

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Національний технічний університет «Дніпровська політехніка»
Дніпропетровська торгово-промислова палата
Головне управління статистики у Дніпропетровській області
Київський національний університет будівництва і архітектури
Університет Вітовта Великого (лит. Vytauto Didžiojo universitetas, VDU, Литва)
Вроцлавська політехніка (Politechnika Wroclawska, Польща)
Економічний університет м. Катовіце (Польща)



**«СУЧАСНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО:
ПРОБЛЕМИ ТЕОРІЇ ТА ПРАКТИКИ»**

Матеріали 3-ї міжнародної науково-практичної конференції

26 квітня 2022 року

НТУ «ДП»
2022

УДК 373.61+336.76

Сучасне підприємництво: проблеми теорії та практики: матеріали 3-ї між. наук.-прак. конф., м. Дніпро, 26 квітня 2022. – Д. : НТУ «Дніпровська політехніка», 2022. – 84 с.

Збірник матеріалів науково-практичної конференції, присвяченої розробці та обґрунтування наукових засад розвитку підприємництва, узагальненню практичного досвіду успішного бізнесу. Розглядаються різні аспекти підприємницької діяльності, зокрема: стратегічне управління в підприємстві; економіка та організація бізнесу; інновації в підприємстві: стартапи, електронна комерція, Інтернет-бізнес; управління людськими ресурсами; роль бізнесу в забезпеченні сталого розвитку.

Розрахований на фахівців, які професійно займаються підприємницькою діяльністю, суб'єктів публічного управління та адміністрування, науковців, викладачів, аспірантів, студентів.

За зміст та мовно-стилістичне редагування відповідальність несуть автори.

Організаційно-редакційний комітет: д-р екон. наук, проф. О.Г. Вагонова (голова), доц. Л.В. Тимошенко, доц. Ю.І. Літвінов.

СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ В ПІДПРИЄМНИЦТВІ

Вагонова О.Г., Лапко А.В. Стратегічне управління вуглевидобувним підприємством.....	6
Макаров М. С., Ковальчук О. В., Ковтуненко К. В. Особливості вибору експортної стратегії.....	8
Воляннюк Є. С., Шаповал В.А. Відновлення бізнесу в аграрному секторі економіки України у період воєнного стану.....	10

УПРАВЛІННЯ ЛЮДСЬКИМИ РЕСУРСАМИ

Семенова Т.В. Оцінка вартості прийому персоналу та плинності кадрів в банку....	12
Стасовський Ю. В., Рєпіна І.М. Інноваційні методи навчання персоналу агрохолдингу.....	14
Іванченко Г.В. Основні етапи розробки проєктів в сфері управління персоналом..	16
Лозовський О.М. Роль керівника у подоланні конфліктних ситуацій.....	18
Заюков І.В. Розвиток інтелектуальних здібностей лідера як фактор підвищення ефективності управління підприємством.....	19
Боровенська А.А., Єремєєва І.А. Теоретико-методологічні аспекти дослідження еліт, як людського капіталу.....	21
Тимошенко Л.В., Хрипун Ю.С. Обґрунтування рішень у сфері управління персоналом підприємницької структури.....	23

ІННОВАЦІЇ В ПІДПРИЄМНИЦТВІ: СТАРТАПИ, ЕЛЕКТРОННА КОМЕРЦІЯ, ІНТЕРНЕТБІЗНЕС

Поліщук А.О., Горпинич О.В. Формування механізму управління прибутком малого підприємства.....	25
Ружина А.С., Літвінов Ю.І. Е-комерція, як основний з секторів економіки США..	27
Сорока В.В., Горпинич О.В. Удосконалення управління підприємством при впровадженні інноваційних підходів до захисту інформації.....	28
Костюченко С.Г., Бойченко К.С. Бізнес-інкубатори як інноваційна форма прискорення розвитку інноваційного середовища.....	30

Орленко О. М. Інтернет-підприємництво – невід’ємна складова сучасної економіки.....	32
Agnieszka Młodzińska-Granek, Olha Maliarchuk. Social innovations as new solutions to current and future global problems: key challenges and opportunities.....	33
Oksana Shkolenko, Bohdan Oleksiienko. Features of implementation and development of startup movement in Ukraine.....	35
Oleksandr Holinko, M.A. Alekseiiev. The use of information technology to increase the productivity of fixed assets.....	37
Svitlana A. Us , Svitlana V. Predko. Analysis and forecasting of sales in social networks.....	39

РОЛЬ БІЗНЕСУ В ЗАБЕЗПЕЧЕННІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

Ружина А.С., Лапко А.В., Чернобаєв В.В. План відновлення економіки та інфраструктури України у післявоєнний час за аналогією до плану маршалла.....	41
Вагонова О.Г., Нестерова Л.Г. Оцінювання екологічних товарів та послуг	42
Горященко Ю.Г. Analysis of economic losses for business as a result of military conflicts on the example of the intervention of some countries.....	44
Нікішина О.В. Роль соціально відповідального бізнесу в інвестиційному забезпеченні сталого розвитку України.....	45
Шепетюк Л.В. Аграрний бізнес: окремі проблеми його розвитку у сучасних умовах.....	47
Кулініч В.С., Касьяненко Л. В. Безпечне підприємництво, як запорука підтримки сталого розвитку.....	48
Резніченко Ю.О., Ніколайчук О.А. Вплив вітчизняного та іноземного бізнесу на розвиток економіки країни.....	50
Єремєєва І.А. Міжнародні аспекти концепції сталого розвитку.....	52
Сергієнко Т.І. Особливості менеджменту сталого розвитку бізнесу.....	53
Тимошенко Л.В., Філатова А.А. Сталий розвиток підприємницької структури сфери послуг.....	55

ЕКОНОМІКА ТА ОРГАНІЗАЦІЯ БІЗНЕСУ

Крамський С.О. Селективне управління та розвиток ринку яєць та яєчних продуктів в одеській області у повоєнний період.....	57
Замкова М.С., Горпинич О.В. Тенденції розвитку українських брендів.....	59

Ільченко В. М., Кисельов В. Р. Вплив військової агресії на розвиток соціального підприємництва.....	60
Горпинич О.В. Стан економіки України після перших місяців війни.....	62
Васильєва О.О., Горошкова Л.А. Методичні підходи до визначення упущеної вигоди внаслідок збройної агресії.....	64
Тимошенко Л.В., Кухар А.О. Сучасні організаційні формати роздрібної торгівлі..	65
Власенко А. В., Крилова О.В. Фінансова діяльність сільськогосподарських підприємств в умовах військового стану.....	67
Нишпора В.П., Крилова О.В. Антикризове управління підприємствами	68
Позднякова А. О., Крилова О.В. Необхідність організації фінансового планування на підприємстві.....	69
Сотніков В.А., Сердінова А.С. Економіка країн еца в умовах пандемії COVID – 19	70
Serdinova Anna. Using tax incentive schemes to attract FDI the experience of Turkey...	71
Шинковський Д.О., Сердінова А.С. Інноваційні стратегії підприємницької поведінки: стратегія «блакитного океану».....	74
Гудкова М.С. Сучасні технології ведення біржової діяльності.....	75
Нікіфорова К.О., Шаповал В.А. Аналіз рівня діджиталізації діяльності підприємств оптової та роздрібної торгівлі.....	78
Lola Victoria. Social interaction at the level of local communities in war.....	81
Куліков А.М., Шаповал В.А. Ризики бізнес-проекту впровадження стандарту зв'язку 5g українськими мобільними операторами.....	82

Вагонова О.Г.

*завідувачка кафедри прикладної економіки, підприємництва та публічного управління
д.е.н., професор*

Національний технічний університет «Дніпровська політехніка»

Лапко А.В.

студентка групи 076-18-2

Національний технічний університет «Дніпровська політехніка»

СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ВУГЛЕВИДОБУВНИМ ПІДПРИЄМСТВОМ

Основною економічною метою підприємства в ринкових умовах є підвищення ефективності виробництва за рахунок різних факторів впливу на цей процес, у тому числі за рахунок формування внутрішніх економічних резервів, імовірні варіанти використання яких уможливають реалізацію політики відмови від бюджетної підтримки збиткових вугледобувних підприємств, у контексті чого особливої ваги набувають можливість видобутку певного обсягу вугілля та резерви його нарощування без значного залучення коштів державного бюджету, досягнення беззбитковості та забезпечення певного рівня рентабельності, зниження рівня дотацій і створення умов інвестиційної привабливості тощо. Факти переконливо свідчать, що в умовах державної підтримки збиткових вугледобувних підприємств так і не був приведений до дії механізм зниження виробничих витрат. В енергетичних стратегіях продовжують наголошувати, що державна фінансова підтримка є неодмінною умовою нормального функціонування вітчизняної вугільної промисловості в її нинішньому стані. Тому з огляду на обмеженість різного роду ресурсів, що використовуються у діяльності вугледобувних підприємств, формування внутрішніх економічних резервів сприятиме підвищенню їх ефективності як запоруки подальшого розвитку.

У сучасних складних умовах відновлення потенціалу вугільної галузі, коли централізоване фінансування або припинено, або носить епізодичний характер, моделі розвитку галузі є важливим інструментом стратегії розвитку галузі за відсутності нового будівництва. Важливим представляється і той факт, що такий підхід з точки зору економіки підприємства прийнятний до окремих вуглепромислових регіонів, оскільки в них структура видобутку вугілля задана в варіантах розвитку підприємств, створенні різних асоціацій, корпорацій та ін. При цьому підході повинно дотримуватися кількох вихідних постулатів, серед яких наявність одного монопродукту (готової вугільної продукції), в ряді випадків може допускатися кілька видів вихідних продуктів (наприклад, продукція диверсифікації виробництва), але набір виробничих ресурсів повинен бути єдиним [1].

У нинішній економічній ситуації вугільної галузі динамічні моделі розвитку можуть бути використані в якості основи оптимізації, оскільки вони враховують всі найважливіші особливості розвитку шахт, специфіку виробництва, динаміку розміщення та розподілу капітальних вкладень, характер зміни експлуатаційних витрат на видобуток від потужності підприємства і т.д.

Сьогодні найефективнішим допоміжним інструментом підвищення надійності управління збитковими шахтами є комплексна реалізація вироблених заходів і процедур щодо управління ризиками. Комплексний підхід до проблеми ризик-менеджменту дозволяє вирішувати або створювати умови для вирішення завдань більшості аспектів діяльності, таких як: планування очікуваних прибутків і збитків, зниження непередбачених витрат, оптимізацію податкових платежів, збільшення кредитного або інвестиційного рейтингу, адекватність премій за ризик, підвищення фінансової стійкості [2, 3].

Дослідження діяльності державних вугледобувних підприємств протягом 2012-2021 рр. показало їх хронічну збитковість, що спонукало до подальших розрахунків можливості залучення інвестицій.

Вважається доцільним розмежування поняття витрат (інвестицій) на створення

робочого місця і поточних експлуатаційних витрат на утримання (використання) робочого місця. Кожне робоче місце, що створюється, вимагає відповідного матеріального втілення, що найбільш повно відображає зведена відомість інвестиційних витрат. Цей важливий параметр оцінки економічного стану регіону ще не має чітких кількісних меж. Діапазон змін витрат дуже широкий.

Одним із внутрішніх економічних резервів є потужність пластів, яка за своїми характеристиками описує потенційні можливості вугледобувного підприємства до існування. Тобто наявність пластів, рівномірно розподілених просторово, витриманих за певними ознаками та якісними включеннями у певному обсязі – питома вага наявних запасів відносно потужності вугледобувного підприємства. Іншими словами, наявність десятикратного річного видобутку у витриманій потужності пластів – необхідна умова існування вугледобувного підприємства.

Розглядаючи показники концентрації робіт на аналізованих вугледобувних підприємствах можна зробити висновок, що видобуток ведеться досить не ефективно зі значним просторовим розміщенням видобувних ланок, при цьому кількість видобувних ланок не пропорційна кількості виробленої товарної продукції. У свою чергу це призводить до збитковості вугледобувного підприємства внаслідок неможливості фінансування великого обсягу підготовчих та інших видів робіт, пов'язаних із забезпеченням безаварійної роботи й виконання санітарних норм відпрацювання запасів вугілля.

