge, Ill.: Irwin/McGraw-Hill, 1999. 674 p.

Т. Ю. ШЕНДЕР

аспірантка Державної установи "Інститут економіко-правових досліджень імені В. К. Мамутова Національної академії наук України"

АЛЬТЕРНАТИВНА ЕНЕРГЕТИКА УКРАЇНИ В УМОВАХ ЕКОНОМІЧНИХ ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ

За два роки повномасштабної війни економіка Україна вже зазнала суттєвого негативного впливу, зокрема, істотно погіршилась робота енергетичної галузі. Об'єкти енергетичної інфраструктури мають особливе економічне,

геополітичне та гуманітарне значення, тому саме вони найчастіше зазнають прицільних ракетних ударів ворога.

Повоєнне відновлення зруйнованих об'єктів енергетичної інфраструктури та економічний розвиток альтернативної енергетики у контексті глобалізаційних трансформацій є актуальним питанням, яке потребує адекватного правового супроводу.

"Із травня 2022 року Європейська Комісія ініціювала створення Платформи відбудови України — для того, щоб координувати роботу фінансових установ і донорських організацій, а також створити новий механізм Відбудувати Україну (RebuildUkraine). Це було схвально прийнято як значний крок уперед у фінансуванні роботи з відновлення та зближення економіки України з економікою ЄС" [1]. Так, у Плані Rebuild Ukraine наголошується на адаптації досвіду ЄС до безпрецедентних викликів відбудови України у рамках механізму відновлення та стійкості, при цьому значний акцент буде зроблено зокрема на приведенні у відповідність до кліматичних, екологічних політик і стандартів ЄС [2].

У червні 2022 року Європейська рада офіційно надала Україні статус кандидата на вступ до Європейського Союзу. Одним з напрямків сучасного розвитку європейських країн є збереження світової екосистеми, який досягається шляхом глобалізації сфери сучасної зеленої енергетики. Виконавчий віце-президент Європейської комісії з питань Європейського зеленого курсу Франс Тіммерманс зауважив, що "Україна має все необхідне, аби стати лідером у сфері сучасної зеленої енергетики, зокрема, величезний потенціал розвитку сонячної, вітрової, водневої енергетики і біометану" [3].

Таким чином, розвиток альтернативної енергетики є невід'ємною частиною Європейської інтеграції України. Глобальні зміни в енергетичному секторі вимагають адаптації країни до нових технологій, економічних моделей та екологічних вимог. Враховуючи це, розвиток альтернативної енергетики в Україні є ключовим фактором для підвищення енергетичної ефективності, зменшення залежності від імпортних ресурсів та підвищення енергетичної безпеки країни.

Передові технологій у сфері альтернативної енергетики України є пріоритетним державним напрямком, у зв'язку з чим Кабінетом Міністрів України прийнято постанову № 283 від 30 березня 2023 року "Про внесення змін до постанови Кабінету Міністрів України від 28 грудня 2016 р. № 1056", яка станом на сьогодні є чинною. У додатку до цієї постанови визначено середньострокові пріоритетні напрями інноваційної діяльності загальнодержавного рівня на 2023 рік, а саме: освоєння нових технологій транспортування енергії, впровадження енергоефективних, ресурсозберігаючих технологій, освоєння альтернативних джерел енергії: системи генерації і транспортування електричної та теплової енергії; паливні бази, системи транспортування та використання; технології розроблення та використання нових видів палива, відновлюваних і альтернативних джерел енергії та видів палива; енергоефективність і енергозбереження, ринки енергоресурсів; екологічно збалансована енергетична безпека"[4].

Таким чином, не дивлячись на складні умови сьогодення, численні ворожі обстріли, альтернативна енергетика України змогла втримати свої позиції, що сприятиме залученню іноземних інвестицій у зазначену сферу.

З огляду на наведене, можна дійти висновку, що енергосистема нашої країни знаходиться у виснаженому стані через постійні ракетні обстріли. Проте, Україна має потужний потенціал для розвитку галузі альтернативної енергетики, який є одним з пріоритетних напрямків інноваційної діяльності загальнодержавного рівня.

За допомогою механізму відбудови Rebuild Ukraine енергосистема України отримає доступ до європейський передових технологій у сфері альтернативної енергетики. Нам слід активно впроваджувати нові технології, сприяти дослідженням та розвитку в даній галузі, а також стимулювати інноваційні підприємства. Впровадження податкових пільг та гарантій національного регулювання є засобами стимулювати розвиток цього сектору. Україна може використовувати ці можливості для розширення альтернативного енергетичного сектору та забезпечення економічного розвитку при одночасному зменшенні впливу на навколишнє середовище.

Джерела

1. Застосування кращих практик фондів ЄС у відновленні України. *CEE Bankwatch Network*. *Брифінг*. 20 грудня 2022. URL: https://bankwatch.org/wpcontent/uploads/2023/03/2022-12-20_Applying-best-practices-from-EU-funds-tothe-reconstruction-of-Ukraine_ukr_final_CORRECTED_translated_FINAL-1.pdf.
2. Ukraine Relief and Reconstruction: Communication from the Commission to the European Parliament, the European Council, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions. Brussels, 18.5.2022 COM (2022) 233 final. URL: https://ec.europa.eu/info/files/ukraine-relief-and-reconstruction_en.
3. Євросоюз може підтримати Україну під час відбудови відновлювальними джерелами енергії. *LB.ua* Дорослий погляд на світ. 09 січня 2023 року.URL:https://lb.ua/world/2023/01/09/541975_ievrosoyuz_mozhe_pidtrimati_ukrainu_pid.html.
4. Постанова Кабінету Міністрів України № 283 від 30 березня 2023 року "Про внесення змін до постанови Кабінету Міністрів України від 28 грудня 2016 р. № 1056". URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/283-2023-%D0%BF#n12

Науковий керівник:

Н. В. Єремєєва, канд. юрид. наук, завідувач відділу господарсько-правових досліджень проблем економічної безпеки

О. Л. ШЕРСТЮК
д-р екон. наук, доц.
Національний науковий центр "Інститут аграрної економіки"

ІНТЕГРОВАНА ЗВІТНІСТЬ ЯК ДЖЕРЕЛО ІНФОРМАЦІЇ ДЛЯ БІЗНЕС-АНАЛІЗУ

Інформаційне забезпечення заходів бізнес-аналізу, має будуватися з урахування змісту та характеру цілей, які мають бути досягнуті. Означені цілі можуть вимірюватися за допомогою вартісних, кількісних та якісних показників, параметризація яких здійснюється на основі використання як абсолютних, так і відносних величин.

Показники у формах інтегрованої звітності, не мають стандартної структури, що могла б використовуватися різноманітними суб'єктами господарювання незалежно від їх обсягу діяльності, галузевої приналежності, територіальної локації, способу організації діяльності тощо. Водночас, з урахуванням цілей діяльності підприємства важливим є формалізація сукупності показників, які є актуальними в контексті досягнення підприємством по завершенні окремої господарської операції, реалізації формалізованої програми, або бізнес-кейсу. Відповідні параметри підлягають розкриттю у формах інтегрованої звітності для того, аби користувачі отримали повне розуміння змістовних характеристик діяльності підприємства, цілей, яких воно прагне досягнути, а також — для здійснення заходів оцінювання поточного стану справ та його відповідності очікуванням.

Вагомим аспектом реалізації функцій бізнес-аналізу вважаємо також вибір та обґрунтування алгоритмів вирішення завдань діяльності підприємства. Основою відповідних заходів є припущення стосовно того, що суб'єкти прийняття рішень завжди мають вибір щодо їх змісту. Відтак, в характеристики будь-якого процесу діяльності має закладатися багатоваріантність його змісту, а також — багатоваріантність змін, до яких можуть призвести прийняті управлінські рішення. Одним з таких варіантів обов'язково має бути відсутність будь-яких рішень, що означає відсутність і будь-яких змін у діяльності підприємства та її результатах (як очікуваних, так і реальних). Іншими словами, рішення є одним з чинників, що впливає на зміст фінансово-господарської діяльності та її наслідки. Механізми вирішення завдань діяльності підприємства характеризуються змістом господарських операцій, програм, бізнес-кейсів та їх сукупностей. Тому, відповідні алгоритми та результати не лише можуть сприяти досягненню поставлених цілей, але й здатні змінювати середовище діяльності підприємства. Зокрема, зміна структури та послідовності надання послуг клієнтам чи отримання оплати від покупців може викликати потребу у зміні кількості працівників, які залучені до виконання зазначених заходів. Іншим наслідком стане понесення додаткових ви-

трат, обумовлених встановленням та/або обслуговуванням нового програмного забезпечення. Водночас, зміни, які мають місце в інших процесах, після прийняття рішення вже не будуть враховані при його обґрунтуванні та реалізації, оскільки призводять до виникнення обставин, що можуть сприяти вирішенню проблеми або стати чинником потенційного ризику, що потребує усунення, компенсування або нейтралізації.

З урахуванням цього, інтегрована звітність має забезпечити підготовку та подання даних щодо різних варіантів досягнення стратегічних, тактичних та оперативних цілей функціонування суб'єктів господарювання. Відповідні показники можуть характеризуватися виключно в контексті подання прогнозної інформації і тільки до початку реалізації рішення.

Показники, що розкривають параметри різних варіантів рішень, мають порівняльний характер. Тобто, створюватися під час підготовки інтегрованої звітності вони мають з урахуванням вимог єдиної формалізованої концептуальної основи, на підставі ідентичних припущень стосовно порівнюваних параметрів. Така порівнюваність повинна бути забезпечена візуально, тобто з використанням єдиного набору даних, формалізованих у табличній або іншій ілюстративній формі. З іншого боку, порівнюваність прогнозних даних стосовно варіантів майбутніх рішень та їх наслідків, в інтегрованій звітності може бути забезпечена через механізм визначення аналогічних стартових умов, очікуваних значень результатів, а також часу, відведеного для їх досягнення.

В інтегрованій звітності також необхідно розкрити ступінь очікуваності досягнення оперативних, тактичних та стратегічних цілей функціонування підприємств. Відповідна імовірність, на наше переконання, є наслідком впливу ризиків, пов'язаних з виникненням непередбачених обставин реалізації господарських процесів. Окреслена інформація може стати підставою для відмови від реалізації будь-якого сценарію як під час здійснення вибору найкращого серед них, так і під час виконання кожного з етапів їх реалізації. При цьому, відмова може бути реалізована зацікавленими особами, виходячи з готовності визнаня ними існування та фактичногшо рівень ризиків, які можуть як позитивно, так і негативно вплинути на необхідність подальшого витрачання додаткових ресурсів, уточнення змісту та параметрів завдання, готовності до змін з боку виконавців тощо.

Відповідно до інформаційних потреб ініціаторів та виконавців заходів бізнес-аналізу показники інтегрованої звітності можуть використовуватися в якості самостійних параметрів діяльності підприємств або вхідної інформації, яка може (але не обов'язково) стане актуальною під час аналітичних процедур.

Ю. М. ШИМКО
ХНУМГ ім. О. М. Бекетова

МЕХАНІЗМИ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ОХОРОНОЮ ЗДОРОВ'Я В УКРАЇНІ

Однією з ключових ланок публічного управління, якою держава здійснює контроль за дотриманням своїх рішень суб'єктами суспільних відносин, є механізми публічного управління. Механізми публічного управління розглядаються як впорядкована система послідовних заходів, що базуються на основних принципах, визначаються цільовою орієнтацією та функціональною активністю, і використовують різноманітні форми та методи управління.

Ретельний аналіз наукових досліджень провідних фахівців у галузі публічного управління охороною здоров'я в Україні розкрив основні механізми, які не лише слугували джерелом пізнання, але й сприяли вдосконаленню системи управління у цій стратегічно важливій галузі [1; 2].

Так, правовий механізм полягає у розробці прийнятті нормативно-правових актів із забезпечення охорони здоров'я, а також засоби їх впровадження. Комплекс нормативно-правових актів, які складаються із законів України, та підзаконних актів на усіх рівнях публічного управління забезпечує дієздатність цілісного правового механізму охорони здоров'я. Ефективність цього механізму залежить від повноти, збалансованості, впорядкованості складових нормативно-правового поля системи охорони здоров'я України.

Натомість організаційний механізм характеризує структури публічного управління сферою охорони здоров'я та форми відповідної управлінської діяльності.

Законодавством України визначається перелік як суб'єктів управління, так і їх функції, починаючи з загальнодержавного рівня — Президент України, ВРУ, КСУ, ВСУ, КМУ, МОЗ і до органів місцевого самоврядування, громадських організацій та закладів охорони здоров'я на рівні адміністративних територій і громад до міської, селищної, сільської ради та лікарської амбулаторії чи фельдшерського пункту, а також відомчих медичних служб включно. Ефективність і результативність дії цього механізму залежить від якості, інтегрованості, технологічного рівня системи інформаційно-аналітичного забезпечення управлінських рішень та фаховості і компетентності працівників вищезазначених органів управління, а також інформаційно-аналітичних і організаційно-методичних центрів і підрозділів [1].

В свою чергу, фінансово-економічний механізм охорони здоров'я відображається не лише в загальних тенденціях уряду до скорочення витрат консолідованого бюджету на сферу охорони здоров'я, але й у проблемах ефективного та економічного використання наявних ресурсів.

Ключовою проблемою стає не лише забезпечення належного рівня фінансування заходів та програм з охорони здоров'я на кожного мешканця, але й у здатності ефективно використовувати виділені кошти з консолідованого бюджету.

Кадровий механізм полягає у підготовці та забезпеченню кадрами системи охорони здоров'я та управління цією системою.

Соціальний механізм полягає у забезпеченні реалізації соціальної ролі системи охорони здоров'я та розвитку організацій галузі.