Як правило, при вирішенні питань фінансування збиткових вугледобувних підприємств немає прямих закономірностей впливу рівня бюджетних інвестицій на ступінь приросту того чи іншого економічного параметра. Це принципове положення є метою чинної економічної політики, оскільки зниження ступеня збитковості або приріст видобутку хоч і є наслідком інвестиційного процесу, але не розглядається як невідома величина і не входить ні до функціоналу, ні до системи обмежень.

Таким чином, стосовно до будь-якої задачі цього класу, що має на меті зниження ступеня збитковості вугледобувних підприємств, повинна виконуватися умова, що сумарний прибуток підприємства пропорційний обсягу наявних ресурсів. Необхідність дотримання певного балансу між обґрунтуванням обсягу дотацій на власний видобуток при можливостях імпорту за ринковими цінами в валютному еквіваленті, робить оптимізаційною задачу використання внутрішніх економічних резервів.

Для характеристики і оцінки доцільності інвестування проектів майбутнього розвитку вугледобувних підприємств в різних аспектах в процесі складання економічних обґрунтувань використовуються різні відображення, а також відомості про допустимі відхилення різних компонентів (функцій-векторів) просторів проекту і його відображень, відомості про закономірності цих відхилень і обґрунтування допусків, цих відхилень. На окремих етапах складного процесу освоєння запасів вугілля України залежно від мети і характеру відображень можуть бути використані свої специфічні математичні методи і способи отримання оптимальних рішень. Відшукання оптимальних варіантів економічних рішень повинне вироблятися на основі системного підходу і використання теорії ухвалення рішень.

Бібліографічні посилання

1. Ащеулова О. М. Обґрунтування механізму моделювання системи формування внутрішніх економічних резервів вугледобувного підприємства. Економічний простір : зб. наук. праць. Дніпро : ПДАБА, 2017. № 128. С. 155–166.
2. Трифонова О. В., Кравець О. Ю. Управління потоками вугільної продукції та стійким функціонуванням збиткових шахт України: монографія. Дніпропетровськ : НГУ, 2014. 202 с.
3. Вагонова О. Г. Прокопенко В. І. Соціально-економічні основи інноваційного розвитку вугільних шахт : монографія. Дніпропетровськ : ДВНЗ «НГУ», 2016. 264 с.

Макаров М. С.

студент

Державний університет «Одеська Політехніка»

Ковальчук О. В.

асистент кафедри Міжнародного менеджменту та інновацій

Державний університет «Одеська Політехніка»

Ковтуненко К. В.

завідувачка кафедри Міжнародного менеджменту та інновацій, д.е.н., професор

Державний університет «Одеська Політехніка»

ОСОБЛИВОСТІ ВИБОРУ ЕКСПОРТНОЇ СТРАТЕГІЇ

Сучасне мінливе зовнішнє середовище змушує підприємства постійно пристосовуватися до нових умов функціонування. Надзвичайно сильно піддаються такому впливу підприємства та організації, які здійснюють свою діяльність не тільки на внутрішніх ринках, а також і на зовнішніх. Важливу роль в цьому процесі відіграє стратегія.

Стратегія комерційного підприємства складається з того, що керівництво приймає рішення про направлення в майбутньому і сфері бізнесу. Це передбачає вибір керівництва альтернативних дій, прихильність конкретним товарним ринкам, конкурентні дії та бізнес-підходи для досягнення цілей підприємства. Стратегію також можна назвати ігровим планом управління на міжнародному ринку. Рішення, що складають стратегію, в ідеалі передбачають узгодження ресурсів підприємства із мінливим середовищем та визначення того, чим підприємство повинно займатися в майбутньому, і як воно має позиціонувати себе, щоб скористатися перевагами майбутніх ринкових можливостей.

Надзвичайно актуальним для сучасних підприємств, що здійснюють зовнішньоекономічну діяльність, є вибір саме експортної стратегії. Експортна стратегія підприємства може вважатися основою діяльності на міжнародному ринку.

Існує досить багато сучасних стратегій, що доцільно застосовувати при здійсненні експортної діяльності на міжнародних ринках. До найрозповсюдженіших належать:

- стратегія стимулювання збуту;
- стратегія формування попиту;
- комунікаційна стратегія;
- цінова стратегія експорту;
- стратегія розробки товару;
- стратегія розвитку ринку;
- стратегія глибокого проникнення;
- стратегія сегментації;
- стратегія диверсифікації;
- стратегія інтернаціоналізації;
- стратегія інтенсивного росту;
- стратегія розвитку ринку;
- стратегія прямої інтеграції;
- стратегія горизонтальної інтеграції;
- стратегія наступу;
- стратегія розширення меж ринку;
- стратегія активної експансії;
- стратегія лазерного променя.

Вибір експортної стратегії досить важливий процес в діяльності сучасних підприємств, що потребує проведення ретельного аналізу та залежить від урахування ряду факторів, які доцільно узагальнити на рис. 1.

В цьому контексті, доцільно дійти висновків, що говорячи про сучасні експортні

стратегії, можна виокремити досить багато різноманітних, які доречно застосовувати з урахуванням мінливості сучасних умов функціонування сучасного міжнародного ринку.

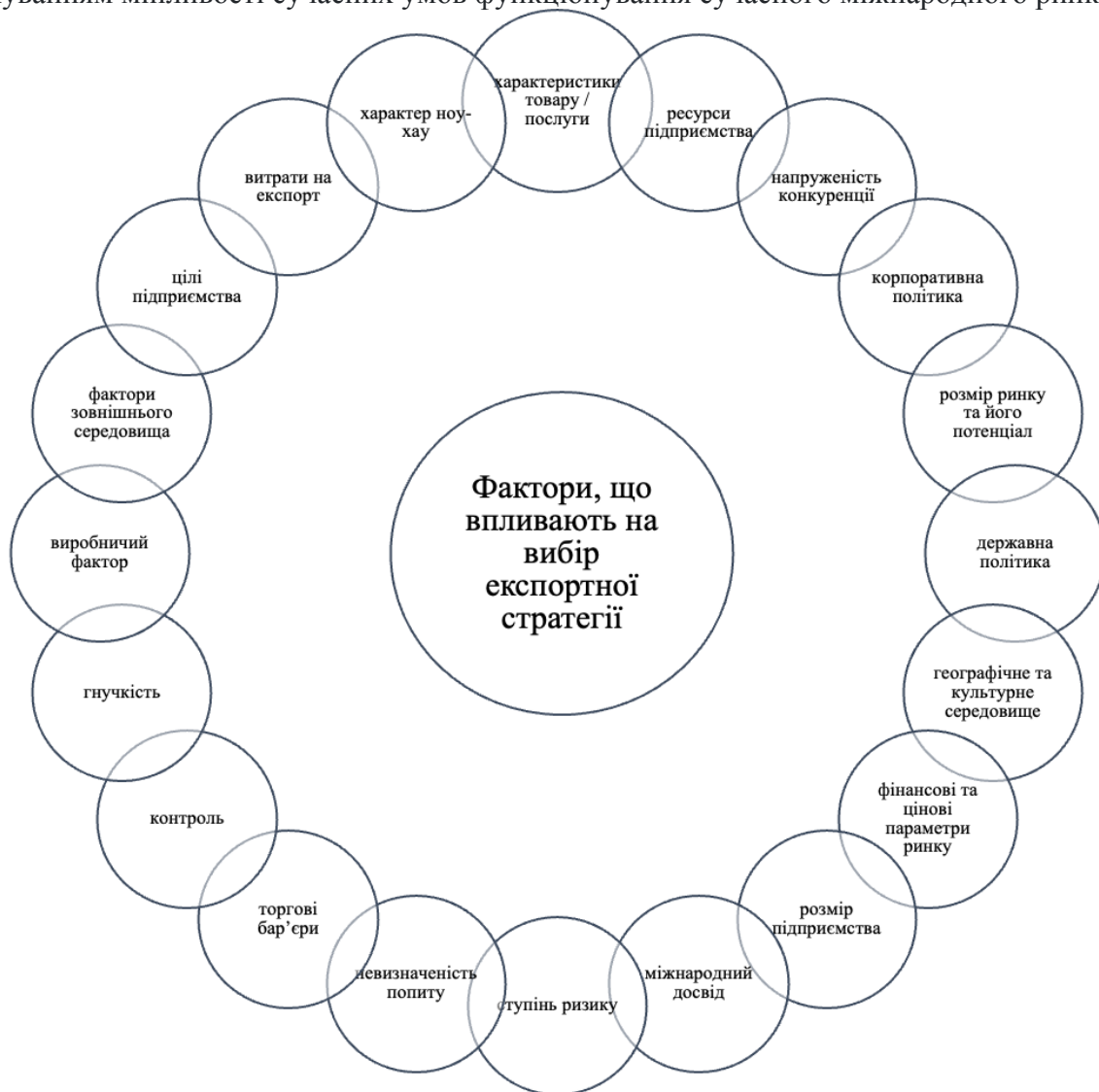


Рис. 1. Фактори, що впливають на вибір експортної стратегії

Окрему увагу при виборі експортної стратегії варто приділити проведенню попереднього аналізу та обов'язково враховувати зовнішні та внутрішні фактори, що впливають на вибір експортної стратегії.

Бібліографічні посилання

1. Переверзева А.В., Мала К.С. Експортна стратегія підприємства як основа діяльності на міжнародному ринку. *Вісник Запорізького національного університету*. 2017. № 3(35). С. 102-108.
2. Мельник О.Г., Нагірна М.Я. Діагностика факторів впливу на експортну діяльність підприємства. *Інноваційна економіка*. 2013. №5. С. 63-66.
3. Касич А.О., Бабич Ю.А. Зовнішній аспект аналізу експортного потенціалу металургійних підприємств України. *Інвестиції: практика та досвід*. 2020. №3. С. 26-31. DOI: 10.32702/2306-6814.2020.3.26
4. Ковтуненко К.В., Ковальчук О.В., Долока Р.О. Особливості управління експортно-орієнтованим виробничим підприємством при виході на зовнішні ринки: інтелектуальний аспект. *Економіка. Фінанси. Право*. 2021. № 6'2021. С. 5-8. <http://efp.in.ua/uk/journal-item/304>

Воляннюк Є. С.

студент групи 076-18-2

Національний технічний університет «Дніпровська політехніка»

Шаповал В.А.

доцент кафедри прикладної економіки, підприємництва та публічного управління

к.е.н., доцент

Національний технічний університет "Дніпровська політехніка"

ВІДНОВЛЕННЯ БІЗНЕСУ В АГРАРНОМУ СЕКТОРІ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ У ПЕРІОД ВОЄННОГО СТАНУ

Україна є аграрною державою, економіка якої формується завдяки результатам діяльності підприємств аграрної сфери. В 2021 році більше 20% ВВП сформовано аграрним бізнесом [1], що корелює з відповідним великим внеском до бюджету країни в формі податків. Міжнародна торгівля забезпечує країну валютою, а продукція сільськогосподарських вже давно поділяє перше місце в українському експорті, на рівні іншого лідера експорту – продукції металургійних підприємств. Повномасштабне воєнне вторгнення РФ в Україну призвело до зменшення економіки до 50 % [2], що обумовлено скороченням виробничих програм, згортанням інвестиційних проєктів та закриттям окремих підприємств. Звісно, що війна негативно позначилась на можливості займатись агробізнесом: окупація значної частини східних та південних районів України унеможливила здійснення господарських процесів підприємств та, в окремих випадках, повністю знищила їх господарську інфраструктуру. Цілком зрозуміло, що скорочення, а тим більш, припинення роботи підприємств аграрного сектору приведе до втрат державних доходів та, як наслідок, до збіднення населення. Тому важливо акцентувати увагу на підтримці підприємств, які залишились на території, підконтрольній Україні.

Нормальна робота сільськогосподарських підприємств та фермерських господарств неможлива без обладнання, технічних засобів та сервісу, логістичних послуг тощо. Такі підприємства становлять важливу ланку у ланцюгу створення в аграрному секторі доданої вартості, формуванні ВВП та бюджету країни. Отже, вкрай важливо та актуально підтримувати та розвивати бізнес підприємств, які займаються продажом сільськогосподарської техніки та запчастин для неї. Завдання підтримки та розвитку бізнесу доцільно вирішувати різним зацікавленим та впливовим групам:

перша група – це органи державної влади та місцевого самоврядування;

друга група – підприємці, які спроможні розробити та впровадити проєкти розвитку бізнесу в аграрному секторі.

Прикладами заходів підтримки від державних структур треба назвати наступні: кредитування сільськогосподарських підприємств «Ощадбанком» для придбання ними добрив та засобів захисту рослин [3]; спрощення Кабінетом міністрів України процедур реєстрації сільськогосподарських машин та механізмів у період воєнного стану [4], зокрема передбачено скорочення переліку реєстраційних документів та принцип екстериторіальності прийняття заяв на реєстрацію; продовження дії державної програми «Доступні кредити 5-7-9%», завдяки якій на початок квітня 2022 року агросектор отримав понад 2,3 млрд. грн фінансування [5]. Стосовно спроможності другої групи – підприємців – відновлювати та розвивати агробізнес можна стверджувати важливість оновлення компетентностей прийняття управлінських рішень в нових умовах – умовах воєнного стану. Зокрема, це стосується знання та вмінь використовувати інструменти державної підтримки бізнесу в контексті реалізації власних оновлених бізнес-планів.

Таким чином, відновлення бізнесу в аграрному секторі економіки України у період воєнного стану є спільним завданням для суб'єктів різних видів економічної діяльності.

Бібліографічні посилання

1. Агросектор займає п'яту частину ВВП в Україні. 8 червня 2021. *Аграрне інформаційне агентство «Agravery»*. URL: <https://agravery.com/uk/posts/show/agrosektor-zajmae-patu-castinu-vvp-v-ukraini-lesenko>
2. Економісти пояснили 45% потенційних втрат ВВП України. Понеділок, 11 квітня 2022. *Інформаційне агентство «Фінансовий клуб»*. <https://finclub.net/ua/news/ekonomisty-pojasnyly-45protsent-potentsiinykh-vtrat-vvp-ukrainy.html>
3. «Ощадбанк» надаватиме кредити на придбання добрив та ЗЗР. 16 квітня 2022. *Аграрне інформаційне агентство «Agravery»*. URL: <https://agravery.com/uk/posts/show/osadbank-nadavatime-krediti-na-privbanna-dobriv-ta-zzr>
4. Кабмін спростив реєстрацію агротехніки у період воєнного стану. 13 квітня 2022. *Аграрне інформаційне агентство «Agravery»*. URL: <https://agravery.com/uk/posts/show/kabmin-sprostiv-reestraciju-agrotehniky-u-period-voennogo-stanu>
5. На кредитування агросектору уряд спрямував понад 2,3 млрд гривень. 3 квітня 2022. *Аграрне інформаційне агентство «Agravery»*. URL: <https://agravery.com/uk/posts/show/na-kredituvanna-agrosektoru-urad-spramuvav-ponad-23-mlrd-griven>

Семенова Т.В.

*доцент кафедри економіки та підприємництва, к.е.н., доцент
Український державний університет науки і технологій*

ОЦІНКА ВАРТОСТІ ПРИЙОМУ ПЕРСОНАЛУ ТА ПЛИННОСТІ КАДРІВ В БАНКУ

Динамічне зростання показників у плані кредитного портфелю неможливе без участі ефективних співробітників банку, адже стратегічне управління персоналом має бути інтегроване в стратегію організації, тому банк реалізує відповідну кадрову стратегію та заходи, які направлені на відбір кваліфікованого персоналу, який уміє ефективно працювати у команді. Основою розроблення стратегій управління персоналом є аналіз перспектив розвитку банку при визначених припущеннях про зміни навколишнього середовища, що стосуються демографічних і соціальних змін [1].

Головну роль системи управління персоналом банку відіграє система мотивації, що знаходиться у тісному взаємозв'язку із іншими компонентами системи. Система мотивації, як частина цілісної системи управління персоналом, сприяє досягненню стратегічних цілей банку через стимулювання співробітників за досягнення необхідних результатів.

Формування мотиваційного механізму спрямоване на:

- збереження зайнятості персоналу;
- справедливий розподіл доходів та ефекту зростання преміальної частини оплати праці;
- створення умов для професійного та кар'єрного росту працівників;
- забезпечення сприятливих умов праці та збереження здоров'я працюючих;
- створення атмосфери взаємної довіри та зворотного зв'язку [2].

Основними етапами оцінки вартості плинності персоналу є такі:

- 1) визначення основних етапів прийому;
- 2) обчислення воронки відсіву за етапами;
- 3) визначення сумарних витрат за етапами;
- 4) обчислення вартості прийому;
- 5) визначення вартості плинності.

Основним етапами оцінки при прийомі персоналу в банку є:

- 1) оцінка благонадійності кандидата NetOfficer – автоматизована оцінка анкети кандидата на відсутність обмежень щодо прийому за певними правилами (оцінка можливого минулого негативного досвіду працевлаштування або роботи в банку);
 - 2) оцінка анкети рекрутером – мануальна оцінка анкети/резюме кандидата рекрутером;
 - 3) оцінка благонадійності Midot – тестове оцінювання за методикою компанії Midot (за договором), яка використовує два тести для оцінки персоналу: оцінку благонадійності кандидата на посаду (Integritest) та оцінку лояльності персоналу (Trustee);
 - 4) синхронне інтерв'ю – оцінка компетентностей. Співбесіда з оцінщиком – рекрутером, лінійним та функціональним керівником;
 - 5) поліграфологічне тестування (для ризикових професій) – тестування на поліграфі;
 - 6) навчання до прийому та стажування – проходження базового навчання для формування навичок та необхідних компетенцій, що оплачується банком;
 - 7) прийом на роботу – підготовка наказу, інструктаж на робочому місці, ознайомлення з посадовою інструкцією та правилами внутрішнього розпорядку, введення інформації у відділ кадрового адміністрування, оформлення трудової книжки;
 - 8) професійне вхідне навчання – он-лайн навчання тривалістю 5-10 днів в залежності від професії;
 - 9) адаптація – контроль за виконанням нормативів, опитування на 1, 30 дні роботи.
- До ризикових професій в банку відносять наступні професії: касир-операціоніст, керівник відділення, інкасатор, касир каси перерахунку.

Навчання проходять при прийомі в банк представники наступних професій: касир-операціоніст, керівник відділення, спеціалісти відділень по роботі з фізичними особами та з корпоративними клієнтами, оператори контактного центру по роботі з клієнтами.

Отже, оцінка вартості прийому персоналу визначається з урахуванням того, чи проходили нові працівники навчання або ні.

Воронка відсіву характеризує чисельність кандидатів, що не пройшли на наступний етап оцінки – підбору. Вона визначається на основі статистичних даних про фактично проведені оцінки відповідно до етапів підбору працівників [3].

Найцікавіше, що показує воронка рекрутингу, – це конверсія між етапами. Гарна конверсія економить масу часу, тому що для закриття вакансії потрібно знаходити менше кандидатів і менше з ними працювати. Етапи з низькою конверсією – це зони росту ефективності роботи.

Конверсія за етапами оцінки обчислюється відношенням чисельності кандидатів, що перейшли на наступний етап, до чисельності кандидатів попереднього етапу оцінки.

Загальна конверсія показує, скільки кандидатів пройшли всі етапи підбору та були прийняті на роботу в банк.

Наступним кроком потрібно визначити сумарну вартість етапів підбору. Така вартість складається з оплати праці робітників банку, що успішно пройшли відповідний етап підбору, з урахуванням накладних витрат, інших витрат, на-приклад оплата співпраці з сайтами пошуку працівників, оплата послуг агентству з оцінки благонадійності тощо.

Тоді, розділивши загальні витрати на чисельність прийнятих, визначимо питомі витрати на прийом 1 працівника. Вартість окремих етапів визначається діленням загальної вартості на чисельність кандидатів, що проходили відповідний етап.

Коефіцієнт плинності кадрів – один з найважливіших параметрів, необхідних для того, щоб зробити об'єктивні висновки про ефективність кадрової політики банку. Щоб результати аналізу були достовірними, важливо використовувати правильну формулу розрахунку плинності персоналу. Коефіцієнт плинності кадрів – це відношення кількості працівників, що звільнилися з організації протягом певного періоду (за мінусом неминуче звільнених) до середньооблікової кількості працівників за відповідний період.

Оцінка вартості плинності виходить з чисельності працівників, що звільнені з банку. Така вартість обчислена шляхом множення чисельності звільнених на вартість підбору за відповідною професією. Вартість 1% плинності визначається діленням загальних витрат на плинність персоналу.

Таким чином, використовуючи дану методику, банк має змогу оцінити витрати на прийом та адаптацію персоналу, визначити економічність заходів щодо утримання працівників, підвищення заробітної плати тощо.

Оскільки в переважній більшості банків проблемою є саме високий рівень плинності, а не повна відсутність останньої, на практиці управління рівнем плинності персоналу виражається в проведенні заходів, спрямованих на його зниження.

За даними статистичних досліджень, ефективна організація роботи щодо забезпечення кадрової безпеки може суттєво знизити прямі та не допустити непрямі збитки банку, пов'язані з персоналом. Цілком закономірною є активізація роботи з підвищення кадрової безпеки, у тому числі й за рахунок управління плинністю кадрів, що починається на етапі підбору працівників і триває безперервно на всіх стадіях управління персоналом.

Бібліографічні посилання

1. Кредитна система України і банківські технології: навчальний посібник. За заг. ред. д-ра екон. наук, проф. І.В. Сала. Львів: ЛБІ НБУ, 2002.
2. Колот А. М. Мотивація, стимулювання й оцінка персоналу: навчальний посібник. Київ: КНЕУ, 1998. 224 с.
3. Никифорова В.Г. Управління персоналом: навчальний посібник. 2-е вид., виправ. та доп. Одеса: Атлант, 2013. 275 с.

Стасовський Ю. В.

аспірант

Рєпіна І.М.

*завідувачка кафедри бізнес-економіки та підприємництва, д.е.н., професор,
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»*

ІННОВАЦІЙНІ МЕТОДИ НАВЧАННЯ ПЕРСОНАЛУ АГРОХОЛДИНГУ

Ми живемо в епоху глобалізації та швидкого розвитку. Спостерігається перехід від ресурсних до інноваційних, технологічних переваг. При цьому інноваційний розвиток повинен відбуватися постійно. Тому що кожне успішне досягнення буде швидко скопійоване і після цього вже не є конкурентною перевагою. Це стосується більшості галузей і аграрний бізнес не виключення.

Сьогодні вже якість ґрунтів, гарний клімат і вигідне географічне положення не є мінімально необхідними факторами для того, щоб мати конкурентну перевагу в аграрному бізнесі. Так середня врожайність кукурудзи в Нідерландах складає 11,8т/га, в Україні 6,3т/га. При цьому якість чорнозема в Україні набагато вища.

На прикладі Сполучених Штатів Америки ми бачимо, як економіка США стикнулися з проблемою переносу виробництва до Китаю. Нижчий рівень зарплат, високий рівень вмінь в напряму технологічних імітацій, державна підтримка Китаю, призвели до значної втрати робочих місць, надходжень у бюджет США. Розуміючи ризики, що виникли, вчені-економісти США змушені були провести аналіз процесів, що відбулися та почати розробку планів по відновленню виробничих потужностей на території своєї країни.

Так професор Массачусетського технологічного інституту Вільям Бонвілан вказує на зменшення кількості робочих місць на виробництві з 17.3 млн до 11.5 млн за 10 років з 2000 по 2010 роки. З 2011 року США перестали бути світовим лідером з виробництва. Враховуючи, що виробництво є частиною інноваційного процесу, це також призвело до переїзду до місць виробництва спеціалістів, які займаються розробкою, та вдосконаленням продукції.

Виходячи з проведеного аналізу, в США була запропонована національна інноваційна програма, за основу було прийнято модель, орієнтовану на виробництво (Manufacturing-Led Innovation model).

Національні інноваційні моделі, основані на виробництві, успішно реалізуються в Японії, Німеччині, Південній корей, Тайвані та Китаї. Всім відома філософія безперервних удосконалень LEAN, розроблена корпорацією Toyota.