Мотиваційний механізм є ключовим при створенні морально-психологічного підґрунтя та мотиваційних умов діяльності у сфері охорони здоров'я.

Інформаційний механізм полягає у інформаційно-аналітичному забезпеченні системи охорони здоров'я та органів державного управління в цій сфері. Цей механізм публічного управління охороною здоров'я дозволить забезпечити зворотній зв'язок, як необхідний інструмент громадянського суспільства у сфері охорони здоров'я населення. Інформованість громадян у визначених законодавством межах, а також можливість їх впливу і участі в прийнятті управлінських рішень щодо охорони їх здоров'я є абсолютно необхідним чинником дієвості сучасного європейського громадянського суспільства та необхідною складовою демократичної країни [2].

Механізм управління антикризовим та інноваційним розвитком полягає у здійсненні інноваційних заходів, програм і проектів у системі охорони здоров'я, що сприяють виходу галузі з кризового стану та розвитку системи охорони здоров'я.

Всі вищезазаначені механізми дозволяють органам публічної влади ефективно спрямовувати ресурси, приймати обґрунтовані рішення та взаємодіяти з різними суб'єктами для досягнення загальних цілей суспільства.

Таким чином, здійснений аналіз дозволив виявити існуючі практики та виділити новаторські наукові підходи до розвитку цих механізмів, особливо в умовах активної реформи в сфері охорони здоров'я.

Джерела

1. *Надюк З.* Механізми державного управління національною системою охорони здоров'я. URL: https://pdfs.semanticscholar.org/ 6fcd/48cb23f 12c9e573636620090e63feb9c15b8.pdf
2. *Фуртак І. І.* Механізми державного управління охороною здоров'я в Україні. Медичне право України: проблеми становлення та розвитку: матеріали І Всеукр. наук.-практ. конф. Львів. С. 318–323.

Науковий керівник:
Ю. І. Лях, д-р філософії з галузі знань публічне управління та адміністрування

А. О. ШЛЯХТО
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП

МЕХАНІЗМ РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Стратегічне планування на підприємстві — це комплекс дій, який ґрунтується на фундаменті минулого організації, яке представляється у вигляді накопиченого досвіду, знань своєї сфери діяльності, дозволяє визначити цілі компанії та методи їх досягнення з урахуванням внутрішніх та зовнішніх факторів. Мета стратегічного планування — підвищити ефективність бізнесу.

Переваги стратегічного планування

1. Синергетичний ефект

Коли зрозумілі пріоритетні напрями розвитку, усі співробітники та відділи працюють злагоджено.

2. Мотивація співробітників

Кожен член команди розуміє, що розвиток компанії дає йому великі можливості для кар'єрного зростання і працює швидше та ефективніше.

3. Актуальні управлінські рішення

У процесі роботи над стратегічним планом проводиться аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища. Часто це допомагає побачити наявні ризики та можливості та сприяє своєчасному вжиттю необхідних заходів.

4. Оптимізація діяльності

Компанія отримує максимум прибутку за мінімальних витрат.

Основні етапи стратегічного планування:

1. Визначення місії та мети організації.
2. Стратегічний аналіз.
3. Вибір стратегії.
4. Складання та реалізація стратегії.
5. Контроль реалізації стратегії

Стратегічне планування — це не просто напрямок розвитку, в рамках цього процесу створюється набір документів. Його зазвичай виробляють на 3–5 років і більше, описується (в ідеалі) 3 варіанти розвитку подій: песимістичний, реалістичний та оптимістичний.

Його структура включає [1]:

- цілі та місію компанії;
- аналіз зовнішнього середовища;
- внутрішній аналіз;
- стратегічні цілі;
- тактики;
- бюджет;
- методи та процедури контролю;
- політику організації, правила.

Це базова структура, її можна за необхідності скорочувати чи доповнювати потрібними розділами.

5 принципів стратегічного планування []:

1. Стратегічний план — не єдиний документ, а система взаємозалежних документів, яка містить загальні напрями розвитку, плани для відділів та конкретних проєктів. Тоді вони будуть зрозумілими керівництву в управлінні.

2. Опиратися необхідно лише на достовірні дані, які пройшли аналітичну обробку. Стратегічне чи довгострокове планування визначає діяльність компанії на кілька років уперед, тому не можна при його складанні спиратися на думку чи відчуття. Лише на реальні показники.

3. "План — ніщо, планування — все" (Дуайт Ейзенхауер). Це означає, що не треба прагнути створити план один раз і суворо дотримуватися його. Це живий інструмент, який необхідно редагувати і покращувати залежно від ситуації на ринку та свого бачення.

4. При формуванні плану важливі структура, контроль та послідовність.

5. Стратегічне планування має охоплювати тривалий період, 3–5 років. Для реалізації якоїсь невеликої ініціативи його використовувати нема рації, це інструмент більш загального рівня.

Отже, розробка стратегічного плану розвитку підприємства — основа для вибору довгострокових цілей підприємства та шляхів їх досягнення. Стратегічне планування допомагає ефективно розподіляти та використовувати ресурси компанії для досягнення основних цілей та завдань щодо виконання обраної місії.

Джерела

1. *Міщирікова А. К.* Стратегічне планування на підприємстві. *Управління розвитком*. 2014. № 13. С. 60–62.
2. *Гурбик Ю., Сальнікова М., Курган П.* Суть, принципи та етапи стратегічного планування на підприємстві. *Економіка та суспільство*. 2019, № 20. С. 60–69.

Науковий керівник:
М. В. Сідненко, старший викладач

Д. С. ШУМАКОВА
здобувачка
Харківський національний університет міського господарства ім. О. М. Бекетова

РОЛЬ ПОЛІТИЧНОЇ КОМУНІКАЦІЇ У ФОРМУВАННІ ЛЕГІТИМНОСТІ ВЛАДИ

Ефективність політичної влади неможлива без належного рівня легітимності, що включає як офіційну визнаність (законність), так і довіру громадян до політичних структур, лідерів та шляху розвитку держави. Це особливо важливо в період перетворення країни, коли потрібна якісна зміна управління та відповідність його легітимації.

Сучасні дослідження показують, що рівень легітимності залежить не тільки від об'єктивних результатів діяльності влади, але й від відповідності її дій поточним проблемам, сприйняттю та оцінці у суспільстві. Таким чином, успішна легітимація влади значною мірою залежить від ефективності її участі в політичній комунікації, а підтримка існуючого політичного устрою вимагає генерації смислів і цінностей соціально-політичними інститутами [1].

Сучасний етап реформування українського суспільства відрізняється складністю і багатоплановістю завдань, які потрібно вирішити. Результативне вирішення цих завдань можливе лише за умови широкої участі всього суспільства, а не лише вузького кола правлячої еліти. Це передбачає налагодження співпраці між владою і громадянами. Важливим чинником такої співпраці є прозорість та відкритість владних органів, а також їх здатність до активного та ефективного комунікативного взаємодії з громадянським суспільством. На жаль, часто спостерігається заміна справжньої комунікації, спрямованої на спільне вирішення актуальних проблем, популістськими технологіями, які пропонують політичний товар низької якості, навіть шкідливий для України.

Втрата довіри до органів держави, політичних організацій і лідерів має наслідком втрату ефективності інститутів політичної влади та їхню нездатність адекватно реагувати на сучасні виклики. Забезпечення легітимності та підтримки значної частини суспільства прямо залежить від постійного діалогу з громадянами, створення відкритого інформаційного середовища для вивчення громадської думки, надання інформації про проекти та прийняті рішення, а також налагодження співпраці між владою та громадянами при вирішенні найважливіших суспільних проблем. Тому використання комунікаційних технологій державною владою для підвищення рівня легітимності є надзвичайно актуальним завданням. Для вирішення цього завдання необхідно реалізувати принцип тотальної присутності органів державної влади в інформаційному просторі та використання всіх доступних каналів комунікації, таких як ЗМІ, Інтернет, друковані видання, кіно, радіо та телебачення.

Медіалегітимація влади представляє собою комплекс пропагандистських кампаній, спільно здійснюваних владою та ЗМІ з метою підтримки легітимності влади. Використання сучасних інформаційних технологій у цих аспектах може сприяти реальному зміцненню легітимності влади лише за умови забезпечення відкритості владної діяльності, прозорості у прийнятті державно-політичних рішень і залучення громадян до процесів формування політичного порядку денного та впровадження прийнятих рішень. Суто декларативні, популістські технології впливу на свідомість громадян не спроможні сформувати стабільну легітимність, а лише забезпечують короткотривалі мінливі "сплески" довіри.

Підтримка та зміцнення легітимності влади вимагає реалізації динамічної комунікації. Цей принцип реалізується через такі стратегії:

- розвиток суспільно-політичної компетентності громадян завдяки максимально повному та об'єктивному інформуванню про альтернативні варіанти вирішення актуальних проблем;
- формування культури активної та конструктивної участі громадян у обговоренні та прийнятті важливих рішень для суспільства;
- адаптація сучасних інформаційних технологій до реальних потреб суспільно-політичного життя;
- активне використання інституту соціальної експертизи для професійного представлення громадських інтересів у процесі прийняття та реалізації рішень;
- відвертий діалог влади з громадянами щодо проблем та труднощів, існуючих у суспільстві, чесність та послідовність у виконанні прийнятих спільно з громадянами рішень та взятих зобов'язань [2].

Джерела

1 Політична наука в Україні. 1991–2016: у 2 т. Т. 2. Теоретико-методологічні засади і концептуальні підсумки вітчизняних досліджень. К.: Парлам. вид-во, 2016. 688 с.

2. *Кривошеїн В. В.* Методологія встановлення порядку денного та її застосування у політичній науці. Політична думка XX – поч. XXI ст.: методологічний і доктринальний підходи: підручник у 2-х т. Львів : Новий Світ – 2000, 2016. Т. 1. 516 с.

Науковий керівник:

Ю. І. Лях, д-р філософії, ст. викладач кафедри менеджменту і публічного адміністрування

О. Д. ЩЕРБАНЬ
Харківський технологічний університет "ШАГ"

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ЛОГІСТИЧНИХ ЛАНЦЮГІВ НА РІВНІ МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН

Сучасний світ характеризується зростанням глобалізації та міжнародної торгівлі, що створює величезний попит на оптимізацію логістичних процесів для ефективного функціонування постачальних ланцюгів.

1. Необхідність збалансованого підходу до логістики. Формування логістичних ланцюгів на міжнародному рівні потребує збалансованого підходу до організації та управління логістикою на різних етапах постачального ланцюга. Це означає, що важливо враховувати та оптимізувати такі аспекти, як транспортування, зберігання, обробка та доставка товарів через міжнародні кордони [1].

Для досягнення успіху у формуванні міжнародних логістичних ланцюгів необхідно враховувати різні методи транспортування та їх оптимальне поєднання. Наприклад, морські перевезення можуть бути вигідними для великих обсягів товарів, тоді як повітряні перевезення швидкі та ефективні для швидкозношуваних товарів.

2. Управління культурними та правовими контекстами. Іншою ключовою особливістю є необхідність врахування різноманітних культурних, правових та економічних контекстів країн-учасниць міжнародних логістичних ланцюгів. Кожна країна має свої унікальні особливості та регулятивні вимоги, які потрібно враховувати при плануванні та реалізації логістичних операцій. Наприклад, різниця в законодавстві щодо митниць, вимоги щодо безпеки та здоров'я, а також культурні норми можуть вплинути на вибір логістичних стратегій та партнерів. Врахування цих аспектів є ключовим для успішного формування міжнародних логістичних ланцюгів [2].

3. Управління ризиками. Третя важлива особливість полягає в управлінні ризиками та несприятливими подіями, які можуть вплинути на логістичні ланцюги на міжнародному рівні. Загрози, такі як природні катастрофи, політичні конфлікти, терористичні атаки або непередбачувані зміни в законодавстві, можуть суттєво підірвати ефективність та стабільність логістичних ланцюгів.

Тому важливо розробляти стратегії управління ризиками, включаючи планування надзвичайних ситуацій, диверсифікацію постачальників та резервування ресурсів. Такі заходи допоможуть зменшити вплив негативних подій на міжнародні логістичні ланцюги та забезпечити їх надійність [3; 4].

4. Інновації та технологічний розвиток. Ще однією важливою особливістю є постійна необхідність інновацій та технологічного розвитку в галузі логістики на міжнародному рівні. Використання новітніх технологій, таких

як штучний інтелект, Інтернет речей та блокчейн, може покращити ефективність та надійність логістичних ланцюгів, сприяючи зниженню витрат та підвищенню конкурентоспроможності [5].

Загалом, формування логістичних ланцюгів на міжнародному рівні є складним та багатогранним процесом, який вимагає комплексного підходу та постійного аналізу з метою досягнення оптимальних результатів. Відповідно до цього, варто активно вивчати та впроваджувати найкращі практики та інноваційні рішення для досягнення успіху у міжнародній торгівлі та логістиці.

Джерела

1. *Christopher, M.* (2016). Logistics & Supply Chain Management. Pearson Education Limited.
2. *Gereffi, G., Humphrey, J., & Sturgeon, T.* (2005). The governance of global value chains. *Review of International Political Economy*, 12(1), 78–104.
3. *Fung, A., & Zhao, S.* (2017). China's Role in Global Economic Governance. Annual Review of Political Science, 20, 81–99.
4. *Kedia, B. L., & Mukherjee, D.* (2009). Understanding offshoring: A holistic framework. *Management Decision*, 47(2), 185–203.
5. *Sheffi, Y.* (2005). The Resilient Enterprise: Overcoming Vulnerability for Competitive Advantage. The MIT Press.