Дійсно, нові сучасні виробничі парадигми підвищують ефективність, та дозволяють розвиненим країнам конкурувати з меншими виробничими витратами. Науковці вважають, що це також може допомогти Сполученим Штатам відновити лідерство.

Використання сучасних комп'ютерів, датчиків, великих даних (Big data), сучасної робототехніки, побудови складних моделей, підвищення енергетичної ефективності, використання сучасних матеріалів, ефективних моделей дистрибуції дійсно можуть дати позитивний результат. В Німеччині цей підхід називають індустрією 4.0.

Але імплементація сучасних технологій потребує висококваліфікованих спеціалістів. І це є великою проблемою для бізнесу. Як швидко, та ефективно навчити працівників новим методам та технологічним процесам, які постійно змінюються? Як навчити їх самостійно проводити аналіз процесів, та ініціювати вдосконалення? Як формувати кадровий резерв, який зможе ефективно відновлювати втрачені трудові ресурси?

Ці питання гостро стоять не тільки перед компаніями США, але й потребують вирішення на українських підприємствах у тому числі аграрних компаніях.

Як вирішуються ці питання великими українськими аграрними компаніями, розглянемо на прикладі агрохолдингу «Кернел».

У 2021 році в агрохолдингу працювало 11 256 працівників. З них 936 менеджерів, 3 354 спеціалісти, та 6 966 робітників.

Для того, щоб ефективно управляти людським капіталом, було запроваджено інноваційну HR стратегію, яка у тому числі включає розділ «Навчання та розвиток».

Визначено вісім компетенцій, навчання співробітників за якими, сприяє переходу до корпоративної культури, узгодженої з стратегічним розвитком холдингу. Кожен співробітник разом з керівництвом вибирає компетенцію для розвитку в наступному році, створюється індивідуальний план розвитку. А команда навчання та розвитку готує для кожного охопленого працівника набір навчальних та освітніх заходів («Корпоративний мінімум»).

Корпоративний мінімум включає не менше п'яти курсів, включаючи один професійний курс, один курс компетентності і не менше трьох курсів загального розвитку. У будь-якому випадку, співробітники не обмежені корпоративним мінімумом навчання і мають доступ до додаткового навчання. У 2021 фінансовому році майже 5400 співробітників взяли участь у навчальних та освітніх заходах.

Навчання проводиться як зовнішніми організаціями, так і внутрішніми тренерами.

Так, автор статті працює в холдингу і є внутрішнім тренером з компетенції «LEAN – безперервнi вдосконалення». Провів низку тренінгів та підготував для компанії авторський тренінг на тему «Креативність в інноваціях. Дієві техніки».

Через пандемію COVID-19 було суттєво розширено програму дистанційного навчання, це вебінари, електронні курси які можна пройти за допомогою корпоративного центру електронного навчання Kernel Hub, на ньому можна отримати доступ до накопиченого досвіду компанії та електронних книг з різних сфер, особистого та професійного розвитку.

Для можливості поповнювати кадровий резерв талановитою, розумною молоддю, за ініціативи агрохолдингу «Кернел», разом з Європейським банком реконструкції та розвитку, аудиторською компанією «Deloitte» та освітнім порталом «Prometeus» було створено «Відкритий аграрний університет» (Open Agro University). (4). Це освітній проєкт для підготовки спеціалістів нового покоління в агро- та харчовій промисловості. Долучитися можуть студенти 4-5 курсу профільних спеціальностей або випускники вишів першого-другого року. Навчання триває 6 місяців, за цей час студенти відвідують лекційні заняття, дистанційні курси, виробничу практику, відвідують заводи, поля, лабораторії. Навчання безкоштовне. Відбір здійснюється на конкурсній основі. При цьому є гарантована стипендія, та оплачувана практика. Найкращі студенти отримують можливість працевлаштуватися в агрохолдингу.

Отже, підводячи підсумки, можна констатувати, що частина українського бізнесу вже інтегрована в глобальну економічну систему, має розуміння необхідності оперативної адаптації до змін, запровадження інноваційних методів виробництва, та освіти. Розуміючи проблеми, та потреби в питаннях кваліфікованої робочої сили, бізнес реалізує інноваційні освітні проєкти, метою яких є вирішення як оперативних, так і стратегічних питань. На прикладі агрохолдингу «Кернел» було розглянуто, як компанія вирішує питання освіти своїх співробітників.

Бібліографічні посилання

1. Scale-Up Nation: China's Specialization in Innovative Manufacturing" Jonas Nahm & Edward Steinfeld, MIT Working Paper, 2013
2. Advanced Manufacturing: A New Policy Challenge, William Bonvilliam, Annals of Science and Technology Policy, 2017 Chapters 1 – 3
3. FY2021_Kernel_Annual_Report
4. <https://oau.kernel.ua>

Іванченко Г.В.

*доцент кафедри менеджменту та адміністрування, к.е.н, доцент
Вінницький торговельно-економічний інститут
Держаного торговельно-економічного університету*

ОСНОВНІ ЕТАПИ РОЗРОБКИ ПРОЄКТІВ В СФЕРІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ

В сучасних умовах воєнної агресії на тлі масових звільнень в багатьох підприємствах на перший план виходять такі параметри співробітника, як його ефективність та окупність. Завдання постановки персональних КРІ співробітникам наразі має найвищу пріоритетність у всіх керівників.

Діяльність HR-служби в сучасній організації включає не тільки реалізацію певних стабільно функціонуючих процесів і процедур, як наймання або кадрове діловодство, але й проектну діяльність, що передбачає виконання одиничних і унікальних завдань. Робота над різними аспектами управління персоналом та проведення різноманітних HR-проектів покликані вирішити такі ключові завдання: мінімізація плинності персоналу; підвищення ефективності роботи співробітників.

HR-проект – це такий проект, головною метою якого є розвиток персоналу, корпоративної культури компанії, оптимізація існуючих або запровадження нових HR-процесів компанії, її структурних підрозділів з метою досягнення функціональних або стратегічних HR-цілей.

Напрямки HR-проектів, які можуть бути реалізовані на підприємствах:

- проведення оцінки персоналу;
- формування програм розвитку працівників;
- розробка або коригування системи мотивації та стимулювання;
- оцінка корпоративної культури, актуалізація та донесення до працівників корпоративних цінностей;
- розробка системи адаптації персоналу, формування системи наставництва;
- оцінка рівня лояльності персоналу;
- HR-брендинг компанії;
- фотографія робочого дня працівників.

HR-проект – це сукупність взаємозалежних елементів і процесів. Отже, HR-менеджеру, відповідальному за керівництво проектом, необхідно мати певні навички та якості для того, щоб забезпечити успішну реалізацію проекту та трансформацію отриманого досвіду на наступні проекти компанії. Узагальнення поглядів, що представлені у вітчизняній науковій літературі дозволив виділити, такі етапи реалізації HR-проектів:

1. Етап стратегічного планування та ініціації проекту.
2. Етап реалізації HR-проекту.
3. Етап оцінки та аналізу.

Початком HR-проекту можна вважати його ініціацію, що може бути як неформалізованим процесом, так і жорстко регламентованим. У компаніях, де застосовують проектну методологію щодо реалізації стратегічних змін, у рамках етапу ініціації проекту розвитку мають бути реалізовані такі процеси:

- формалізація ідеї, її первинне опрацювання;
- проведення експертного оцінювання ідеї;
- розроблення й узгодження ключових елементів ідеї;
- визначення відповідального за розроблення ідеї та призначення керівника проекту;
- підготовка проектної ідеї й авторизація проекту розвитку;
- формування попереднього списку учасників та команди HR-проекту.

Результатами цього етапу HR-проекту має стати формалізована й розроблена ідея якісних перетворень в компанії, із визначенням орієнтовних цілей HR-проекту; експертиза та

порівняльний аналіз альтернативних проектних ідей; призначений керівник та команда проекту. Основою для аналізу може бути власний досвід HR-фахівця з вирішення завдань; інформація з практики вирішення задач у сфері управління персоналом; пошук інформації через опитування знайомих; інформація з мережі Інтернет. Також на даному етапі проводиться оцінка щодо визначення ресурсів для вирішення поставленого завдання. HR-фахівець складає список ресурсів для реалізації завдання.

Таким чином, HR-менеджер в сучасних компаніях повинен вміти перекладати проблему управління персоналом компанії в проекти з чітко визначеним змістом, термінами, результатами, ресурсами та ключовими заходами. Крім того, йому необхідно вміти формулювати та постійно переоцінювати відповідний підхід до управління HR-проектами, а також наявний набір навичок та ресурсів управління проектами для забезпечення успішного завершення всіх завдань проекту включаючи тимчасові рамки та контрольні точки.

Етап реалізації проекту передбачає безпосередні активності HR-проекту, які спрямовані на досягнення його результатів. На етапі реалізації мають відбуватися конкретні події, які характеризують HR-проект: освітні заходи, експертна діяльність тощо. На даному етапі HR-менеджеру необхідно вміти керувати та координувати проектну діяльність, пов'язану з потенційними кандидатами, а також чинними співробітниками компанії. Надзвичайно важливими на етапі реалізації є такі навички з управління бюджетами, термінами, ресурсами, постачальниками. Крім того, менеджеру HR-проектів необхідно мати навички проведення нарад, вирішення питань та проблем, що виникають у проекті, а також розробки та складання звітів про виконану роботу, документації, презентацій та інших матеріалів, пов'язаних з реалізацією проекту. У процесі реалізації проектів HR-менеджер повинен виступати не тільки як проектний менеджер, але і як ефективний тренер, наставник проектної команди, який мотивує та очолює її, спрямовує всю її діяльність відповідно до вимог зацікавлених сторін та змін у навколишньому проекті середовищі.

Етап оцінки та аналізу HR-проектів передбачає визначення економічної ефективності, що характеризується системою показників, які виражають співвідношення переваг і витрат проекту з погляду його учасників. Залежно від тривалості циклу HR-проекту оцінка показників ефективності може бути різною. Показники комерційної ефективності можуть за весь цикл проекту, а також за місяць, квартал, рік. Тому сучасний менеджер HR-проектів має вміти досліджувати передовий досвід застосування та впровадження методів проектного менеджменту у сфері HR, а також аналізувати результати реалізованих проектів, виявляти проблемні зони та успішні практики.

Отже, наразі функція HR-менеджменту в компаніях зазнає трансформації, що пов'язана із змінами у зовнішньому середовищі організації. Розробка та реалізація HR-проектів покликана забезпечити ефективну діяльність підприємства. Вирішення нових завдань, що стоять перед HR-менеджментом, створює необхідність зміни методів роботи HR, впровадження проектного підходу в управління персоналом компанії.

Бібліографічні посилання

1. Доценко Н.В. Методи управління людськими ресурсами при формуванні команд мультипроектів та програм : монографія / за ред. І.В. Чумаченко. Харків : ХНУМГ ім. О.М. Бекетова, 2015. 201 с.
2. Грузіна І.А. Проблеми розвитку персоналу в системі стратегічного управління : монографія. Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2014. 252 с.
3. Павлова С.І. Формування і розвиток проектної команди. URL: <http://eztuir.ztu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/625/325.pdf?sequence=1&isAllowed=y> (дата звернення: 25.04.2022).
4. Продіус О. І. Звонарєва В. О. Концептуальні основи управління персоналом в проектах. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. Випуск 25, частина 2. 2019. С. 82-87.

Лозовський О.М.

*доцент кафедри менеджменту та адміністрування, к.е.н., доцент
Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ*

РОЛЬ КЕРІВНИКА У ПОДОЛАННІ КОНФЛІКТНИХ СИТУАЦІЙ

В сучасних умовах господарювання ефективно функціонування будь-якого підприємства безпосередньо залежить від продуктивної праці своїх співробітників. Адже без людей немає організації. Без ініціативного, активного та творчого персоналу жодна організація неспроможна досягти намічених цілей. А там де є люди, можуть виникнути конфлікти. Безумовно, управління трудовими ресурсами у напрямку подолання конфліктних ситуацій є одним із найважливіших аспектів теорії та практики сучасного менеджменту.