І. М. ЩЕРБИНА
канд. техн. наук, доц.
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

Д. А. БАГМЕТ
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

РОЛЬ МАРКЕТИНГУ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Можливості досягнення підприємством встановлених цільових орієнтирів своєї діяльності залежать від багатьох чинників, і, в першу чергу, від розуміння ринкового середовища та від уміння правильно оцінити динаміку його розвитку. Для будь-якої організації важливо визначити, які саме товари необхідно продавати або виробляти, які ціни мають бути встановлені на продукцію, які засоби комунікації мають використовуватись в наявних умовах конкуренції. Лише правильне вирішення усіх цих питань забезпечить досягнення успіху відповідною організацією.

Становлення маркетингу як науки проходило століттями та історично закріпилось завдяки еволюційному розвитку дрібних, середніх та великих

товаровиробників, зміни потреб суспільства, запитів і вимог споживачів та динаміки розвитку ринкового середовища.

В Україні елементи необхідності розуміння ринку почали зароджуватися лише на рубежі 80–90-х років XX ст. спочатку у виробничо-збутовій діяльності, а саме в промисловості і в наданні різноманітних послуг, а пізніше — в інших галузях народного господарства [1].

Доцільно розглядати маркетинг як інтегративну функцію менеджменту, яка ставить собі за мету перетворити потреби покупців у доходи організації чи окремої особи. Маркетинг на підприємстві — це тільки частина всієї системи менеджменту (спрямовуюча, формуюча, але все ж частина), і якщо не будуть впроваджені інші функції, такі як управління персоналом, управління операційною системою тощо, то й маркетинг в такому випадку не буде потрібний. Маркетинг виступає інтегративною функцією менеджменту, адже він чітко спрямовує та видозмінює всі інші функції задля задоволення потреб споживачів разом із забезпеченням зв'язку мікросередовища організації із зовнішнім середовищем [2].

Маркетинг в системі управління підприємством — це, в першу чергу, розробка, втілення в роботу організації певних засобів, проведення аналізу з метою встановлення, укріплення, підтримки комунікації з клієнтами, щоб в майбутньому досягти основних цілей, що стоять перед підприємством — отримання прибутку, збільшення ринку та росту обсягів збуту, задоволення потреб покупців.

Для досягнення мети свого існування маркетингове управління діяльністю підприємства повинно вирішити ряд завдань, а саме: аналіз ринку; планування, організація, мотивація, досягнення поставлених завдань; проведення та аналіз маркетингових заходів.

Паралельно в процесі маркетингового управління реалізуються й такі функції маркетингу як: розробка стратегічної програми розвитку організації, виявлення ринків збуту та ринкових позицій, які є перспективними для підприємства, планування, розробка та просування продукції, формування маркетингової структури та каналів розподілу. Завдання та функції маркетингу реалізовуються за допомогою таких інструментів як маркетингові дослідження, товарна та цінова політика та вибір оптимальних каналів збуту.

Маркетинг відіграє важливу роль в управлінні підприємством у тому числі завдяки тому, що допомагає проводити аналіз, розробляти планування управління, впроваджувати різні заходи для забезпечення кращих взаємовідносин між покупцем та підприємством, а також розробляти оптимальні варіанти для продажу товару за найбільш вигідними цінами.

Джерела

1. Історичні етапи розвитку маркетингу. URL: https://allref.com.ua/uk/skachaty/istorichni_etapi_rozvitku_marketingu
2. Маркетингове управління підприємством: Навчальні матеріали онлайн.
3. *Курбацька Л. М.* Маркетинг в системі управління підприємством. *Ефективна економіка*. 2013. № 5.

І. М. ЩЕРБИНА
канд. техн. наук, доц.
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

Ю. О. БОНДАРЕНКО
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

СУТНІСТЬ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Маркетинг у сучасному економічному середовищі став важливим інструментом управління, спрямованим на забезпечення конкурентоспроможності та стабільного розвитку організації. Для того, щоб утримати свої позиції на ринку та забезпечити збут своєї продукції, компанії покладаються на маркетингову діяльність, яка сприяє ефективному функціонуванню підприємства. Сьогодні існує багато визначень маркетингової діяльності, кожне з яких підкреслює один з аспектів маркетингу.

На думку В. Аронової, маркетингова діяльність "має забезпечувати конкурентоспроможне становище того або іншого суб'єкта маркетингової системи на ринку товарів і послуг з урахуванням стану внутрішнього та зовнішнього середовища, ... це процес, пов'язаний з виконанням дій, скерованих на досягнення маркетингових цілей, що припускає використання певних технологій, засобів і методів" [1].

Як зазначає М. Багорка, "...маркетингова діяльність забезпечує гнучке пристосування виробничої, фінансової, торговельної, збутової, кадрової діяльності підприємства до постійно змінюваної економічної ситуації (доходи, ціни, кон'юнктура) та вимог споживачів на ринку" [2].

Т. Балановська наголошує, що маркетингова діяльність підприємств "... повинна забезпечувати набуття конкурентних переваг в умовах нестабільності зовнішнього середовища" [3].

Як стверджує В. Коноплицький, маркетингова діяльність це "...діяльність підприємства на ринку, яка передбачає врахування потреб у товарах і послугах, стану попиту, ситуації на ринку, існуючих і потенційних вимог покупців" [4].

У своєму дослідженні О. Лабурцева вказує, що маркетингова діяльність "... повинна забезпечувати стійке, конкурентоздатне функціонування і розвиток того чи іншого суб'єкта на ринку товарів і послуг з урахуванням стану як внутрішнього, так і зовнішнього середовища" [5].

Наведемо послідовність кроків щодо здійснення підприємством своєї маркетингової діяльності.

1. Визначення стратегії: Маркетингова діяльність розпочинається з чіткого визначення стратегії. Підприємство повинно ретельно аналізувати свої

цілі та ресурси, обирати способи конкурентної переваги та визначити своє унікальне конкурентне просування.

2. Формування бренду: Створення сильного бренду — це ключ до успішної маркетингової стратегії. Бренд не лише ідентифікує підприємство, але й визначає його цінності та обіцянки споживачам. Правильно побудований бренд забезпечує довіру та лояльність споживачів.

3. Використання маркетингового міксу: Чотири основні компоненти маркетингового міксу — продукт, ціна, місце та промоція — взаємодіють для досягнення максимального впливу на цільову аудиторію. Досконале керування цими елементами дозволяє підприємству ефективно взаємодіяти з ринком.

4. Інновації у маркетингу: Сучасний маркетинг не може існувати без інновацій. Впровадження цифрових технологій, аналітичних даних та новітніх інструментів комунікації надає підприємствам можливість ефективно досягати своїх цілей у швидкозмінному світі.

5. Взаємодія з клієнтами: Клієнт — серце будь-якого бізнесу. Взаємодія з клієнтами через CRM-системи, соціальні мережі та інші інструменти дозволяють підприємствам зрозуміти потреби своїх клієнтів і вчасно реагувати на їхні змінені вимоги.

6. Стратегії розширення на ринку: Входження на нові ринки та розширення діяльності — це важливий етап в маркетинговій стратегії. Дослідження нових можливостей та адаптація підприємства до місцевих особистостей грають визначну роль

Отже, маркетингова діяльність — це не лише набір інструментів, але й стратегічний підхід до ведення бізнесу. У світі, де зміни відбуваються стрімко, підприємство повинно бути гнучким та вміло використовувати маркетинг як ключовий інструмент успіху.

Джерела

1. *Аронова В. В., Дібніс Г. І.* Ситуаційно-процесна діагностика стану маркетингової діяльності на підприємстві: монографія. 224 с.
2. *Багорка М. О., Білоткач І. А.* Особливості моніторингу процесів формування попиту й стимулювання збуту на продовольчому ринку. С. 5–10.
3. *Балановська Т. І., Гогуля О. П.* Управління маркетинговою діяльністю на агропродовольчому ринку. *Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України.* Вип. 154. Ч. 1. С. 368–373.
4. *Коноплицький В. А., Філіна А. І.* Економічний словник: тлумачно-термінологічний. 624 с.
5. *Маяцька І. М.* Процесний підхід у маркетинговій діяльності. С. 30–34.
6. *Лабурцева О.* Дослідження історичної генези сучасної концепції маркетингу. *Маркетинг в Україні.* С. 281.

І. М. ЩЕРБИНА
канд. техн. наук, доц.
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

В. В. ЖУПИНСЬКА
здобувач вищої освіти
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

КРАУД-ТЕХНОЛОГІЇ В МАРКЕТИНГОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Дослідження застосування крауд-технологій (КТ) в маркетинговій діяльності підприємства є надзвичайно актуальним в сучасному бізнес-середовищі. Крауд-технології, або технології колективної мудрості, використовують потенціал великої групи людей (натовпу) для вирішення різних завдань, від інновацій і розробки продуктів до маркетингу та збору ідей. Це може включати різноманітні методи, такі як краудсорсинг, краудфандинг, краудвотинг та інші.

Крім того, крауд-технології дозволяють компаніям залучати ідеї та відгуки від великої аудиторії, що сприяє інноваціям та покращенню продуктів. Це особливо важливо в умовах швидких ринкових змін та високої конкуренції. За допомогою крауд-технологій підприємства можуть ефективніше залучати своїх поточних та потенційних клієнтів, створюючи для них відчуття участі та співпраці в процесі розвитку продуктів та послуг. У контексті маркетингових досліджень КТ забезпечують більш широке та глибше розуміння ринкових тенденцій, споживацьких уподобань та поведінки [2]. Краудсорсингові проєкти є більш вартісно-ефективними порівняно з традиційними методами розробки та дослідження, оскільки вони дозволяють знизити витрати на персонал, інфраструктуру та інші ресурси. Крауд-технології також прискорюють процес збору інформації та розробки продуктів завдяки широкому охопленню та можливості швидкої адаптації до змінних умов ринку. У розрізі глобалізаційних змін крауд-технології дозволяють компаніям легко залучати учасників з різних куточків світу, що робить можливим глобальний збір ідей та відгуків, а також адаптацію продуктів під різні ринки.

Проте, крауд-технології в маркетинговій діяльності підприємства мають ряд переваг та потенційних недоліків, які важливо враховувати при їх застосуванні (див. табл.) [1].

При впровадженні крауд-технологій важливо ретельно зважити всі переваги та потенційні ризики, а також розробити ефективну стратегію управління проєктом, щоб максимізувати користь та мінімізувати потенційні недоліки.

Впровадження крауд-технологій в маркетингову діяльність підприємства може стати потужним інструментом для залучення споживачів, інновацій та

Плюси та мінуси крауд-технологій

Плюси	Мінуси
Інновації та креативність	Якість та відповідність внесків
Вартісна ефективність	Конфіденційність та інтелектуальна власність
Швидкість збору інформації	Управління спільнотою
Залученість споживачів	Перевантаження інформацією
Глобальне охоплення	Ризики для репутації

оптимізації процесів. Для ефективного застосування цих технологій варто слідувати чіткому алгоритму, який включає наступні етапи:

1. Визначення цілей та завдань.
2. Аналіз цільової аудиторії.
3. Вибір платформи.
4. Розробка проєкту.
5. Промоція проєкту.
6. Управління учасниками та процесом.
7. Оцінка результатів.
8. Імплементація та зворотний зв'язок.
9. Аналіз та удосконалення.

Впровадження крауд-технологій вимагає чіткого планування, відкритості до нових ідей та готовності до взаємодії з великою кількістю людей. Враховуючи ці аспекти, підприємство зможе максимально ефективно використовувати потенціал колективної мудрості для досягнення маркетингових та бізнес-цілей.

Отже, крауд-технології відіграють важливу роль в маркетинговій діяльності, зокрема стратегії підприємств, сприяючи інноваціям та покращенню взаємодії з клієнтами. Застосування краудсорсингу та краудмаркетингу дозволяє компаніям ефективно залучати споживачів, перетворюючи їх на партнерів, що підсилює управлінський вплив та сприяє створенню більш глибоких відносин з клієнтами.

Джерела

1. *Полторак К. А.* Застосування крауд-технологій в маркетинговій діяльності підприємств. *Економічний вісник Національного технічного університету України "Київський політехнічний інститут"*. 2014. № 11. С. 422–429. URL :http://nbuv.gov.ua/UJRN/evntukpi_2014_11_66
2. *Волосович С. В., Василенко А. В.* Краудфандінг як інноваційний метод фінансування проектів. *Modern Economics*. 2017. № 5. С.13–19. URL: https://modecon.mnau.edu.ua/issue/5-2017/UKR/volosovych.pdf

І. М. ЩЕРБИНА
канд. техн. наук, доц.
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

Б. Р. КІЯШКО
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

МАРКЕТИНГ ВПЛИВУ ТА ЙОГО ЗАСТОСУВАННЯ ПРИ ФОРМУВАННІ ПОВЕДІНКИ СПОЖИВАЧІВ

Маркетинг впливу або "influence marketing" — це стратегія просування, що ґрунтується на використанні думки та особистого впливу відомих особистостей для реклами товарів, послуг та брендів. Цей метод просування набув популярності з огляду на зростаючий вплив соціальних медіа та розповсюдженню цифрових технологій, які дозволяють персоналізувати комунікаційний вплив на цільову аудиторію.

Основні стратегії маркетингу впливу включають участь в рекламних кампаніях впливових особистостей, спонсорство подій та контенту, створення спільного контенту з впливовими особистостями, а також рекламу в їхніх соціальних медіа. Такі впливові особистості, або інфлюенсери, якими часто виступають актори, співаки, блогери, телеведучі або експерти у різних сферах, використовують свій авторитет для реклами товарів і послуг у межах своєї аудиторії.

Однією з головних переваг маркетингу впливу є те, що споживачі у значно більшій мірі довіряють думці таких інфлюенсерів, ніж традиційній рекламі, та вважають їхні рекомендації такими, які викликають більше довіри, ніж "знеособлене" рекламне звернення. Це дозволяє брендам залучати увагу цільової аудиторії та збільшувати продажі. Крім того, бренди можуть використовувати інфлюенсерів у якості так званих амбасадорів бренду, які стають обличчям компанії та рекламують її продукцію на постійній основі [1].

Впливові особистості, які мають хоч і незначну, але віддану аудиторією, здобувають значну популярність серед брендів та рекламодавців. Їхні рекомендації можуть сильно впливати на ринковий вибір їх прихильників. Сфера маркетингу впливу постійно еволюціонує, а нові технології, такі як штучний інтелект та аналітика даних, допомагають покращити ефективність витрат кампаній на рекламу та просування [2].

Як вже зазначалось, однією з ключових відмінностей маркетингу впливу від інших видів реклами є більш особистісний підхід до аудиторії. Впливові особистості будують свою аудиторію впродовж тривалого часу на основі взаємодії та довіри, що робить їхні рекомендації більш ефективними. Цей рівень довіри є для більшості компаній недосяжним, тому бренди охоче йдуть на співробітництво з інфлюенсерами, не дивлячись на іноді високу вартість

такої колаборації, адже вони отримують можливість прямого впливу на цільову аудиторію, яка є недосяжною для традиційних засобів та каналів просування.

Однак, варто враховувати, що маркетингу впливу має певні недоліки, серед яких можна виділити складність визначення ефективності витрат на заходи маркетингу впливу та ризик залежності привабливості бренду від однієї особи, поведінка якої є менш передбачуваною, ніж поведінка компанії. Можливі особисті дії інфлюенсера, які негативно позначаються на його іміджі і при цьому ніяк не пов'язані з його прямою діяльністю (як блогера, артиста і т. ін.), можуть зашкодити бренду, який він просуває. Також, вартість співпраці з впливовими особистостями може бути надто високою, особливо, якщо мова йде про дуже відомих людей [1].

Таким чином, маркетинг впливу виступає потужним інструментом просування, який дозволяє брендам привертати увагу цільової аудиторії, забезпечувати адресний вплив рекламних кампаній та збільшувати обсяги продаж завдяки авторитетним рекомендаціям інфлюенсерів. Не дивлячись на те, що він має і переваги і недоліки, його правильне використання може забезпечити зростання вартості бренду і його комерційний успіх.

Джерела

1. Що таке маркетинг впливу і як його використовувати для свого бізнесу. URL: https://ag.marketing/blog/shcho-take-marketing-vplivu (дата звернення 11.02.2023)
2. Що таке influence-маркетинг і як його використовувати. URL: https://esputnik.com/uk/blog/sho-take-influence-marketing-i-yak-jogo-vikoristovuvati (дата звернення 14.02.2023)

І. М. ЩЕРБИНА
канд. техн. наук, доц.
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

І. О. КРАВЦОВА
ст. викладач
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

БРЕНД-ОРІЄНТОВАНІ МАРКЕТИНГОВІ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ МЕРЕЖ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Термін "ресторанне господарство" не має аналогів у зарубіжних джерелах, які оперують термінами "ресторанний бізнес", "громадське харчування" (індустрія харчування), "підприємства громадського харчування":

1) ресторанне господарство в Україні — це вид економічної діяльності суб'єктів господарської діяльності щодо надання послуг відносно задоволення потреб споживачів у харчуванні з організацією дозвілля або без нього;

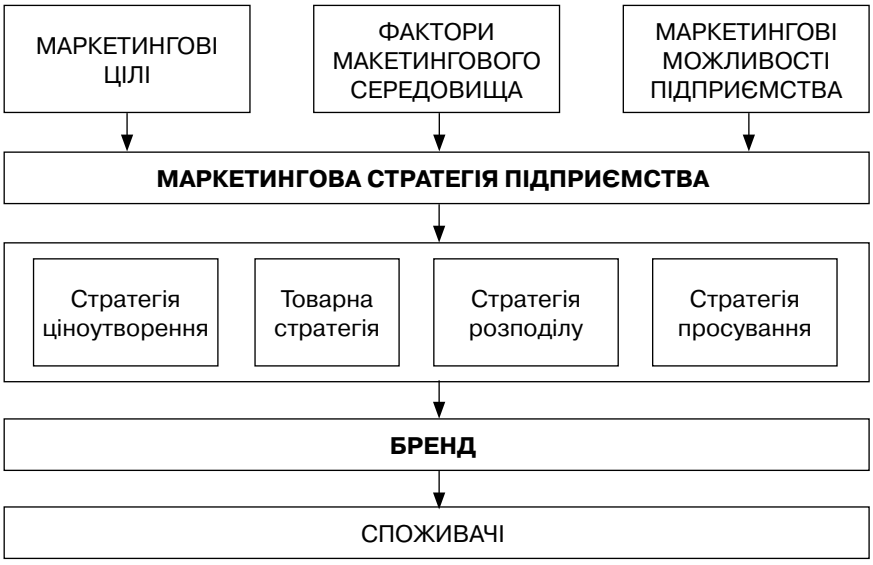
2) специфічними рисами ресторанного господарства є подвійність сприйняття споживачами продукту його діяльності, оскільки ресторанна послуга містить відчутну (продукт) і невідчутну (сервіс) складові, що повинні відповідати вимогам ринку;

3) ресторанне господарство має особливості: високий рівень невизначеності результату під час покупки; виробництво, надання та споживання послуги відбувається одночасно; послугу неможливо зберігати; нематеріальна складова послуги невіддільна від споживача.

Бренд-стратегія — це план використання сукупності речовинних і невловимих характеристик товару (технології) або послуг, які формують свідомість споживача, мотивацію його поводження при виборі товару [2, с. 9].

Згідно з висновками спеціаліста з маркетингу О. Кендюхова "...сьогодні саме бренд, як центральний об'єкт маркетингової стратегії, є визначальним відносно формування товарної, цінової, комунікативної та розподільчої політики" (рис.) [1, с. 21].

Бренд-стратегія дає змогу конкретизувати товар на рівні моделі, її модифікації, спираючись на ряд істотних ознак, властивих товару, — технічна й естетична досконаліть, дизайн упакування, мерчендайзинг, надання сервісних послуг. Основними етапами стратегії побудови бренду є: 1) позиціонування бренду; 2) створення ідеї бренду; 3) планування стратегії просування бренду.



Місце бренду у структурі маркетингової стратегії

Отже, визначивши сутність поняття "бренд-менеджмент мереж ресторанного господарства" як зведеного комплексу управління за допомогою маркетингових комунікацій брендами мереж ресторанного господарства, що складаються з корпоративного бренду мережі ресторанного господарства і портфеля споживчих брендів продукції, ресторанних послуг та додаткових розваг споживачів у мережі ресторанного господарства, треба відмітити, що бренд-орієнтована стратегія управління мереж ресторанного господарства є змішаним типом стратегії, яка одночасно містить елементи всіх трьох відмічених стратегій управління брендами.

Джерела

1. *Тараненко І. В.* Сучасний брендінг. К.: Видавництво "ПП "Щербатих", 2017. 188 с.
2. *Кендюхов О. В.* Стратегія ефективного брендингу. Донецький національний університет економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського. Донецьк: ДонУЕП, 2009. 285 с.

І. М. ЩЕРБИНА
канд. техн. наук, доц.
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

В. Ю. СТЕПАШКО
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

РЕКЛАМА ЯК ВАЖЛИВИЙ ЕЛЕМЕНТ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ ПІДПРИЄМСТВА

Реклама для бізнесу розглядається як стратегічно сплановані дії зі створення та поширення повідомлень з метою привертання уваги, збільшення впізнаваності бренду, просування продуктів чи послуг та залучення клієнтів для досягнення бізнес-цілей [1].

Це важливий елемент маркетингових комунікацій підприємства, оскільки він допомагає вирішити кілька його ключових завдань. Перш за все, реклама дозволяє підвищити увагу, залучаючи цільову аудиторію та роблячи бренд помітнішим. Крім того, вона сприяє формуванню і розвитку іміджу та бренду компанії, забезпечуючи їй конкурентні ринкові переваги. Реклама також стимулює попит на продукти та послуги, що стимулює збільшення обсягів реалізації та надає аудиторії інформацію про нові товари та акційні пропозиції [2].

Існує кілька популярних видів реклами, таких як телереклама, інтернет-реклама, друкована реклама, радіореклама, зовнішня реклама, пряма

поштова реклама та спонсорська реклама. Вибір підприємством конкретного виду реклами пов'язаний з рядом факторів, таких як цільова аудиторія, маркетингові цілі, бюджет, тип товару чи послуги, регіональні особливості та конкурентне середовище [3].

При цьому, разом із удосконаленням цифрових технологій відбувається розширення форматів реклами. Цифрова трансформація суспільства створила умови для активного розвитку інтернет-реклами, відеореклами, елементів персоналізованої цифрової комунікації. Подібні тенденції також сприяють розвитку інтерактивних форматів, відеомаркетингу, активне використання екологічно орієнтованої реклами. Окремо відзначимо розвиток мобільної реклами з огляду на широке поширення мобільних пристроїв, особливо, серед молодої частини рекламної аудиторії.

У майбутньому з високою ймовірністю реклама буде ще більш інтегрованою та персоналізованою, спираючись на аналітичні можливості big data та використання ботів і штучного інтелекту. Технології віртуальної та розширеної реальності можуть відкривати нові можливості для іммерсивних рекламних кампаній, а компанії можуть акцентувати на сталих та екологічно відповідальних практиках, щоб привертати увагу свідомих споживачів [4].

Розширення відеомаркетингу найбільш активно спостерігається на платформах соціальних мереж, стрімінгових сервісах та відеохостингах, де найбільш оптимально використовується можливості впливу візуального контенту на фокусування уваги споживачів. Поширення екологічно орієнтованої реклами пояснюється, в першу чергу, зростаючим інтересом споживчої аудиторії до товарів компаній, які здійснюють екологічно відповідальну діяльність [3; 4].

Подальший розвиток цифрових та інформаційних технологій здатні значно посилити ефективність маркетингових комунікацій підприємства. Застосування інтерактивного формату комунікацій зі споживачами, зокрема, за допомогою чат-ботів та різноманітних ігрових елементів, сприяють розширенню аудиторії, а персоналізація рекламних пропозицій, здійснена на основі попередньо зібраних даних користувачів, здатна зробити цю комунікацію максимально релевантною та ефективною.

Джерела

1. *Разумов Д.* Реклама для бізнесу. URL: https://aboutmarketing.info/klasychna-reklama/reklama-shcho-tse-vydy-reklamy-tsili-i-zavdannya/?amp=1.
2. *Кашалаба В.* Найбільш популярні види реклами. URL: https://guildofmarketing.com/perevahy-kontekstnoi-reklamy-dlia-biznesu-efektyvnist-tochnist-tarhetynhu-ta-vplyv-na-konversii/
3. *Гаврилюк А.* Вибір конкретного виду реклами компанією. URL: https://www.slideshare.net/Artem352/ss-87842049.
4. Перспективи розвитку реклами. URL: https://koloro.ua/ua/blog /brending-i-marketing/mobilnaya-reklama-vidy-kanaly-rasprostraneniya-preimuwestva-primeneniya.html.

І. М. ЩЕРБИНА
канд. техн. наук, доц.
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

В. А. ЯРЕМЕНКО
канд. екон. наук, доц.
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

СИТУАЦІЙНІ ФАКТОРИ ТА ЇХ ВПЛИВ НА ПРИЙНЯТТЯ РІШЕННЯ ПРО КУПІВЛЮ

Люди та різні об'єкти (товари, реклама) постійно беруть участь у різноманітних ситуаціях. При цьому необхідно розділяти випадки, коли вони здійснюють певний вплив на ситуацію, і випадки, у яких вони самі піддаються впливу з боку тієї чи іншої ситуації.

Ситуаційний вплив — це особливий вплив, який здійснюється за рахунок факторів, що мають певну прив'язку до певного місця і до певного часу, та не залежить від споживачів і об'єктів.

До основних характерних рис споживчих ситуацій відносяться:

1) фізичне оточення — матеріальні складові споживчої ситуації. До них звичайно відносять: географічне положення, оформлення, звуки, запахи, освітлення, погода, зовнішній вигляд товару та інше відчутне оточення;

2) соціальне оточення — це присутність або відсутність інших людей в цій ситуації;

3) час — часові характеристики ситуації, які пов'язані з моментом виникнення ситуації (час доби, день тижня, місяць, сезон);

4) мета споживача — те, що людина повинна досягти або виконати в даній ситуації;

5) попередній стан — настрій або умови (наявність певної кількості грошей), з якими споживач входить в ситуацію.

Типи ситуацій, які самі по собі є умовами прийняття рішення про купівлю:

1. Ситуація комунікації — це умови, в яких споживач бере участь в процесі особистого і неособистого спілкування. Особисте спілкування полягає в розмові з продавцем або іншими споживачами, неособиста комунікація включає в себе контакти з широким спектром подразників, такими як реклама, програми стимулювання збуту та інші.

2. Ситуація покупки — умови, в яких споживачі купують товари та послуги.

Всі доступні споживачеві дані в момент покупки товару і послуги називаються інформаційним середовищем. Основні характеристики цього середовища — доступність інформації, її кількість, форми організації (формат інформації) і уявлення (цифрові дані або семантичні (чудовий, середній і ін.).