Проблемам управління конфліктами в організації присвячено праці відомих дослідників Р. Акоффа, Ф. Эмері, О. Криси, А. Анцупова, С. Баклановського, А. Большакова, Н. Гришина, І. Ворожейкіна, Д. Захарова, Л. Ємельяненко, Н. Леонова, Е. Лінчевського, В. Немцова, М. Пірен, Н. Свиридюк та ін.

Метою дослідження є розкриття теоретичних та практичних аспектів аналізу причин виникнення організаційних конфліктів та визначення стратегії системи менеджменту їхнього усунення.

Конфлікт – крайнє загострення суперечностей сторін, пов'язане з відмінностями їхнього становища в організації; зіткнення та протиборство протилежних сторін, сил чи поглядів; відсутність згоди, наявність внутрішнього дискомфорту одного із суб'єктів.

Найпоширенішим є поділ конфліктів на конфлікти цінностей, інтересів та ідентифікацій [3].

Своєчасна фіксація наявності конфлікту та правильна оцінка ступеня його розвитку дозволяє керівнику організації не просто адекватно відреагувати на конфронтаційну ситуацію в організації, а й відповідно врегулювати розбіжності між суб'єктами конфліктної взаємодії. Правильний підбір методів поводження з конфліктами в організації забезпечує як збереження нормальної соціально-психологічної атмосфери в колективі, так і підвищення продуктивності праці та результативності діяльності організації на ринку [5].

У подоланні конфліктних ситуацій провідна роль належить керівнику.

Етика ділових відносин передбачає, що керівник повинен володіти відповідним інструментарієм, який дозволяв би швидко та ефективно вирішувати конфлікти, що виникають в колективі, а саме:

- знаннями способів профілактики конфліктів;
- вмінням правильно вести ділову бесіду;
- навичками проведення критичного розбору діяльності підлеглих;
- вмінням поєднувати ділову активність з повноцінним відпочинком, шукати задоволення в роботі, разом з підлеглими радіти успіхам і засмучуватися невдачам, [6].

Разом з тим, усуненню конфліктних ситуацій у менеджменті підприємства сприятиме дотримання наступних правил:

- своєчасно виявляти учасників та об'єкт конфлікту, визначати джерело;
- у разі відсутності часу на з'ясування причин виникнення взаємних претензій сторін, терміново втручатись у конфліктну ситуацію, «розводити» конфліктуючі сторони та проводити з ними переговори, з'ясовуючі їхні вимоги, думки, точки зору, позиції тощо;
- варто пам'ятати, що кожна конфліктуюча сторона відстоюватиме власні думки, позиції, завдання, а відтак, важливо зрозуміти, саме чого прагне досягти «ініціатор» і «обвинувачений»;
- вести відверту розмову з учасниками конфлікту, що сприятиме досягненню примирення, пошуку конструктивного рішення і згодом, подолання конфлікту;
- вкрай важливо виокремити головну проблему, яка є стрижнем конфлікту, максимально зменшуючи кількість претензій між конфліктуючими сторонами;

- у розв'язанні конфлікту не можна переоцінювати заслуги однієї і недооцінювати діяльність іншої сторони. Рівну увагу варто приділяти до всіх конфлікуючих сторін;

- профілактика конфліктів виступатиме запорукою ефективної роботи колективу [7].

Мистецтво управління полягає в тому, щоб і в конфліктній ситуації не випустити з уваги основні орієнтири, діяти з розумом, обачно, але завжди послідовно і наполегливо. Конфлікт потрібно вирішувати спільно, за неодмінної участі протиборчих сторін, активної мобілізації та координації їх власних можливостей. Саме тому в «заповідях» керівника, який опинився в ролі посередника, цілком доречні такі прості правила:

- сприймати конфлікти як природний прояв людського спілкування, нормальний спосіб соціальної взаємодії і відносин людей, зайнятих спільною діяльністю;

- вміти аналізувати конфліктні ситуації, визначати справжні причини конфліктів, що виникають, цілі та особливості поведінки сторін, які конфліктують між собою;

- володіти механізмом управління конфліктами, набором відповідних прийомів і процедур, навичками конструктивного впливу на персонал в конфліктних умовах; направляти конфлікти по можливості в функціонально-позитивне русло і зводити до мінімуму їх негативні наслідки;

- всебічно оцінювати підсумковий результат конфлікту, його значимість і вплив на окремих осіб, групи працівників, колектив в цілому.

Таким чином, для підвищення рівня конкурентоспроможності й ефективності функціонування підприємств менеджерам потрібно передбачати, аналізувати і вміти ефективно управляти конфліктами, які є неминучими в роботі будь-якого колективу. Успішне розв'язання конфліктних ситуацій вимагає від менеджера відповідних знань, вмінь і навичок, їх гнучкого використання, не боятися виходити за межі звичних схем роботи з колективом, думати по-новому, використовувати творчій підхід в формкуванні стратегії управління трудовими ресурсами.

Бібліографічні посилання

1. Конопацька О.М. Конфлікти в трудових колективах і шляхи їх подолання. *Юридична психологія та педагогіка*. 2018. №1. С. 100-105.
2. Никончук В.М., Цимбріляк К.С. Роль та дії керівника в процесі розвитку конфлікту. *Інноваційна економіка*. 2019. №47. С. 122-126.
3. Гришина Н. В. Психологія конфлікту: наук. посіб. К.Либідь, 2017. 258с.
4. Кравченко О.П. Погляд конфліктолога на онтосинтез конфлікту. *Соціологічні дослідження*. 2019. №9. С.103-112.
5. Казаков В. Соціальний конфлікт: проблема визначення. *Соціологія: теорія, методи, маркетинг*. 2017. № 3. С. 156-166.
6. Сергієнко Т.І. Конфлікти в колективі і роль керівника у їх вирішенні. *Гуманітарний вісник ЗДІА*. 2018. № 48. С. 236-242.
7. Хмурова В.В. Управління конфліктами на підприємствах сфери послуг. URL: <http://knutd.edu.ua>

Заюков І.В.

*доцент кафедри менеджменту та адміністрування, д.е.н., доцент
Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ*

РОЗВИТОК ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИХ ЗДІБНОСТЕЙ ЛІДЕРА ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Актуальність дослідження зумовлена необхідністю підвищення ефективності управління вітчизняними підприємствами в умовах військового стану, швидкого відновлення економіки України, забезпечення соціально-економічного розвитку тощо, що не можливо

зробити без застосування сучасними лідерами інноваційних підходів в менеджмент підприємств (установ, організацій). Так, за даними видання Harvard Business Review (HBR) [1], близько 100 найефективніших топ-менеджерів світу дали змогу забезпечити своїм підприємствам загальну рентабельність в розмірі 2507% від вартості акцій їх підприємств. Тому заслуговує на увагу вивчення відповідного досвіду та застосування його в Україні.

Метою роботи є формування бази знань з метою побудови умовної моделі, що направлена на забезпечення розвитку інтелектуальних здібностей сучасних лідерів для підвищення ефективності управління підприємством.

«Найсильніший той, хто має силу керувати собою»

Луцій Анней Сенека.

HBR (за даними 2017 року) опублікував Рейтинг найефективніших генеральних директорів світу (CEO) відповідно до якого, як свідчать дані соціологічного опитування, перше місце очолив іспанський лідер підприємства Inditex (zareєстровані бренди Zara, Bershka та інші) – Пабло Ісла. На другому місці опинився лідер рекламного агентства WPP Великобританії – Мартін Соррелл. Третє місце посів лідер кампанії США Nvidia – Жень-Сунь Хуан. Варто відмітити, що перше місце в рейтингу CEO в 2015–2016 роках займав лідер кампанії США Amazon – Джефф Безос, який в 2017 році перемістився в відповідному рейтингу на 71 місце, але за фінансовими показниками він залишається лідером серед всіх керівників, які наведені в CEO.

Додатково варто відмітити, що за даними опитування CNBC Global CFO Council (2019 рік), яке було проведено серед великих керівників компаній світу [2], найбагатшою людиною планети був визнаний Д. Безос (статки оцінюються в 131 млрд. дол. США). Друге місце займав керівник Інтернет-ритейлера Alibaba в Китаї із статками – 38,2 млрд. дол. США, а на третьому місці керівник кампанії США Tesla I SpaceX – Ілон Маск, із статками в 22,3 млрд. дол. США. Виникає питання, які фактори призводять до того, що наведені вище лідери так ефективно керують підприємствами і отримують значні прибутки.

Так, на думку відомого бізнес-консультанта з США, мотиваційного спікера, автора багатьох бестселерів, зокрема «7 звичок надзвичайно ефективних людей», «Восьма звичка. Від ефективності до величчя» – Стівена Кові, що саме в основі життєвого успіху видатних лідерів, які були провідниками важливих змін лежить розвиток їх інтелекту (здібностей) [3, с. 111]. Крім того, необхідно навести твердження відомого філософа менеджменту Пітера Кестенбаума, який вважав, що «найкращі лідери діють у чотирьох вимірах: бачення, реальність, мораль і сміливість. Ці чотири види інтелекту необхідні для досягнення помітних, стійких результатів. Далекоглядний лідер мислить широко, міркує по-новому, думає наперед і, що найголовніше, підтримує зв'язок із глибинною структурою людської свідомості і творчого потенціалу...» [3, с. 115].

В спеціалізованій літературі інтелект поділяється на чотири групи: ментальний, фізичний, емоційний, духовний [3]. Розглянемо фактори, які розвивають інтелектуальні здібності лідерів враховуючи ці чотири види інтелекту. Для цього згрупуємо їх в умовну модель (надалі модель) та згрупуємо конкретні фактори зазначеної моделі:

$$R = f_r(X, Y, S, D),$$

де: R – загальний рівень інтелекту (здібностей) лідера; X – ментальний інтелект; Y – фізичний інтелект; S – емоційний інтелект; D – духовний інтелект.

Ментальний інтелект (X,) можна подати таким чином:

$$X = f_x(x_1, x_2, x_3, x_4, x_5, x_6, x_7, x_8, x_9, x_{10}, x_{11}, x_{12}),$$

де: x_1 – ідеалізм; x_2 – довготермінова перспектива; x_3 – передбачення майбутнього; x_4 – мрійливість; x_5 – віра в людей; x_6 – формування очікувань; x_7 – новаторство; x_8 – філософський підхід; x_9 – вміння досягати мети; x_{10} – стратегічне мислення; x_{11} – оптимізм; x_{12} – відкритість до змін.

Фізичний інтелект (Y) можна подати таким чином:

$$Y = f_y(y_1, y_2, y_3, y_4, y_5, y_6, y_7, y_8, y_9, y_{10}, y_{11}, y_{12}, y_{13}),$$

де: y_1 – реалізм; y_2 – зосередженість; y_3 – дієвість; y_4 – наполегливість; y_5 – ініціативність; y_6 – незалежність; y_7 – відданість; y_8 – упертість; y_9 – працелюбність; y_{10} – готовність до жертви; y_{11} – самодисципліна; y_{12} – компетентність; y_{13} – послідовність.

Емоційний інтелект (S) можна подати таким чином:

$$S = f_s(s_1, s_2, s_3, s_4, s_5, s_6, s_7, s_8, s_9, s_{10}, s_{11}, s_{12}, s_{13}),$$

де: s_1 – пристрасть; s_2 – оптимізм; s_3 – надія; s_4 – сміливість; s_5 – взаємодія; s_6 – співчутливість; s_7 – безстрашність; s_8 – вмотивованість; s_9 – вимогливість; s_{10} – чуйність; s_{11} – почуття гумору; s_{12} – орієнтованість на людей; s_{13} – веселість.

Духовний інтелект (D) можна подати таким чином:

$$D = f_d(d_1, d_2, d_3, d_4, d_5, d_6, d_7, d_8, d_9, d_{10}, d_{11}, d_{12}),$$

де: d_1 – ентузіазм; d_2 – інтуїція; d_3 – готовність брати на себе відповідальність; d_4 – моральність; d_5 – мудрість; d_6 – скромність; d_7 – готовність служити людям; d_8 – справедливість; d_9 – щедрість; d_{10} – співчутливість; d_{11} – натхненність; d_{12} – повага до інших.

Таким чином, наведена вище умовна модель (R), яка складається з наступних підмоделей – *ментального інтелекту (X)*, *фізичного інтелекту (Y)*, *емоційного інтелекту (S)*, *духовного інтелекту (D)* дозволяє сформулювати базу знань для забезпечення поступового розвитку інтелектуальних здібностей сучасних лідерів (менеджерів, керівників) з урахуванням впливу наведених факторів (x, y, s, d), що в кінцевому підсумку стане вагомим підґрунтям забезпечення ефективного управління підприємств (установ, організацій) в умовах військових дій, а після завершення війни – відбудови економіки і відновлення соціально-економічного розвитку України.

Бібліографічні посилання

1. Сайт незалежного бізнес-порталу Mind. Harvard Business Review назвав найефективніших CEO світу. URL: <https://mind.ua/news/20177858-harvard-business-review-nazvav-najefektivnishih-ceo-svitu> (дата звернення 20.04.2022).
2. CFO найбільших компаній світу назвали Джеффа Безоса бізнесменом десятиліття. URL: <https://www.management.com.ua/news/?id=1598> (дата звернення 20.04.2022).
3. Стівен Р. Кові. Восьма звичка. Від ефективності до величі. Харків : Клуб сімейного дозвілля, 2017. 495 с.

Боровенська А.А.

студентка гр. Б-МВ-841

Дніпропетровський державний університет внутрішніх справ

Єремєєва І.А.

*доцент кафедри міжнародних відносин ДДУВС, к.і.н., доцент
Дніпропетровський державний університет внутрішніх справ*

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЕЛІТ, ЯК ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ

Еліта є багатоплановим, універсальним явищем, що притаманне усім сферам життя сучасного суспільства. Кожна історична епоха наділяла еліту особливими характеристиками та формувала власні уявлення про неї, але спільним є погляд на еліти, як нечисельний домінуючий стан суспільства, що трактується з позиції відносин панування і підпорядкування між ними і народом.

Термін "еліта" походить від латинського слова *eligere*, що трансформувалося у французьке *élite* – кращий, добірний, вибраний. Починаючи з XIX ст., його використовували для позначення осіб і груп, які знаходяться на вершині соціальної ієрархії. Варто зауважити, що до кінця XIX ст. термін "еліта" не набув широкого розповсюдження в європейських суспільно-політичних науках [3].

Походить сучасна класична теорія еліт з італійської школи політичної соціології, що заснувала новий напрям у дослідженні соціальних груп наприкінці XIX – на початку XX ст. – період, що характеризується розвитком та значним зростанням впливу політичних еліт на суспільні процеси.

У першій третині XX ст. ідеї елітарності були систематизовані та узагальнені італійськими соціологами Г. Моска та В. Парето. Саме їм належить авторство теорії еліт як цілісної наукової концепції, в якій сформульовані основні теоретико-методологічні підходи щодо дослідження соціальних процесів, а саме: визначення еліти предметом наукового дослідження, аналіз структури, законів функціонування та ролі еліти в політичній системі.

Поняття «еліта» трактується по-різному. За визначенням В. Парето еліта являє собою коло осіб, які отримали найвизначніші досягнення у сфері своєї діяльності. В той же час Г. Моска вважав, що еліта – найактивніші люди в політичних відносинах, які орієнтовані на утримання влади в своїх руках, організована меншість суспільства [5].

Основою концепції, сформульованою Г. Моска, є ідея правлячого класу, за якою суспільство поділяється на меншість, яка править, та більшість, якою управляють. У своїй праці «Елементи політичної науки», соціолог розкрив питання нерівності у соціумі та дійшов висновку, що основою політичної могутності є наявність певної групи людей, яка керує процесами, що так чи інакше пов'язані зі змінами у суспільстві [2].

На думку Г. Моски, однією з найважливіших рис панівного класу є тяжіння та здатність до управління більшістю. Еліта, яка схильна зосереджуватися тільки на своїх інтересах та прагненнях, з часом втрачає свій авторитет та може бути знищена. Для збереження свого панівного становища, еліта має час від часу оновлюватися, при цьому, за визначенням Г. Моски поповнення правлячого класу може відбуватися у демократичний або аристократичний спосіб. Якщо перший є відкритим та полягає у постійному надходженні нових, добре підготовлених керівників, то другий призводить до виродження еліти та застою в суспільному розвитку, тому що є більш закритим. Тільки збалансоване поєднання даних тенденцій може забезпечити якісне оновлення панівної верхівки та відносну стабільність у суспільстві [2].

Концепція еліт В. Парето, ґрунтується на тезі, що, оскільки люди відрізняються за фізіологічними, інтелектуальними та моральними параметрами, то соціальна нерівність є очевидним і цілком природним фактом. Таким чином, особи, які мають високі показники в тій чи іншій галузі, складають еліту, бо є об'єктивно кращими та більш достойними для управління більшістю.

В теорії В. Парето виділяється два типи еліт, які в ідеалі мають змінювати один одного. Перші – «леви» – політичні лідери, для яких характерним є консерватизм і силові методи правління, вони переконані у високій меті здійснення влади. Другі – «лисиці» – прагнуть підтримувати свою владу будь-якими способами, вдаються до маніпуляцій, пропаганди та політичної спекуляції.

Суспільство, в якому існують тільки «леви», не має шансу на розвиток, тоді як еліта «лисиць» надає певний динамізм. Механізм соціальної рівноваги функціонує майже ідеально, коли оновлення політичної верхівки відбувається шляхом припливу людей першої і другої орієнтації. Історія для В. Парето – це «історія наступності привілейованих меншостей, які формуються, борються, досягають влади, насолоджуються владою, занепадають, змінюються іншими привілейованими меншостями» [1].

Отже, аналіз основних положень теорій еліт Г. Моски та В. Парето дозволяє виділити їх спільні риси: будь-яке суспільство поділяється на правлячу творчу меншість та пасивну більшість; еліта є легітимною, маси визнають її право керувати; елітам властиве групове самоусвідомлення; формування та зміна еліт відбувається в процесі боротьби за владу. Таким чином, Г. Моска та В. Парето систематизували накопичені знання про еліти та заклали основи елітології як науки, що дало поштовх для розвитку нових теорій еліт в другій половині XX ст.

Бібліографічні посилання

1. Joseph V. Femia. Pareto Vilfredo: Beyond Disciplinary Boundaries. Routledge, 2011. 216 р.
2. Mosca G. The Ruling Class. URL: <https://www.britannica.com/topic/The-Ruling-Class-by-Mosca> (дата звернення: 10.04.2022).
3. Григорчак І.І. Еліта як суспільний феномен. Вісник Національної академії державного управління. 2010. №4. С. 41-48.
4. Єремєєва І.А. Проблеми бюрократії в контексті політологічних досліджень. Гуманітарний журнал. 2013. №3. С.30-40.
5. Толкач, А. М. Теорія еліт В. Парето і Г. Моска: порівняльний аналіз. Порівняльно-аналітичне право. №2. 2015. С. 50-53.

Тимошенко Л.В.

*доцент кафедри прикладної економіки, підприємництва та публічного управління
к.е.н., доцент*

Національний технічний університет «Дніпровська політехніка»

Хрипун Ю.С.

студентка гр. 076-18-1

Національний технічний університет «Дніпровська політехніка»

ОБҐРУНТУВАННЯ РІШЕНЬ У СФЕРІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ СТРУКТУРИ

В управлінській діяльності на рівні суб'єктів господарювання провідне місце займають процеси прийняття управлінських рішень, тому що ефективність управління, насамперед, залежить від якості прийнятих управлінських рішень. Управлінські рішення виступають продуктом аналізу інформації, прогнозування змін, вибору й обґрунтування альтернативного варіанту.

Персонал – найбільш складний об'єкт управління в організації, оскільки, на відміну від речових факторів виробництва, є живим, має можливість самостійно ухвалювати рішення, діяти, критично оцінювати висунуті до нього вимоги, має суб'єктивні інтереси тощо [1]. Люди розглядаються як важливий ресурс, який нарівні з передовими технікою, технологією і доступом до фінансових ресурсів, забезпечує підприємству стабільне положення на ринку, а врахування людського фактора в процесі формування загальної конкурентоспроможності дозволяє розкрити додаткове джерело підвищення ефективності діяльності [2].

Тому результативність діяльності підприємницької структури залежить, насамперед, від ефективності використання персоналу як найбільш вирішального фактора виробництва. Прийняття обґрунтованих рішень необхідно здійснювати в процесах аналізу і планування персоналу, його підбору і наймання, організації навчання та підвищення кваліфікації, атестації і ротації кадрів, формуванні систем оплати праці, напрямів матеріального та морального стимулювання персоналу, організації трудових (групових і міжособистісних) відносин, встановленні норм корпоративної культури, створенні безпечних та комфортних умов для праці, забезпеченні соціального розвитку та соціального партнерства. При цьому процес управління персоналом повинен мати необхідний правовий та інформаційний базис, який забезпечує обґрунтованість прийняття рішень.

Цифровізація суспільного життя та економічної діяльності сприяє зміні умов діяльності менеджерів: змінюються можливості та інструменти роботи щодо підбору кадрів; змінюються кваліфікаційні вимоги до персоналу; менеджерами створюються «цифрові» (дистанційні) робочі місця; формуються мобільні групи працівників, які організовано переміщуються на замовлення різних роботодавців; змінюється робота менеджерів щодо організації

корпоративного навчання; підвищується значення факторів відчуття причетності та довіри до працівників [3].

Обґрунтування рішень у сфері управління персоналом передбачає знання різних методів прийняття рішень, їх переваг та недоліків, вміння доцільного застосування і комбінування, адаптації до умов бізнес-середовища, використання власних розробок з врахуванням особливостей діяльності підприємницької структури.

Бібліографічні посилання

1. Управління персоналом : підручник / О. М. Шубалий, Н. Т. Рудь, А. І. Гордійчук, І. В. Шубала, М. І. Дзямучич, О. В. Потьомкіна, О. В. Середя; за заг. ред. О. М. Шубалого. – Луцьк : ІВВ Луцького НТУ, 2018. – 404 с.
2. Чавичалов І. І. Методи оцінки ефективності управлінського персоналу підприємства. Інвестиції: практика та досвід № 1/2018 С.41-44.
3. Прийняття управлінських рішень : навчальний посібник / [Ю. Є. Петруня, Б. В. Літовченко, Т. О. Пасічник та ін.] ; за ред. Ю. Є. Петруні. – [4-те вид., переробл. і доп.]. – Дніпро : Університет митної справи та фінансів, 2020. – 276 с.

Полюк А.О.

студент гр. 076м-20з-1

НТУ «Дніпровська політехніка»,

Горпинич О.В.

*доцент кафедри прикладної економіки, підприємництва та публічного управління
Національний технічний університет «Дніпровська політехніка»*

ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ МАЛОГО ПІДПРИЄМСТВА

Сучасний розвиток економіки України потребує від малих підприємств раціонального і економічно обґрунтованого підходу до планування своєї діяльності, до визначення стратегії фінансової і виробничої політики, аналізу й оцінки отриманих результатів, зокрема прибутку.

Чистий прибуток як основний кінцевий фінансовий результат діяльності підприємства виступає джерелом самофінансування підприємства, створює передумови для реалізації його інвестиційних можливостей як у сфері реального, так і фінансового інвестування.

Для забезпечення зростання прибутку необхідно відшукати невикористані можливості його збільшення, тобто резерви зростання. Резервами зростання прибутку є кількісно вимірні можливості його збільшення за рахунок зміни інших факторів, що впливають на нього, а також недопущення (попередження) збитків від інших видів діяльності.

Прибуток має забезпечити підприємство власними коштами для розширення виробничих фондів, стимулювати підвищення ефективності виробництва та формування централізованого грошового фонду. Від досконалості форм і методів розподілу прибутку залежить зацікавленість підприємств та окремих працівників у постійному зростанні й удосконаленні виробництва та підвищенні його ефективності.

В умовах високої конкуренції забезпечення ефективного управління прибутком є важливою ланкою в процесі діяльності підприємства, адже він є найбажанішим результатом. Отже, управління прибутком – це процес розроблення і прийняття рішень з питань формування, розподілу і використання прибутку на підприємстві з метою забезпечення максимізації добробуту власників підприємства в поточному та перспективному періодах [1].