3. Ситуація використання — умови при яких відбувається споживання. Іноді ситуація покупки і споживання збігаються (обід в ресторані). Ситуація використання продукту впливає на тактику і стратегію маркетингу різними способами:

- важливо відобразити в сегментації умови в яких відбувається споживання (наприклад, одяг для офісу, занять спортом, повсякденний);
- урахування ситуації споживання важливо для позиціонування товару;
- зміна ситуації споживання одного продукту впливає на споживання іншого (заборона на паління в певних місцях — жувальна гумка як альтернатива).

У процесі дослідження ситуацій з прийняттям рішень про купівлю продуктів харчування та їх споживання було виявлено ряд особливостей, що свідчать про нераціональну поведінку споживачів.

Часто купує продукти харчування, які до приходу в магазин не збирався купувати, кожен третій опитаний, в тому числі, 9 % так роблять дуже часто, і 27 % досить часто.

Чим молодші респонденти і чим краще вони матеріально забезпечені, тим більше схильні до спонтанних придбань продуктів харчування. Часто незаплановані покупки робить половина (49–50 %) респондентів у віці до 35 років, третина (33–35 %) опитаних 35–59 років і п'ята частина (20 %) респондентів 60 років і старше. Часті спонтанні покупки характерні для 25 % погано матеріально забезпечених опитаних, 37 % середньо і 47 % добре забезпечених.

Найскладніше утриматися від незапланованої покупки при вигляді кондитерських виробів (26 % опитаних зізнаються, що їм траплялося купувати солодощі без особливої потреби), а також фруктів; напоїв (18 %), круп і макаронів; ковбасних виробів (14–15 %). Рідше спокуса виникає при вигляді м'яса і риби; овочів, приправ (10–12 %), хлібобулочних виробів, масла; готових салатів (8 %).

При цьому споживачі часто викидають хлібобулочні вироби і овочі (20–22 % респондентів відзначають, що їм доводилося викидати ці категорії продуктів харчування). Близько 14 % опитаних вказують, що їм траплялося викидати ковбасні вироби; м'ясо і рибу, фрукти, готові салати. Близько 6 % респондентів викидали крупи і макарони, кондитерські вироби, масло; 2–3 % — напої і приправи.

Люди викидають продукти харчування, в основному тому, що закінчився термін придатності і продукт зіпсувався (половина респондентів вказує саме цю причину).

Малозабезпечені опитані більш дбайливо ставляться до продуктів харчування, хоча б і простроченим (в цій групі викидають подібні продукти 29 % респондентів, в групі середньо забезпечених — 48 %, в групі добре забезпечених понад половини — 58 %). Їдять самі такі продукти, приготувавши з них страви або піддавши їх додатковій обробці, 10–12 % погано забезпечених опитаних, 8–10 % середньо і 5–7 % добре забезпечених.

Опитано 1600 чоловік в 153 населених пунктах. Статистична похибка не перевищує 3,4 % [1].

Результати проведених обстежень свідчать про досить значну присутність спонтанності в питаннях прийняття споживчих рішень і тут для маркетолога досить велике поле діяльності. Маркетингові рішення в значній мірі можуть і повинні управляти ситуацією при ухваленні рішення про покупку.

Джерела

1. Процесс принятия решения о покупке. URL: ozlib.com/1030921/ekonomika/protsess_prinyatiya_resheniya_pokupke.

І. М. ЩЕРБИНА
канд. техн. наук, доц.
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

В. А. ЯРЕМЕНКО
канд. екон. наук, доц.
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

СТИМУЛЮВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОРГОВИХ МЕРЕЖ

Збут товару є ланкою, що пов'язує підприємство-виробника зі споживачем через проміжні ланки: збутовими підрозділами, торговими посередниками, ініціаторами покупки.

Для ефективного впливу на споживача потрібне застосування особливих методів. Зазвичай саме на стимулювання покладається завдання пошуку прийомів, відповідних кожній стадії в процесі збуту.

Організація збутової мережі залежить від каналів реалізації, від об'ємів діяльності торгових посередників, типу товару і т. ін.

Знаючи глибинні потреби безпосередньо співробітників збутових підрозділів (безпека свого положення, відчуття своєї приналежності до підприємства, пошана до себе, прагнення до самореалізації), підприємство здатне постійно стимулювати свої структурні підрозділи, відповідальні за збут.

Удаючись до стимулюючих заходів, підприємство може досягти різних цілей:

1) каталогізувати товар;
2) збільшити кількість товару, що купується торговою мережею;
3) таким же чином, якщо мова йде про товар, збут якого відчутно схильний до сезонних коливань, підприємство може досягти рівномірного

розподілу продажів, впливаючи на власні збутові підрозділи в періоди зниження попиту;

4) боротися проти конкуренції;
5) пожвавити обстановку на місці продажу товару;
6) операції по стимулюванню, що робляться з метою вплинути на збутові підрозділи підприємства, набули останніми роками стрімкого поширення і привели до зворотного ефекту в деяких областях діяльності — продавці чекають стимулювання, щоб завершити свою комерційну програму.

Для того, щоб прив'язати до себе торгові мережі, дати їм необхідну мотивацію і змусити їх проникнутися "духом" підприємства, виробник застосовує різні прийоми: надає їм фінансові пільги, організовує конкурси, влаштовує поїздки. Всі ці засоби є заходами по стимулюванню та просуванню продажів.

Класичними інструментами стимулювання виступають:

а) премії при виконанні річних показників є винагородою за досягнуті результати, розміри якої можуть досягати від одного до трьох місячних окладів;

б) премії за досягнення "особливих показників" — каталогізація товару, перевиконання показників в період спаду ділової активності і тому подібне — служать підставою для виплати премії, розміри якої пропорційні перевиконанню показників;

в) присудження балів, певну кількість яких можна обміняти на цінні подарунки, пропоновані по особливому каталогу: за кожен продаж або розміщене додаткове замовлення продавець отримує певну кількість балів, які дозволяють йому вибрати для себе подарунок в каталозі, що вручається йому;

г) туристичні поїздки, призначені для збутовиків, що досягли великих успіхів в роботі. Мова йде про стимулювання-конкурс, в якому призом є туристичні поїздки за кордон для продавців, що особливо відзначились.

О. С. ЩЄКОВИЧ

д-р екон. наук, проф.
Тель-Авівський університет

РОЗВИТОК ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ У ПОСТВОЄННОМУ ПРОСТОРІ

Туризм — галузь, яка є однією з основних індикаторів вітчизняної економіки, найважливіший ресурс соціально-економічного розвитку будь-якого регіону і всієї країни, а тим паче у поствоєнному просторі. Практично всі регіони України мають значний туристичний потенціал, однак ступінь його реалізації багато в чому визначається рівнем інноваційного розвитку регіонального ту-

ризму. Після закінчення війни цей показник буде визначальним в формуванні вектору розвитку туризму в регіонах, та в Україні в цілому.

Інноваційний розвиток туризму — це система методів та інструментів, що відрізняються інноваційністю та призводять до позитивних результатів в розвитку галузі. Інновація в туризмі передбачає формування і застосування сучасного підходу, заснованого на оригінальності вирішення проблеми, розробку нових шляхів одночасного використання існуючих ресурсів і розвитку нових.

Інноваційна діяльність в сфері туризму спрямована на створення нового або зміну існуючого продукту, на вдосконалення логістики, а саме транспортних, готельних та інших послуг, освоєння нових ринків, впровадження передових інформаційних і телекомунікаційних технологій і сучасних форм організаційно-управлінської діяльності. Напрямками інноваційного розвитку в сфері туризму в Україні присвячені роботи окремих авторів [1; 3].

На нашу думку, в основу вирішення завдання підвищення туристичної привабливості регіону та реалізації його туристичного потенціалу повинен бути покладений кластерний підхід.

Незважаючи на відмінність трактувань поняття "кластер", більшість вчених сходяться на думці, що він являє собою систему, що характеризується рядом ознак, що варіюються за своїми значеннями, широтою охоплення і рівню розвитку. Так, деякі кластери складаються в основному з малих і середніх підприємств, а інші, в свою чергу, включають як великі, так і малі фірми.

Звичайно, кластер являє собою значно більш складне явище, ніж просте об'єднання фірм для спільної діяльності, і передбачає глибоку технологічну кооперацію. Підприємства не тільки кооперуються всередині кластера, а й продовжують вибірково конкурувати між собою в окремих областях. Це є рушійною силою постійних продуктових і технологічних інновацій, впровадження яких спрямоване на зростання продуктивності всіх факторів виробництва, забезпечує швидке і широкомасштабне поширення нововведень.

Традиційно кластерний підхід використовувався щодо промислового виробництва. Однак кластери здатні відігравати вирішальну роль і в розвитку сфери послуг, зокрема, формуванні туристичних центрів, залученні до них відвідувачів і підвищенні їх конкурентоспроможності подібних центрів.

Отже, туристичний кластер — це комплекс територіально локалізованих і взаємопов'язаних підприємницьких структур різних галузей господарства регіону, діяльність яких спрямована на створення умов для активізації духовних і емоційних переживань споживача туристичних послуг, і підвищення конкурентоспроможності регіону на вітчизняному та міжнародному туристичних ринках.

Головна причина необхідності формування кластера на будь-якому територіальному рівні полягає в підвищенні конкурентоспроможності на всіх ієрархічних рівнях — країни, регіону, міста, галузі, підприємницької структури. При визначенні сутності поняття "туристичний кластер" необхідно обов'язково враховувати цю обставину. Крім того, слід мати на увазі, що рівень кон-

курентоспроможності в туризмі залежить від ступеня задоволеності споживача — туриста.

На відміну від виготовлення товару у виробничій сфері формування туристичного продукту являє собою процес взаємодії підприємницьких структур різних галузей економіки. Саме тому багато вчених визначають туризм як складний міжгалузевий комплекс, що включає в себе туристичні компанії, транспортні організації, музеї, колективні та індивідуальні засоби розміщення, підприємства громадського харчування і т. д. При цьому, якщо мова йде про регіон, практично всі підприємницькі структури, які беруть участь у формуванні, просуванні і реалізації туристичного продукту, спочатку географічно зосереджені на його території [1].

Можна з упевненістю стверджувати, що галузь туризму в регіоні спочатку являє собою ініціативний кластер.

Практика показує, що економічний кластер може бути сформований або природним способом в результаті історичного розвитку будь-якого виду діяльності на певній території, або цільовим способом — як результат зусиль, спрямованих на створення такого кластера. Зокрема, на основі даної ознаки виділяють дирижистську та ліберальну моделі туристичних кластерів. В рамках дирижистської моделі велику роль грає активна державна політика щодо розвитку кластерів, а ліберальна модель розглядає кластер як ринковий організм, де роль центральної влади полягає в знятті бар'єрів для його природного розвитку [2]. Таким чином, аналіз зарубіжного досвіду розвитку туристично-рекреаційних кластерів показує, що до основних факторів їх розвитку можна віднести:

- наявність стратегії мережевих взаємодій;
- адекватний механізм управління соціально-економічним розвитком регіону;
- ефективну політику органів влади.

Нові туристичні регіони в міру освоєння і розвитку поступово починають конкурувати за туристичні потоки з традиційними центрами, які також займаються посиленням своїх конкурентних позицій на українському туристичному ринку. Все актуальнішими стають питання застосування інноваційних підходів до розробки, просування і розвитку всіх видів туристичних послуг регіонів, які матимуть на меті створення максимально сприятливих і сильних вражень у туристів. Це вимагає формування системи чіткої взаємодії всіх учасників туристичного ринку регіону на підставі застосування інструментів кооперації і координації діяльності по створенню, просуванню і реалізації відповідного нового туристичного продукту. Виходячи з цього необхідно освоєння інноваційних підходів до організації і розвитку туристичного сектора на державних і регіональних рівнях. Саме до таких підходів в сучасній науці і практиці відноситься кластерний підхід.

На закінчення слід зазначити, що саме продумана і грамотна політика державних і регіональних влад створює необхідні умови для припливу капіталу в туристично-рекреаційний комплекс. А це, в свою чергу, сприяє зростанню кількості учасників комплексу, збільшення туристичних і грошових потоків,

зростанню зайнятості населення. Вважаємо, що в нашій країні потрібна розробка системи чіткої взаємодії всіх учасників туристичного ринку регіону на підставі застосування інструментів кооперації і координації діяльності по формуванню, просуванню і реалізації відповідного нового туристичного продукту.

Джерела

1. *Гонтаржевська Л. І.* Зовнішньоекономічна діяльність туристичних підприємств України: дис. ... канд. екон. наук: 08.05.01 / Ін-т світ. економіки і міжнар. відносин НАН України. К., 2006. 201 с.
2. *Мантаева Э. И., Куркудинова Е. В.* Мировой опыт кластерной модели развития. *Управление экономическими системами: электронный научный журнал.* 2011. № 4. URL: http://tourlib.net/statti_others/mantaeva.htm.
3. *Портер М.* Конкуренция. М.: Вильямс, 2005. 608 с.

М. ЯКОВЛЕВА,
В. С. ТАТАРІНОВ
канд. техн. наук,доц.
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНОЮ БЕЗПЕКОЮ ПІДПРИЄМСТВА: МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД

В умовах сучасного розвитку економіки підвищується роль та значення економічної безпеки підприємства. "Зміни, що виникли в сучасній економіці, відрізняються значно високою часткою кризових факторів, а також політичною незбалансованою обстановкою, що підкріплює за собою високу частку криміналізації бізнесу. Універсальну систему економічної безпеки створити на практиці неможливо, оскільки кожне підприємство діє за своїми певними стандартами та займає своє місце на ринку товарів та послуг.

Важливо розуміти, що при створенні правильного механізму економічної безпеки не можна упускати такий момент, як наявність третіх осіб. Кожна система на підприємстві унікальна, але не ідеальна і тому чітко сформульована система безпеки не повинна допускати наявність сторонніх осіб [1].