З економічної точки зору механізм управління включає такі елементи:

- цілі та завдання управління;
- принципи управління;
- методи управління;
- організаційне та інформаційно-аналітичне забезпечення управління;
- ресурси управління (матеріальні, нематеріальні, трудові, фінансові, інвестиційні, інформаційні), з використання яких реалізується обраний метод управління і забезпечується досягнення поставленої мети;
- нормативно-правове забезпечення управління;
- програмно-технічне забезпечення управління.

Динамічний розвиток підприємства неможливий без створення дієвого механізму управління прибутком. Метою економічного управління прибутком є розробка ефективної поточної та стратегічної політики формування прибутку підприємства, обґрунтування раціональних напрямів його використання і виявлення оптимального рівня рентабельності фінансових вкладень для різних періодів планування.

Управління прибутком підприємства має базуватися на певному механізмі, який є складовою частиною системи управління. Система управління прибутком має бути органічно інтегрована із загальною системою управління підприємством, оскільки прийняття управлінських рішень у будь-якій сфері діяльності підприємства впливає на рівень прибутку, який у свою чергу є основним джерелом фінансування розвитку підприємства та зростання доходів його власників [2].

Управління прибутком підприємства передбачає створення методичного, організаційного та інформаційно-аналітичного забезпечення з метою раціонального використання ресурсів підприємства.

При організації системи управління прибутком на підприємстві важливим є системний підхід, що базується на врахуванні тактичних та стратегічних аспектів управління, спрямованих на максимізацію кінцевого результату як в короткостроковому, так і в довгостроковому періодах.

Управління прибутком є сукупністю дій і послідовністю прийнятих управлінських рішень щодо формування, розподілу та використання прибутку на підприємстві. Стратегічний підхід до управління забезпечує врахування не лише фактичного, але й об'єктивно можливого стану прибутковості підприємства, дає змогу розробити інструменти і методи визначення оптимальних параметрів прибутку.

Динамічний розвиток підприємства неможливий без створення дієвого механізму управління прибутком, основною метою якого є забезпечення умов для ефективного формування, розподілу й використання прибутку у поточному і перспективному періодах.

Управління розподілом і використанням прибутку підприємства повинно відповідати загальній стратегії розвитку підприємства, сприяючи підвищенню його ринкової вартості, формуванню необхідних і достатніх обсягів інвестиційних та фінансових ресурсів з урахуванням інтересів власників і працівників підприємства.

Стратегічне управління прибутком підприємств є не лише базовою, але й основною структурною складовою системи корпоративного менеджменту, яка значною мірою визначає ефективність функціонування останньої та впливає на успішність реалізації головної мети і ключових цілей підприємства, серед яких підвищення рівня прибутковості, ринкової вартості, досягнення фінансової рівноваги та економічного розвитку підприємства у довгостроковій перспективі.

Стратегічне управління прибутком підприємства необхідно розглядати, як комплексний, системний процес, який передбачає реалізацію ряду послідовних етапів планування, організації, регулювання, аналізу та контролю формування прибутку для забезпечення успішної реалізації основної економічної мети діяльності малого підприємства.

Переваги стратегічного підходу до управління прибутком підприємства полягають в наступному [3]:

- своєчасність інформування управлінського персоналу про ймовірні ризики з метою коригування підходу до управління;
- розроблення та впровадження превентивних заходів профілактики, нейтралізації та зменшення впливу ризиків;
- спрямованість на досягнення стратегічних і тактичних цілей підприємства, зростання його конкурентоспроможності.

Для зростання прибутковості підприємства у довготерміновій перспективі необхідно забезпечувати зростання обсягів надання транспортних та інших послуг, розширювати асортимент таких послуг з урахуванням змін ринкової кон'юнктури, підвищувати якість послуг, впроваджувати заходи щодо мотивації та підвищення продуктивності праці персоналу, оптимізувати витрати на надання послуг.

Бібліографічні посилання

1. Жигалкевич Ж.М. Фісенко Е.С. Система управління прибутком як умова ефективного функціонування підприємства. Мукачевський національний університет. Серія «Економіка і суспільство». 2016. Випуск №4. С. 145-148. URL.: https://economyandsociety.in.ua/journals/4_ukr/22.pdf
2. Андріяш А.С., Могилова А.Ю. Особливості управління прибутком підприємства. / Молодий вчений. 2014. № 6(09). С. 68- 70.
3. Якименко М.В. Особливості проведення економічного аналізу прибутку в умовах реалізації ризик-орієнтованого управління. Фінансовий простір. 2015. № 1 (17). С. 311–317.

Ружина А.С.

студентка гр. 076-18-1

Національний технічний університет «Дніпровська політехніка»

Літвінов Ю.І.

доцент кафедри прикладної економіки, підприємництва та публічного управління, к.т.н.

Національний технічний університет «Дніпровська політехніка»

Е-КОМЕРЦІЯ, ЯК ОСНОВНИЙ З СЕКТОРІВ ЕКОНОМІКИ США

Електронна комерція уявляє собою галузь, що з пришвидшеним темпом розвивається не тільки в Україні, а й у світовій економіці. За допомогою інформаційних технологій інтернет-компаніям відкриваються можливості для аналізу та входження у нові ринки, що забезпечує інтернет-споживачеві величезний потенціал для вивчення великого асортименту продукції. Електронна комерція або як її ще називають Е-комерція, що є однією з основних складових «нової економіки», набуває все більшого не тільки теоретичного, а й практичного значення. Для подальшого ефективного розвитку комерційної діяльності підприємств у світовому просторі найважливішою умовою є необхідність проведення оцінки основних тенденцій та перспектив ринку Е-комерції.

Аналізуючи обсяг тільки роздрібних онлайн-продажів у світі бачимо постійний зріст такими темпами, що без них вже неможливо уявити сучасну економіку. За прогнозами компанії Oberlo, глобальні продажі е-комерції перевищать \$3,5 трлн у всьому світі, і очікується, що вони будуть зростати протягом наступних кількох років, доводячи, що інтернет-торгівля стала прибутковим варіантом бізнесу і доводить це збільшенням продажів кожного дня.

Одним з секторів економіки США, що найбільш розвивається в еру інформаційних технологій, як ми можемо бачити, є Інтернет-торгівля, тобто Е комерція.

Також важливо відзначити, що постпандемія позитивно впливає на вартість сектора електронної комерції в США, що робить його ще більш привабливим для підприємців. У березні та квітні 2020 року під час першого блокування, онлайн-продажі у США зросли на 49%. PayPal оголосив 1 травня 2020 року найприбутковішим днем онлайн-покупок в історії. Прогнозується, що до 2025 року електронна комерція складатиме майже 18,5% усіх транзакцій у країні. У 2018 році це було лише 11%. Як заявили Forrester і Statista, очікується, що найближчими роками вартість сектора електронної комерції в США становитиме від 712 до 735 мільярдів доларів на рік.

Провідними гравцями ринку електронної торгівлі в США є Amazon.com Inc. (AMZN, NASDAQ), Walmart Inc. (WMT, NYSE), eBay Inc. та OfferUp.

У 2020 році ринки в США, які потрапили в топ-100, продали 773,75 мільярда доларів вартість товарів у всьому світі в 2020 році, що на 41,7% більше, ніж у 2019 році. продажі гібридних маркетплейсів першої сторони, особливо для гігантів роздрібною торгівлі.

Американські платформи Amazon, Walmart продали 492,43 мільярда доларів GMV на 37,7% більше, ніж у 2019 році.

Виключаючи міжнародні продажі з загального GMV, валові продажі в США відбувались на 48 маркетплейсах минулого року та склали приблизно 518,03 мільярда доларів.

У США Amazon та eBay є найбільшими ринками операторів, на частку яких припадає майже три чверті валової продукції продажів на ринках у США.

Вираховуючи Amazon та eBay, решта маркетплейсів США збільшили продажі на 63,5% у порівнянні з минулим роком до 198,75 мільярдів доларів.

Ринок електронної комерції США є другим за величиною онлайн-ринком у світі, поступаючись лише Китаю. Підводячи підсумки, за аналізом ринку е-комерції в США, на сьогоднішній пришвидшеним темпом зростає даний сектор економіки і по прогнозам Oberlo буде зростати і на далі. Авжеж, так як пройдений етап пандемії показує, що електронна комерція є невід'ємною частиною нашого сьогодення. Ми всі живемо у 21 столітті, у ері діджеталізації.

Тому важливо пам'ятати про зручність та гнучкість відносно економічної та політичної ситуації не тільки в країні, а й у всьому світі.

Бібліографічні посилання

1. Oberlo: Global Ecommerce Sales (2019 – 2025); [Електронний ресурс]. – Режим доступу: URL <https://www.oberlo.com/statistics/global-ecommerce-sales> (дата звернення: 04.04.2022).
2. Young J. : Global online sales reach nearly \$4.29 trillion in 2020; [Електронний ресурс]. – Режим доступу: URL <https://www.digitalcommerce360.com/article/global-ecommerce-sales/> (дата звернення: 04.04.2022).

Сорока В.В.

студент гр. 073м-20з-4

НТУ «Дніпровська політехніка»,

Горпинич О.В.

*доцент кафедри прикладної економіки, підприємництва та публічного управління
Національний технічний університет «Дніпровська політехніка»*

УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ ПРИ ВПРОВАДЖЕННІ ІННОВАЦІЙНИХ ПІДХОДІВ ДО ЗАХИСТУ ІНФОРМАЦІЇ

Сучасні бізнес-організації працюють в умовах інформаційної економіки. В таких умовах важливим завданням власників і керівників підприємства і його системи безпеки є рішення проблеми пов'язаної з розробкою ефективної політики й стратегії інформаційної безпеки, а також вибором ефективних технологій, форм і методів забезпечення інформаційної безпеки.

Проблема інформаційної безпеки набула особливої значущості в сучасних умовах широкого застосування автоматизованих інформаційних систем, заснованих на використанні комп'ютерних і телекомунікаційних засобах. При забезпеченні інформаційної безпеки стали цілком реальними загрози, викликані навмисними (зловмисними) діями людей. У 2020 г. фахівці з інформаційної безпеки повідомили, що 32% вразливостей торкнулися більше половини систем, в 2018 р так відповіли 15%.

Зростає використання хмарних технологій. У 2020 році 27% фахівців з інформаційної безпеки повідомили про використання зовнішніх приватних хмар (показник 2019 року - 20%). З них 57% розміщують мережу в хмарі заради кращого захисту даних, 48% - заради масштабованості, 46% - заради зручності експлуатації. Хоча хмара і забезпечує підвищену безпеку даних, атакуючі користуються тим, що організації не дуже добре справляються з захистом розвиваються і розширюються хмарних конфігурацій. Ефективність захисту таких конфігурацій підвищується з використанням поєднання передових методик, таких просунутих технологій безпеки, як машинне самонавчання, і таких засобів захисту першої лінії, як хмарні платформи інформаційної безпеки [1].

Методичні підходи до формування організаційних підсистем системи захисту інформації як підгрунтя для прийняття надійних управлінських рішень на підприємстві середнього бізнесу базуються на впровадженні положень міжнародного стандарту захисту інформації AlienVault Unified Security Management.

Визначено, що стосовно захисту комерційної таємниці української компанія «Kiddisvit» з продажу іграшок (м. Дніпро) від можливого розголошення у відносинах із контрагентами, найбільш ризикованими є угоди, пов'язані з розробкою рекламних кампаній, здійсненням маркетингових досліджень ринку з метою просування нових товарів, інноваційною та інвестиційною діяльністю.

До об'єктів інформаційної безпеки компанії «Kiddisvit» відносять:

– інформаційні ресурси, що містять відомості, віднесені до комерційної таємниці, та конфіденційну інформацію, представлену у вигляді інформаційних масивів і баз даних;

– засоби і системи інформатизації – засоби обчислювальної та організаційної техніки, мережі та системи, загальносистемне і прикладне програмне забезпечення, автоматизовані системи управління, системи зв'язку і передачі даних, технічні засоби збору, реєстрації, передачі, обробки та відображення інформації.