Серед вчених, які займалися питаннями економічної безпеки підприємства, не вироблено єдиного підходу до її розуміння. Основні підходи до визначення сутності поняття економічної безпеки підприємства:

1. Сутність економічної безпеки визначається, ґрунтуючись на зовнішніх та внутрішніх загрозах функціонування підприємства.

2. Економічна безпека розглядається як певний стан економічної системи без посилань на загрози, тобто стан підприємства, здатне зберегти стабільність і залишатися у стійкому положенні.

3. Сутність економічної безпеки підприємства полягає у стійкості його фінансової системи, тобто його фінансова безпека.

На наш погляд, найважливішим критерієм економічної безпеки є фінансовий стан підприємства, відповідно, третій підхід найбільш повно розкриває її зміст. Управління економічною безпекою підприємства — управління ризиками — має протікати обґрунтовано, з використанням результатів оцінки загроз та при врахуванні можливостей фінансування заходів щодо їх усунення.

Удосконалення управління економічною безпекою має здійснюватися за такими основними напрямками:

1) виділення у структурі підприємства відповідальних осіб, які займатимуться контролем, діагностикою та забезпеченням економічної безпеки;

2) розробка механізму, що забезпечує системність керування економічною безпекою для підприємства.

3) визначення розриви у забезпеченні економічної безпеки та шляхи їх усунення.

Реальне формування та функціонування механізму забезпечення економічної безпеки підприємства представляє складний процес взаємодії та взаємного впливу всіх складових. У свою чергу, взаємодія та взаємний вплив цих компонентів здійснюється безліччю комбінацій різної конфігурації цих змінних. Формування механізму забезпечується за рахунок прийняття управлінських рішень, формування єдиних інформаційних полів, проведення аналітичних та прогнозних робіт, виконання низки економічних розрахунків та оцінки їх результатів. Усі дії здійснюються у внутрішньому середовищі об'єкта забезпечення економічної безпеки підприємства.

Функціонування механізму управління економічною безпекою має здійснюватися на основі інтегрованого підходу, а саме:

- управління ризиками має здійснюватися неперервно та систематично;
- обов'язковим є визначення координуючого центру, у складі відповідальних компетентних осіб на чолі вищого керівництва;
- залучення до процесу кожного співробітника в благо спільної мети ефективного та захищеного бізнесу;
- внутрішні комунікації всіх відділів та служб підприємства для оптимізації бізнес-процесів;
- постійне вдосконалення комплексу інструментів та методів управління ризиками [2].

Механізм управління економічною безпекою — це розроблена на рівні організації система планування, забезпечення та організації заходів, необхідних для мінімізації збитків (втрат), викликаних випадковими подіями. Механізм управління економічною безпекою ґрунтується на розв'язанні таких завдань, як: виявлення можливих ризиків та оцінка їх впливу на діяльність організації; визначення принципів та методів управління ризиками; оцінка фінансових втрат, пов'язаних з ризиками.

Таким чином, оцінка, врахування та передбачення окремих ризиків діяльності підприємства дозволить нарощувати конкурентні переваги. Ефективність управління економічною безпекою діяльності організації визначає

рівень її конкурентоспроможності. Розроблений механізм управління економічною безпекою та на основі його — управління конкурентоспроможністю організації — дозволять підтримувати стабільний розвиток та достатній рівень конкурентоспроможності не тільки найближчим часом й у перспективу.

Джерела

1. *Вергун А. М., Стріжко К. В.* Сучасні підходи до оцінки рівня фінансової безпеки підприємства. *Ефективна економіка*. 2015. № 6. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4142
2. *Shatilova O.* Digital Technologies Influence on Business Organization Management. Management: strategic imperatives and trends of transformation: Monograph / [Sahaidak M., Sobolieva T. and all] / Edited by Mykhailo Sahaidak and Tetiana Sobolieva: Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman, 2020. P. 34–49. URL: https://ir.kneu.edu.ua/bitstream/handle/2010/36335/Msi_m_2.pdf?sequence=1&isAllowe d=y.

В. А. ЯРЕМЕНКО

канд. екон. наук, доц.
Придніпровський інститут ПрАТ ВНЗ "МАУП"

Ю. С. ВОРОШИЛОВА
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ПОЛТАВСЬКОЇ ОБЛАСТІ

Полтавська область, як один з найперспективніших регіонів України, у поточному періоді зіткнулася з цілою низкою складних проблем свого соціально-економічному розвитку. Серед основних поточних проблем, які впливають на траєкторію розвитку регіону, виділимо наступні.

Перш за все, відзначимо негативний вплив військово-політичної нестабільності, який чинить великий вплив на регіон, обмежуючи потік іноземних інвестицій та гальмуючи економічний прогрес. Невизначеність управлінських структур та політичних стратегій створює невигідне середовище для сталого розвитку. Прикладом може стати Біланівський ГЗК, відкриття якого затягнулося майже на десятиріччя тому, що окремі політичні діячі використовували його як засіб маніпулювання задля підвищення свого рейтингу.

Економічна стагнація створює серйозні проблеми для Полтавської області, що виявляється у повільному зростанні ВВП, високому рівні безробіття та обмеженій диверсифікації промисловості. Занадто велика залежність від традиційних галузей, зокрема сільського господарства, ускладнює адапта-

цію до сучасних економічних тенденцій. Відзначимо, зокрема, завод КрАЗ, який у минулому був містоутворюючим підприємством, але у подальшому не зміг своєчасно адаптуватися до нових економічних реалій і наразі майже "мертвий".

Наступною проблемою є недостатня розвиненість інфраструктури, включаючи транспортні мережі та комунікації, що ускладнює забезпечення конкурентоспроможності регіону та зв'язок з міжнародними ринками. Недостатні інвестиції в інфраструктурні проекти обмежують торговельні можливості та гальмують загальний розвиток. Як приклад, можна навести міст через р. Дніпро з його обмеженою пропускною здатністю. Обговорення доцільності будівництва нового моста затяглося майже на 20 років.

Корупція та проблеми управління існують у Полтавській області, підриваючи довіру до державних установ та ускладнюючи діяльність підприємств. Слабкість регуляторних механізмів та бюрократичні перешкоди відлякують як внутрішніх, так і зовнішніх інвесторів. Незважаючи на намагання держави змінити деякі, найбільш "вразливі" регуляторні норми, корупція остаточно досі не подолана, а по де яким напрямкам навіть зростає.

У той же час Полтавська область зберігає значні перспективи соціально-економічного розвитку. Регіон має потенціал для диверсифікації економіки за допомогою розвитку секторів, таких як інформаційні технології, відновлювана енергетика та туризм. Інвестування у розвиток нових галузей може сприяти інноваціям, створювати робочі місця та зміцнювати економічну стійкість.

Для реалізації означених перспектив пріоритетом повинен стати розвиток інфраструктури, включаючи модернізацію транспортних мереж та розширення доступу до комунікаційних послуг, що може посилити конкурентоспроможність регіону та привернути інвестиції. Покращена інфраструктура сприяє торгівлі, стимулює економічну активність та покращує якість життя мешканців.

Інвестування в освіту, професійну підготовку та охорону здоров'я є ключовими для формування кваліфікованої робочої сили та підвищення соціального розвитку. Надання людям відповідних навичок та знань сприяє продуктивності, інноваціям та інклюзивному зростанню в регіоні.

Зміцнення управлінських структур, підвищення прозорості та боротьба з корупцією є важливими для зміцнення довіри інвесторів та забезпечення сталого розвитку. Впровадження надійних регуляторних механізмів та просування відповідальності в державних установах може сприяти сприятливому бізнес-середовищу.

Розв'язання означених проблем, таких як політична нестабільність, економічна стагнація, недостатня розвиненість інфраструктури та проблеми управління, вимагає спільних зусиль як з боку державних, так і приватних зацікавлених сторін. Прискорити цей процес та розкрити свій потенціал впевненого економічного зростання Полтавська область може шляхом диверсифікації сфер діяльності, представлених на її території, покращення інфраструктури, інвестування в людський капітал та впровадження ефективних управлінських практик.

В. А. ЯРЕМЕНКО
канд. екон. наук, доц.
Придніпровський інститут ПрАТ ВНЗ "МАУП"

А. Р. ДЕМЕШКО
здобувачка ІІІ курсу
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

МАРКЕТИНГ ТЕРИТОРІЙ ЯК СТРАТЕГІЧНИЙ ІНСТРУМЕНТ УПРАВЛІННЯ МІЖРЕГІОНАЛЬНОЮ ВЗАЄМОДІЄЮ ТА ІНТЕГРАЦІЙНИМИ ПРОЦЕСАМИ

Використання маркетингу в процесі управління дозволяє приймати рішення, враховуючи попит та стан ринку, пристосовувати виробництво до вимог споживачів, сприяючи формуванню сприятливого інвестиційного середовища в регіоні. Маркетинг розкриває потенціал регіону, оскільки зазначається, що досягнення цілей регіону можливе тільки через орієнтацію на потреби споживачів, що вимагає вивчення ринку та розробки стратегій для його задоволення. Концепція маркетингу вимагає об'єднання цілей регіону з його ресурсними можливостями, врахування зовнішніх впливів, а також узгоджене спрямування на довгостроковий розвиток [1].

Регіональним і державним органам важливо уважно розглянути міжрегіональну взаємодію та інтеграційні процеси, створюючи сприятливе маркетингове середовище для співпраці між регіональними системами. Необхідно розробляти систему оцінювання ефективності цієї взаємодії. Ефективне впровадження маркетингу в управління регіоном передбачає проведення досліджень на регіональному і міжрегіональному рівнях, а також розробку товарної політики як ключового елемента. Товарна політика слугує важливим покажчиком у загальній стратегії маркетингових дій, а розвиток організаційних структур маркетингу сприяє узгодженій взаємодії всіх елементів системи маркетингу [2].

Адаптовані інструменти маркетингу підприємства можуть бути застосовані для оцінки та розвитку територій, особливо в контексті аналізу стратегічних груп та функціональних можливостей. Управління маркетингом території потребує системного підходу, включаючи розробку позиціонування, формування позитивного бренду та оперативне планування. Для успішної реалізації маркетингових проектів інноваційного розвитку, важливо використовувати стандарти управління проектами та методики програмування стратегічних фондів. З метою подальшого розвитку наукових досліджень у сфері маркетингу територій, важливо удосконалювати методологічні підходи та враховувати інноваційний потенціал регіонів, що підвищить ефективність розвитку територій через маркетингові стратегії [3].

Джерела

1. *Бондаренко В. М.* Маркетингова стратегія як складова стратегії розвитку регіону. *Економіка, фінанси, менеджмент: актуальні питання науки і практики*. 2015. № 1.
2. *Окландер М. А.* Проблеми формування маркетингової системи країни. К. : Наукова думка. 2002. 167 с.
3. *Котова Н. О.* Маркетингова концепція стратегічного планування розвитку регіону. *Публічне управління: теорія та практика*: зб. наук. праць Асоціації докторів наук з державного управління. Харків: Вид-во "ДокНаукДержУпр". 2011. № 2. С. 127–131.

В. А. ЯРЕМЕНКО
канд. екон. наук, доц.
Придніпровський інститут ПрАТ ВНЗ "МАУП"

А. М. КАПУСТА
Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

ВИКОРИСТАННЯ КОНТЕНТ-МАРКЕТИНГУ В ДІЯЛЬНОСТІ СУЧАСНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Контент-маркетинг є одним із провідних напрямів маркетингу, головним інструментом якого є контент, спрямований на залучення нової цільової аудиторії. Контент-маркетинг дозволяє побудувати довгострокові взаємовигідні відносини із цільовою аудиторією. За допомогою контенту компанії намагаються залучити нових потенційних споживачів та утримати вже існуючих.

Очевидна різниця між контент-маркетингом та рекламою полягає в тому, що, по-перше, реклама "проштовхує" товар чи послугу, навіть якщо вона найвищої якості. Контент-маркетинг нічого не проштовхує, він надає людям корисну інформацію, а вони вже вирішують, чи вони хочуть зв'язатися з компанією чи ні. На відміну від реклами, контент-маркетинг не чинить тиску на споживачів. Ще одна відмінність полягає в тому, що контент-маркетинг є довгостроковою стратегією і не дає негайних результатів як реклама.

Схема роботи контент-маркетингу не є складною. Для звернення компанії до контент-маркетингу необхідно виявити проблематику своєї аудиторії та створити такий матеріал, який забезпечуватиме її вирішення, а також згадати про компанію.

Найпопулярнішим інструментом для просування контент-маркетингу є соціальні мережі так, як пряма реклама пішла на другий план, оскільки з'ясувалося, що людина краще сприймає не через різні рекламні ролики, а через

лайфхаки, поради і т. д. Споживачам цікавіше спостерігати контентом, який не схожий рекламу.

Контент-маркетинг став настільки популярним, що його використовують компанії всіх рівнів та розмірів, тому що цей інструмент не вимагає будь-яких гігантських вкладень. Серед основних цілей слід зазначити такі, як збільшення чисельності цільової аудиторії, підвищення впізнаваності бренду та підвищення залучення клієнтів.

Для досягнення поставленої мети, компанії необхідно розробити контент-стратегію, яка складається з чотирьох етапів: аналіз, формування плану, реалізація плану та його ефективності. Розглянемо кожний етап детально.

Перший етап складається з кількох кроків. Перший крок включає складання списку каналів, якими буде поширюватися контент. Також необхідно визначити, на який контент буде підходити більше для реалізації. Другий крок включається аналіз конкурентів, тут необхідно "промоніторити" те, який формат контенту використовують конкуренти та вибрати той, який буде найефективнішим. Останній крок включає визначення цільової аудиторії, так як під даний сегмент буде обраний той чи інший контент.

Другий етап полягає в тому, щоб розробити стиль спілкування з цільовою аудиторією та комунікаційні ідеї компанії з аудиторіями. Після розробки стилю спілкування складається контент-план на основі інтересів та потреб цільової аудиторії. Для того, щоб скласти точну картинку, необхідно вивчити різні місця присутності аудиторії: соціальні мережі, різні форуми.

На третьому етапі необхідно сформувати команду, розібрати завдання та ознайомити їх із фахівцями. Важливо при створенні нового контенту перевірити старий, щоб зрозуміти, промахи, упущення та виправити свої помилки. Також потрібно перевірити сайт на зворотний зв'язок, комунікабельність: якщо є проблеми з відгуками, їх необхідно швидко вирішити.

На останньому етапі необхідно провести оцінку ефективності контент-маркетингу, чи досягла компанія поставленої мети.

Будь-який процес має бути виміряний з метою оцінки його ефективності. Так, ключові показники ефективності, до яких відносяться кількість коментарів та лайків, кількість відвідувачів сайту, також кількість публікацій, якими поділилися у різних соціальних мережах та ін. Необхідно відстежувати дані показники, щоб підвищувати якість контенту. Даний підхід допоможе покращити взаємовідносини компанії з цільовою аудиторією, що надалі збільшить їхню залученість, яка принесе компанії ще більший дохід.

Таким чином, можна виділити два ключові підходи до сутнісних факторів контент-маркетингу: традиційний (для утримання клієнтів) та антикризовий контент-маркетинг (як частина загальної комунікативної стратегії). Комплексний розгляд цих напрямів може допомогти компаніям досягти успіху в умовах невизначеності за набагато менших витрат.

Таким чином, завдання сучасного підприємства полягає в освоєнні механізмів контент-маркетингу, що ґрунтуються на активному застосуванні цілого комплексу правил таргетованої реклами. Контент-маркетинг показує високу ефективність, оскільки більшість людей втомилися від психологічного

тиску, саме тому вони не реагують на сотні рекламних оголошень, не отримують відгуку аудиторії. Тому якісний контент виступає надійною інвестицією у просування компанії.

В. А. ЯРЕМЕНКО
канд. екон. наук, доц.
доцент кафедри економічного проєктування та маркетингу
Придніпровський інститут ПрАТ ВНЗ "МАУП"

М. В. КАЛЕНЧЕНКО
студент
ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Підприємство є складною системою, пов'язаною із зовнішнім середовищем через вхідні та вихідні речові (матеріальні) та інформаційні потоки. Маркетинг як функція виробничого підприємства полягає, власне, у формуванні інформаційного середовища управління всієї його виробничої і комерційної діяльністю, орієнтованої споживача і завершується основним актом комерційного характеру та змісту — обміном, купівлею-продажем, орендою.

Щоб належним чином функціонувати в умовах маркетингу, необхідно отримувати адекватну інформацію до і після прийняття рішень. Існує безліч причин, через які маркетингова інформація повинна збиратися при розробці, реалізації та перегляді маркетингового плану фірми або будь-яких його елементів. Недостатньо спиратися на інтуїцію судження керівників та досвід минулого.

Достовірна та повна інформація дозволяє маркетологам: отримувати конкретні переваги, знижувати фінансовий ризик та небезпеку для зразка, визначити відносини споживачів, стежити за довкіллям, координувати стратегію, оцінювати діяльність, підвищити довіру до реклами, отримати підтримку у рішеннях, підкріпити інтуїцію, покращити ефективність.

Якщо підходити до збору маркетингової інформації як до випадкової, рідкісної події, яка потрібна лише тоді, коли потрібно отримати дані з конкретного питання, можна зіткнутися з низкою проблем.

Так, наприклад, може виникнути ситуація, коли: результати попередніх досліджень зберігаються у незручному для використання вигляді; непомітні зміни у навколишньому середовищі та діях конкурентів; проводиться несистематизований збір інформації; • виникають затримки за необхідності про-

ведення нового дослідження; по ряду часових періодів відсутні дані, необхідні аналізу; маркетингові плани та рішення аналізуються неефективно; Події є лише реакцію, а чи не передбачення.

Маркетингові дослідження слід розглядати як частину постійно діючого інтегрованого інформаційного процесу.

Необхідно, щоб фірма розробляла та використовувала систему постійного стеження за навколишнім середовищем та зберігання даних для того, щоб вони могли аналізуватися в майбутньому. Систему інформаційного забезпечення маркетингу можна визначити як сукупність процедур та методів, розроблених для створення, аналізу та поширення інформації для випереджаючих маркетингових рішень на регулярній постійній основі.

Спочатку фірма встановлює цілі підприємства, що визначають загальні напрями планування маркетингу. З цією метою впливають чинники довкілля (конкуренція, уряд, економіка).

Плани маркетингу включають контрольовані фактори, визначені в попередніх розділах, включаючи вибір цільового ринку, цільового маркетингу, тип організації маркетингу, маркетингову стратегію (товар або послуга, розподіл, просування та ціна) та управління.

І. О. ЯЦЕНКО

Придніпровський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"

АРТ-ТЕРАПІЯ ЯК ЗАСІБ СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНОЇ РЕАБІЛІТАЦІЇ ДІТЕЙ В УМОВАХ КРИЗИ (ВІЙНИ)

Існує упередження, що мистецтво здатно поєднувати протилежні світи: світ фантазії та реальності; воно може бути потужною терапією, адже через творчість можна виразити свої бажання, пережиті почуття та емоції. Мистецтво сприяє збереженню психічного здоров'я та стабільного психоемоційного стану лише тоді, коли людина відчуває себе у безпеці. Нажаль, життя в умовах війни не завжди відповідає цим вимогам. В реаліях важкого сьогодення, стрес, якого зазнають українці, особливо діти, що перебувають на території України, має негативний вплив на їх психічне здоров'я, розвиток та соціалізацію. Найважливішою проблемою дітей у стані стресу є труднощі адаптації до нового середовища та спілкування (стан відчуженості і знедоленості, тривожності та психічної напруги, агресивності, підвищеної конфліктності тощо) [1]. Вкрай важливо своєчасно надати дітям психоемоційну підтримку, в якій буде створена атмосфера емоційного тепла, емпатійного спілкування, визнання цінностей, почуттів, турботи, психологічного комфорту, безпеки, радості та успіху. І це все можливо шляхом впровадження в роботі з дітьми арт-терапії — найефективнішого способу використання

мистецтва в лікувальних та реабілітаційних цілях. Ефективність арт-терапії підтверджує широкий спектр наукової літератури з музичної, ляльковой, образотворчої, танцювальної, пісочної терапії тощо. Аналіз сучасної наукової літератури свідчить про доцільність використання вищенаведених методик у соціально-психологічній реабілітації дітей.

Найбільш розробленою та авторитетною є позиція О. Сороки, яка трактує "арт-терапію як інноваційну освітню технологію "лікування" засобами образотворчого мистецтва, а саме: малюнком, графікою, живописом, скульптурою для гармонійного розвитку особистості [2]. Як допоміжні засоби в арт-терапії використовують музику, казку, танець, гру, драму тощо. В своїх роботах О. Смілянець, вважає арт-терапію методом лікування за допомогою художньої творчості, що сприяє вираженню агресивних почуттів у соціально допустимій формі; розвиває й посилює увагу до почуттів дає основу для інтерпретацій і діагностичної роботи в процесі терапії; сприяє виникненню відчуття внутрішнього контролю й порядку; дає змогу працювати з думками і почуттями, які здаються нездоланними [3]. О. Вознесенська розглядає арт-терапію як "метод оздоровлення за допомогою творчого самовираження; духовну цілісність" [4].

Слід звернути увагу на те, що в основі наукового обґрунтування використання мистецтва в корекційній та реабілітаційній роботі з дітьми є висновки про те, що позитивні емоції від спілкування з мистецтвом здійснюють лікувальний вплив на психосоматичні процеси дитини, мобілізують її резервні сили, обумовлюють її творчість в усіх галузях життя в цілому, сприяють задоволенню таких потреб як спілкування, прийняття, розуміння, самовдосконалення, саморозуміння, емоційна підтримка в позитивному сприйнятті навколишньої дійсності, тощо [5].

В соціально-психологічній роботі арт-терапія використовується для вирішення діагностичних, корекційних, психопрофілактичних та в подальшому реабілітаційних завдань. Показання до застосування арт-терапії зводяться до наступного: робота по відновленню душевної рівноваги після смерті близької людини; позбавлення від страхів, нав'язливих думок; низька самооцінка; тривалий стрес; порушення сну; підвищений рівень тривожності; конфліктність, агресивність.

На практиці часто застосовуються методики роботи з емоціями, опрацювання важких тем, візуалізація безпечного місця через малюнок і створення уявного містка між поточним станом напруження та мрією, між місцем перебування, в якому дитина знаходиться зараз, і бажаним. Через образне осмислення реальності фокус травми переміщується на ресурс і таким чином це допомагає не уникати тригерів, а робити їх передбачуваними.

Найпоширенішими видами арт-терапії є: малюнкова терапія (медитативна графіка, інтуїтивний живопис або мандалотерапія); музикотерапія; бібліотерапія (книголікування). Різновидом книголікування є казкотерапія — метод психологічної корекції особистості дитини за допомогою читання/прослуховування спеціально підібраних текстів народної прози або літературних казкових творів. Психологи радять використовувати казкотерапію

під час перебування з дитиною у закритих приміщеннях та на обмежених територіях. Вигадана історія, де герой успішно долає різні перешкоди, і де перемагає добро, — допоможуть дитині подолати страх, налаштуватися на оптимістичні думки, зміцнити віру в добро.

Арт-терапію в роботі з дітьми, які опинилися в умовах кризи (війни) потрібно розглядати, як перспективний цілісний безперервний процес розвитку особистості, підтримки її внутрішнього потенціалу, формування життєстійкості. Саме ці ресурси використовує арт-терапія з метою відновлення і збереження здоров'я (у тому числі й соціального), гармонізації взаємин особистості у соціальному середовищі.

Джерела

1. *Галіцина Л.* Корекція страхів: цикл занять методами арт-терапії. *Психолог.* 2015. № 17/18. С. 60–68.
2. *Сорока О. В.* Підготовка майбутніх учителів початкової школи до використання арттерапевтичних технологій: теоретико-методичні основи: монографія. Тернопіль : Астон, 2015. 350 с.
3. *Сміляне*ць *О.* Корекція девіантної поведінки підлітків засобами арт-терапії [Електронний ресурс]. *Збірник наук. праць Інституту психології ім. Г. С. Костюка АПН України* / за ред. академіка С. Д. Максименка. К., 2009. URL: http://vuzlib.com
4. *Вознесенська О.* Особливості арт-терапії як методу. *Психолог.* 2005. № 39. С. 5–8.
5. "Центр психологічної допомоги "Конфіденс". Комплексна психологічна допомога сім'ям з дітьми, які постраждали від війни. [Електронний ресурс]. Режим доступу: https://confidence.net.ua/useful/artterapiia

Науковий керівник:
Л. А. Олексієнко, канд. пед. наук

K. KOLESNICHENKO
student of the second (master's) level
Kherson State Agrarian and Economic University

PROJECT MANAGEMENT IN THE HOSPITALITY BUSINESS

Competition in the hospitality market is constantly increasing. In order for the company to attract and retain customers, it is necessary to adapt to the growing demands of the audience, quickly complete tasks and solve problems. One of the ways to effectively organize work within the company is project management. The main task of developing and implementing a project in the field of hotel business is to make a profit. In order to make a profit, the main task of the operation of hotel complexes is to attract and accommodate people and meet their various needs accordingly.

Project quality management is a process that considers how the project should develop in order to achieve the desired quality of results. This requires project managers to constantly measure the quality of activities and processes involved in the project. In project quality management, standards are established in advance to evaluate results, and actions are taken throughout the project to correct errors [1].

The ultimate goal of project quality management is to guarantee results that meet the needs and expectations of clients, stakeholders, or customers, depending on the end user. Most project managers approach it wanting to achieve the best possible outcome, but many factors can get in the way. Even with the best team and the best tools, project results may fall short of expectations without project quality management measures in place. Quality planning is the first step in project quality management. Before starting a new project, it is necessary to agree on the control parameters that will clearly outline the "quality" for this particular project and determine the actions that must be taken to achieve this level of quality.

At this stage, it is necessary to decide what the quality of monitoring will look like and document this process. The project's quality management plan should include steps that will be carried out on an ongoing basis, such as weekly checks or progress checks against a checklist, what quality indicators will be measured and what milestones will be completed during the project. The scale of the hotel and restaurant industry is closely related to accommodation and maintenance, and the scope of the project requires proper observance of all aspects and conditions necessary for comfortable living. Thus, the scope of the project is aimed at creating a solid foundation for balanced management of resources, time and quality [2].

During the implementation of the project, it is important to make sure that the team follows the agreed plan. Quality assurance is primarily focused on making sure that processes are followed, that planned activities are completed, and that everyone is working toward a quality end product. The method of quality assurance will depend on the project, but it is advisable to use a checklist and conduct regular audits. The goal here is to prevent problems before they occur by following agreed processes. Although quality assurance is preventive, the next step is more reactive. Finally, it is important to assign a project manager who can assess whether the desired level of project quality is being achieved. This person will need to regularly review progress against the plan and checklist. This allows problems to be identified and improvement methods to be considered, including risk factor adjustments and contingency plans.

The final point of the project is a hotel built in accordance with generally accepted standards and the level of service quality. The results of the project provide for the provision of high-quality tourist-oriented accommodation services. The main goal of these services is to fill the hotel-restaurant business market with the necessary offer of accommodation, and the goals of the project executor are to gain the reputation of a reliable partner in the field of construction. The feasibility of these goals depends on the rules and principles of project implementation. Actually, project feasibility should be considered as a traditional perspective of successful implementation of project goals [3].

The project in the field of hospitality is the creation of a hotel building plan for the further development of the hotel and restaurant business. The main goals of the project are closely related to the proper management of finances, operational activities, personnel and risks. The basis of the scope is considered as an outline of the functional aspects necessary for proper project management. The need to create a project may be caused by an urgent need to meet the requirements of the hotel business industry.

Thus, the scope of the opportunity lies in the need to create, configure and launch all systems necessary for hotel operations.

References

1. Методи управління проектами URL: https://vuzlit.ru/2283992/ metodi_upravlinnya_proektami (дата звернення: 08.02.2024).
2. *Kovalenko N.* Project management as an element of improving business processes of the tourist enterprise. *Наукові інновації та передові технології*. 2023. № 12 (26). С. 283–296. URL: http://perspectives.pp.ua/index.php/nauka/article/view/6715/6750 (дата звернення 10.02.2024).
3. *Сидорчук О. В., Ратушний Р. Т., Тригуба А. М.* Управління проектами та програмами: означення наукових основ. *Вісник Львівського державного університету безпеки життєдіяльності*. 2022. № 10. С. 112–117.

Supervisor:
N. Kovalenko, Candidate of Pedagogical Sciences (Ph.D), Associate professor

A. A. SLOBODIANIK
State University of Trade and Economics

STARTUP INITIATIVE FOR CREATING INCLUSIVE TECHNOLOGICAL SOLUTIONS IN THE CONTEXT OF SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT

In today's world, the business environment is constantly changing, and brands have already abandoned the idea of simple profitability in favour of a deeper and more meaningful approach to social responsibility. The urgency of the problem is confirmed by the following statistics. Disability rates are rising due to factors such as an aging population and an increase in chronic diseases. As of January 1, 2021, there were 2.7 million disabled people in Ukraine. Among them, there are 222,300 people with disabilities in the first category, 900,800 people with disabilities in the second category, and 1.4 million people with disabilities in the third category [1].

Analysing the problems of society in Ukraine, there are problems of interaction with people with disabilities. This is due to the lack of personal experience of communicating with this category of the population and insufficient accessibility for people with disabilities. At the same time, despite the creation of various areas of activity of charitable foundations for the restoration and further functioning of persons with disabilities affected by the war, the issue of creating adaptive technological solutions remains relevant today.

In particular, in 2023, at the State University of Trade and Economics, a team of higher education students created the idea of the start-up project "EasySign" — a mobile application that contains a programme for reading sign language and converting it into text and vice versa, text into symbols — as part of a start-up competition. This start-up initiative is aimed at enabling people with hearing and speech impairments to communicate with those who do not know sign language. The value advantages of this development for potential users are convenience, ease of use, comfort of communication and interaction with society [2, p. 42–47].

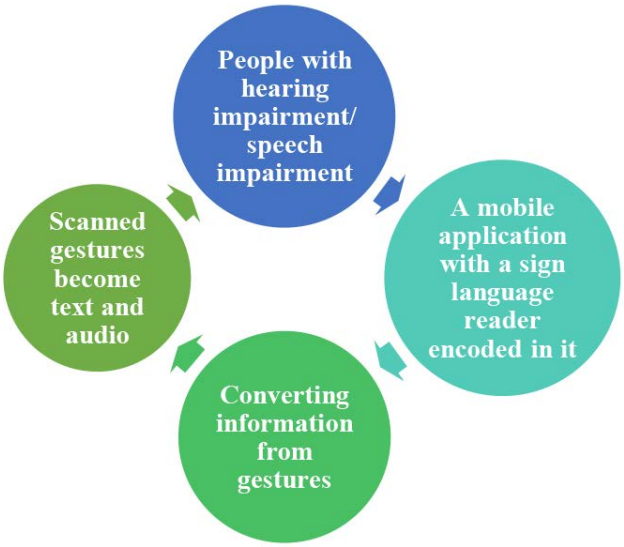


Figure 1. **Shows the principle of operation of the startup project "EasySign"**
Source: compiled by the author on the basis of data from [Author's own research].

The solution is based on the use of smartphones that will have a sign language interpretation application installed on them, which will be developed by the company. The application uses the smartphone's camera to read gestures. Then the read data is processed on the server side and the translation results are displayed on the smartphone display.

This diagram (Figure 2) shows two interlocutors, each with a smartphone with the app installed.

The start-up initiative to create inclusive technological solutions, namely the EasySign mobile application, is an important step in creating a more inclusive society. This and similar initiatives have the potential to make a significant con-

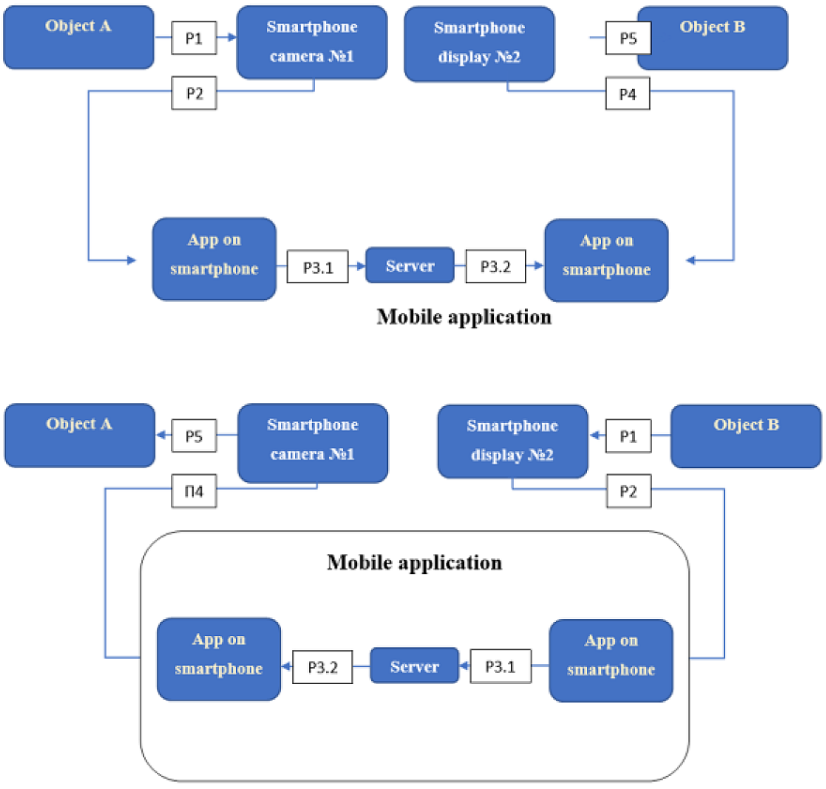


Figure 2.
Source: developed by the author based on data from [3, p. 87–91].

tribution to improving the lives of people with disabilities by helping them overcome physical and social barriers that make it difficult for them to live a full life and participate in society, including in times of war.

References

1. Rights of persons with disabilities during the war in Ukraine. Kharkiv Institute of Social Research (KhISR), League of the Strong (LS), National Assembly of People with Disabilities (NAPD), *European Disability Forum (EDF)*. URL: https://www.edf-feph.org/content/uploads/2023/02/PDF-Summary-of-monitoring-report-Rights-of-persons-with-disabilities-during-the-war-in-Ukraine.pdf.
2. *Yaroshenko M. O., Varfolomieiev A. Y., Yaganov P. O.* Inertial gesture recognition system. *Microsystems, Electronics and Acoustics*. 2019. № 24 (5). P. 42–47.
3. *Shapoval I. V., Lebedev D. Y.* Algorithm of the AES encoder device operation. *Problems of informatisation and management*. 2016. № 1 (53). C. 87–91.

Supervisor:
M. V. Kulyk, PhD in Economics,
Associate Professor of the Department of Hotel and Restaurant Business

О. В. ДЯЧЕНКО
аспірант
Міжрегіональна Академія управління персоналом

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ВІТЧИЗНЯНОЇ ЕКОНОМІКИ У ПОВОЄННИХ УМОВАХ

Нині українська економіка зіткнулася з небаченим за всю свою історію потрясінням. Повномасштабне військове вторгнення рф завдало потужний удар всіма ланками економічної системи нашої держави. Знизилося виробництво основних видів продукції. Зокрема тієї, що становить основу експортного потенціалу України.

Крім того, заблоковані порти, і як наслідок більша частина зовнішньої торгівлі. Руйнується транспортно-логістична, інженерна соціальна та маркетингова інфраструктура цілих регіонів. Відбувається передислокація кадрів на захід держави та відтік за кордон. Все це разом викидає з активного економічного життя сотні тисяч, або й мільйони людей.

Розвиток вітчизняної економіки у повоєнних умовах дедалі очевидніше стає одним з пріоритетних фронтів. Це визначатиме як подальший перебіг військових дій, так і спроможність нашої держави успішного повоєнного відновлення та відбудови.

Успіхи на економічному фронті перевожно залежать від спроможності управлінців різних рівнів сформувати адекватні стратегічні плани і забезпечити ефективність їхньої вдалої практичної реалізації. Зокрема зі своєчасним виконанням визначених прикладних завдань.

Це означає, що неминучий повоєнний економічний бум в Україні, "приреченість" нашої держави на членство в ЄС, стрімку відбудову зруйнованих міст чи модернізацію інфраструктури (або навіть про її перетворення на інноваційну "мекку" майбутньої Європи), про який всюди зазначають тиражовані ЗМІ, які висвітлюють висловлювання окремих експертів потребують критичного осмислення.

Звичайно, Україна має передумови для цього. Але без злагоджених дій з боку влади, без впровадження відповідних інструментів економічної політики, значний потенціал повоєнного відродження може бути втрачено та нівельовано.

Проте, на жаль, за усі ці 9 років належних висновків зроблено так і не було. Наша економіка продовжувала залишатися надміру "бюджетизованою", а відтак і забюрократизованою, корумпованою, негнучкою та малоефективною. Як і раніше, її експортний потенціал визначали монополії, сконцентровані у вузькому сегменті сировинних галузей, передусім металургії та сільського господарства. Уся небезпека такої ситуації стала очевидною після повномасштабного військового вторгнення в Україну російських окупантів.

Так, протягом першого місяця війни лише 17 % великих підприємств продовжували працювати без будь-яких обмежень. Ще 30 % змогли перейти на роботу в онлайн. Решта або не працювали зовсім, або призупинили діяльність, якщо не до мирних, то принаймні до спокійніших часів [2].

Понад 10 % орних земель країни виявились недоступними для проведення посівної кампанії. Це суттєво вдарило й по експортному потенціалу країни, й по наповнюваності державного бюджету. Фермери відносно швидко призвичаїлися до важких умов. Вони знаходять варіанти зберігання, транспортування необхідних ресурсів, та забезпечують інші важливі речі, щоб посівна відбувалася. Натомість менш гнучким агрохолдингам складніше адаптуватися до нових реалій [3].

Станом на початок квітня 2022 р, понад 50 % українців втратили роботу. Насамперед це стосується працівників великих старопромислових підприємств, розташованих у південно-східному регіоні України [4].

Загальні втрати від транспортної блокади, зокрема морських торговельних портів, становитимуть орієнтовно 3–5 млрд доларів щомісяця. Ці торгівельні порти забезпечували до 65 % міжнародної торгівлі України, передусім коштом металургійної та аграрної продукції. Суму збитків наведено без урахування пошкодження об'єктів інфраструктури внаслідок системних бомбардувань [5].

Враховуючи зазначене, уряд в екстреному порядку запровадив низку важливих регуляторних новацій. Вони покликані зменшити фіскальне навантаження на бізнес та стимулювати розвиток малого підприємництва. Зокрема, було дозволено переходити на третю групу спрощеної системи оподаткування платникам податку із оборотом до 10 млрд грн із необмеженою кількістю працівників.

Підсумовуюси, зазначимо, що сьогодні має формуватися стратегія повоєнного економічного розвитку України. Вона має бути орієнтована на її максимальну дерегуляцію та демонополізацію. А враховуючи бомбардування та обстріли, яким піддаються склади палива й продовольства, важливі потужні логістичні вузли, варто говорити про якнайшвидше закладення основ своєрідної "москітної економіки".

Джерела

1. *Antonopoulos A., Lagoudakis MG., Partsinevelos P.* A ROS Multi-Tier UAV Localization Module Based on GNSS, Inertial and Visual-Depth Data. *Drones.* 2022.
2. *Elamin A., Abdelaziz N., El-Rabbany A.* A GNSS/INS/LiDAR Integration Scheme for UAV-Based Navigation in GNSS-Challenging Environments. *Sensors.* 2022; 22(24):9908.

Науковий керівник:
Л. П. Червінська, канд. екон. наук

До збірника включено тези доповідей учасників, які досліджують актуальні проблеми економічного, соціально-культурного, інвестиційного та інноваційного розвитку економіки регіону.

Наукове видання

II Міжнародна науково-практична інтернет-конференція

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНУ В УМОВАХ СУЧАСНИХ ГЛОБАЛЬНИХ ВИКЛИКІВ

Матеріали конференції

22 лютого 2024 р.

Комп'ютерне верстання *Н. В. Коваленко*

Формат $70\times100^{1}/_{16}$.

Міжрегіональна Академія управління персоналом (МАУП)
03039 Київ-39, вул. Фрометівська, 2

Свідоцтво
про внесення суб'єкта видавничої справи до державного реєстру
видавців, виготовлювачів і розповсюджувачів видавничої продукції
ДК № 7066 від 04.06.2020