Загальні цілі захисту інформації – це запобігання розголошенню, втрати, несанкціонованого доступу, збереження цілісності, повноти, достовірності, дотримання конфіденційності, доступності, авторських прав.

Максимальний ефект захисту інформаційних ресурсів при управлінні бізнес-організацією досягається тоді, коли всі засоби, методи і заходи поєднуються в єдиний цілісний механізм – комплексну систему захисту інформації. Комплексна система гарантує досягнення максимальної ефективності захисту інформації, тому що системність забезпечує необхідні складові захисту й установлює між ними логічний і технологічний зв'язок.

Визначено принципи побудови й експлуатації системи захисту, на підставі яких обґрунтована її структура. Для ефективної побудови й експлуатації системи захисту необхідно дотримуватись таких принципів: простота захисту; прийнятність захисту для користувачів; підконтрольність системи захисту; постійний контроль за найбільш важливою інформацією; дроблення конфіденційної інформації на складові елементи, доступ до яких мають різні користувачі; мінімізація привілеїв доступу до інформації; установка пасток для провокування несанкціонованих дій; незалежність системи керування для користувачів; стійкість захисту в часі й за несприятливих обставин; глибина захисту, його дублювання й перекриття; особлива персональна відповідальність осіб, що забезпечують безпеку інформації; мінімізація загальних механізмів захисту [2].

Система захисту інформації підприємства як складова системи управління організації має за мету запобігання витоку, розкраданню, втраті, перекручуванню, підробці інформації; запобігання формам незаконного втручання в інформаційні ресурси й системи, що забезпечують підприємницьку діяльність.

Для визначення напрямів та розробки інструментарію щодо управління підприємством при удосконаленні системи інформаційної безпеки розроблено модель загроз для такої безпеки. Модель враховує вплив факторів внутрішнього та зовнішнього середовища.

Розробка удосконаленої системи захисту інформації компанії базується на застосуванні положень міжнародного стандарту Management™ (USM™). AlienVault Unified Security Management™ (USM). Це платформа, що розроблена з метою надання інструментів ефективного управління інформаційною безпекою малого і середнього бізнесу.

Удосконалення управління підприємством на підставі подальшого захисту інформації пропонується здійснювати з застосуванням правила «чотирьохточкового контрольного списку». На підставі такої методології розроблено завдання по організації та управлінню захистом фізичної, економічної, інтелектуальної інформації як складових управління підприємством.

Для забезпечення працездатності розробленої системи захисту інформації необхідно створити спеціальний відділ у складі організації, що займається даними питаннями, – Службу захисту інформації (СлЗІ). До завдань СлЗІ належить: своєчасне виявлення загроз інформації, яка захищається, причин і умов їхнього виникнення й реалізації; виявлення й максимальне перекриття потенційно можливих каналів і методів несанкціонованого доступу до інформації; відпрацьовування механізмів оперативного реагування на загрози, використання юридичних, економічних, організаційних, соціально-психологічних, інженерно-технічних засобів і методів виявлення й нейтралізації джерел загроз безпеці компанії.

Фундаментом для створення системи захисту інформації є стандарти організації – документи, в яких сформульовані принципи і основні положення політики підприємства в області інформаційної безпеки. Розроблено посадова інструкція фахівця із захисту інформації та пам'ятка для працівника компанії щодо захисту комерційної інформації.

Отримало подальший розвиток методичні підходи до формування організаційних підсистем системи захисту інформації як підґрунтя для прийняття надійних управлінських рішень, які, на відміну від існуючих, базуються на впровадженні положень міжнародного стандарту захисту інформації AlienVault Unified Security Management.

Бібліографічні посилання

1. Лапінська Є.І. Зарубіжний досвід захисту інформації у сфері підприємництва та його використання в Україні. Держава та регіони. Серія Право. 2019. №3 65. С. 174-177.
2. Ахрамович В.М., Амелькін С.В. Система захисту інформації приватного підприємства. організація служби захисту інформації приватного підприємства. Сучасний захист інформації. 2019. №1(37). С. 21-27.

Костюченко С.Г.

Студент

Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана

Бойченко К.С.

доцент кафедри бізнес-економіки та підприємництва, к.е.н.

Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана

БІЗНЕС-ІНКУБАТОРИ ЯК ІННОВАЦІЙНА ФОРМА ПРИСКОРЕННЯ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНОГО СЕРЕДОВИЩА

На сьогоднішній день з метою забезпечення соціально-економічного розвитку України та надання можливості швидкого бусту розвитку підприємництва після війни є необхідним розширення сектору малого підприємництва. За для досягнення цієї мети вкрай необхідно використання такого інституту як спеціалізовані організації інноваційної форми створених з метою всебічної підтримки господарської діяльності – бізнес-інкубаторів.

Просліджується низький рівень інноваційної активності для національної економіки та низька частка малого бізнесу у процесі формування ВВП країни, з метою подолання та зміни становище є необхідним створення таких організацій.

Спочатку для розуміння процесу функціонування бізнес-інкубаторів необхідно визначитись з поняттям цього явища.

На думку бізнес експертів, з якими можливо ознайомитись в публічному просторі бізнес інкубатори являють собою каталізатор процесу створення і розвитку підприємства. Під час своєї діяльності бізнес-інкубатор надає підприємцям необхідну їм підтримку у проведенні господарської діяльності у вигляді надання спеціалістів, повідомлення про наявні інструменти ведення бізнесу, створення зв'язків, які будуть необхідними при початку господарської діяльності та будуть ефективними для успішного розвитку суб'єкта господарювання у майбутньому [1, с. 2].

Дещо ширше визначення цього явища пропонує Латвійське агентство інвестицій і розвитку, котре вважає, що бізнес-інкубатор – це найбільш ефективний інструмент, котрий покликаний підтримати на початковому етапі перспективні малі та середні за розміром підприємства, котрий забезпечує для підприємців сприятливі умови старту шляхом надання на пільгових умовах приміщення для здійснення виробництва, а також офісні приміщення, надає послуги з офісного обслуговування, консалтингу та навчанні персоналу [2].

Необхідно зауважити, що найбільш вдалим та всебічним є визначення бізнес-інкубатора наведене в нормативних документах Української асоціації бізнес-інкубаторів та інноваційних центрів (УАБІЦ) відповідно до якого бізнес-інкубатор – це форма організованих господарських комплексів, які направлені на підтримку новостворених підприємств шляхом надання виробничих та офісних приміщень для ведення підприємницької діяльності, офісного обслуговування і послуг щодо ведення бізнесу (консалтинг з фінансових, правових, технічних

та організаційних питань), а також надання допомоги в пошуках фінансування [3].

Враховуючи наведені думки можна дійти висновки, що з практичної діяльності можливо виокремити два різновиди бізнес-інкубаторів:

- ті, що здійснюють свою діяльність як незалежні самостійні структури;
- ті, що є центральним структурним елементом технопарку.

Підтримку даного підходу можливо отримати також і в нормативно-правовій базі України, а саме в Постанові Кабінету Міністрів України «Про затвердження Порядку реєстрації організацій, діяльність яких спрямована на задоволення потреб суб'єктів малого та середнього підприємництва», яка виділяє дві категорії бізнес-інкубаторів:

1. бізнес-інкубатор – організація, яка здійснює діяльність з надання на певних умовах і на певний час спеціально обладнані приміщення та інше майно суб'єктам малого та середнього господарювання, що розпочинають свою діяльність, з метою сприяння у набутті ними фінансової самостійності.

2. інноваційний бізнес-інкубатор – спеціалізований бізнес-інкубатор, в якому створенні умови для розроблення і застосування суб'єктами малого та середнього господарювання інноваційних технологій [4].

Однак необхідно зауважити, що дана Постанова втратила чинність 10.12.2012 року, що підтверджує напрямок держави саме в концентрації діяльності бізнес-інкубаторів на інноваційній діяльності, бо в Наказі Державного комітету України з питань науки, інновацій та інформатизації № 150 від 27.12.2010 «Про затвердження примірних статутів та методичних рекомендацій» міститься визначення лише інноваційного бізнес-інкубатора (ІБІ), який визначається як суб'єкт інфраструктури підтримки суб'єктів малого підприємництва, які займаються інноваційною діяльністю (здійснюють впровадження інноваційних ідей та винаходів на початкових етапах їх комерціалізації і реалізують на цій основі інноваційні проекти), що здійснює підтримку підприємців на ранній стадії їх діяльності шляхом надання в оренду нежитлових приміщень і надання консультаційних, бухгалтерських, юридичних та інших послуг [5].

Також заслуговує на увагу початок руху в цьому напрямку з боку держави, який підтверджується тим, що 01.01.2022 року набрав чинності Закон України «Про внесення змін до Податкового кодексу України щодо стимулювання розвитку цифрової економіки в Україні», який передбачає низьку заходів щодо стимулювання розвитку ІТ-індустрії, зокрема, спеціального режиму оподаткування резидентів Дія Сіті, що відповідатимуть передбаченим Законом України «Про стимулювання розвитку цифрової економіки в Україні» вимогам та будуть включені до спеціального реєстру.

Підсумовуючи наведену інформацію доходимо до висновку, що з метою пошуку потужних інструментів для підвищення ефективності розвитку підприємства в сучасних умовах є необхідне розвивати інноваційне середовище та використовувати інструменти допомоги у розвитку підприємства, котрі гарантовано показують ефективність свого існування, а також дозволить зберегти висококваліфікованих спеціалістів, які будуть вимушені шукати роботи в наслідок війни через те, що достатньо звужиться приватний сектор економіки та надавати кваліфіковану допомогу підприємцям, котрі будуть мати бажання відновлювати економіку країни в післявоєнні часи.

Бібліографічні посилання

1. Гречаник Б.В. Інвестиції, інновації в економіці. – УДК 334.012.64 – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://chtei-knteu.cv.ua/herald/content/download/archive/2012/v3/NV-2012-v3_16.pdf
2. Офіційний сайт Латвійського агентства інвестицій і розвитку (LIAA) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.liaa.gov.lv>
3. Офіційний сайт Української асоціації бізнес-інкубаторів та інноваційних центрів (УАБІЦ) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.novekolo.info>
4. «Про затвердження Порядку реєстрації організацій, діяльність яких спрямована на

задоволення потреб суб'єктів малого та середнього підприємства»: Постанова Кабінету Міністрів України від 21.05.2009 року № 501 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ligazakon.ua>

5. «Про затвердження примірних статутів та методичних рекомендацій»: Наказ Державного комітету України з питань науки, інновацій та інформатизації від 27.12.2010 року № 150 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0150822-10#Text>

Орленко О. М.

ст. викладач, к.е.н.

Одеський національний економічний університет

ІНТЕРНЕТ-ПІДПРИЄМНИЦТВО – НЕВІД'ЄМНА СКЛАДОВА СУЧАСНОЇ ЕКОНОМІКИ

Світовий обсяг продажів у e-commerce щорічно збільшується і у 2021 р. 20% покупок у світі було зроблено через Інтернет. Якщо звичайні продажі зросли лише на 1% за рік, то в інтернеті вони збільшилися на 24% [1]. На думку експертів компанії IBM, пандемія прискорила перехід від офлайну до інтернет-магазинів приблизно на п'ять років. Магазины, які раніше працювали лише в офлайні, почали освоювати інтернет. Це сприяло появі нових ніш та розширенню аудиторії покупців. Наприклад, стала поширеною покупка продуктів в Інтернеті, хоча раніше це здійснювалося в основному офлайн.

В деяких країнах онлайн-ринок вже зараз наздоганяє за показниками роздріб. В Китаї, наприклад, цей сегмент становить 50% роздрібною продажу, у Південній Кореї він наближається до 30%, у США становить 15%, у Західній Європі — 13%. Близько половини онлайн-покупок відбувається через мобільні додатки [2].

За результатами програми USAID «Конкурентоспроможна економіка України», з початку пандемії коронавірусу обсяг вітчизняного ринку e-commerce зріс на 41%, що є найвищим темпом зростання у Центрально-Східній Європі. Частка національної e-commerce становить 2,6% ВВП України, це більше, ніж у Латвії (1,1%), Угорщині (1,4%) [3].

Водночас, рівень витрат на e-commerce в Україні залишається відносно низьким порівняно з іншими країнами рис. 1 [3].

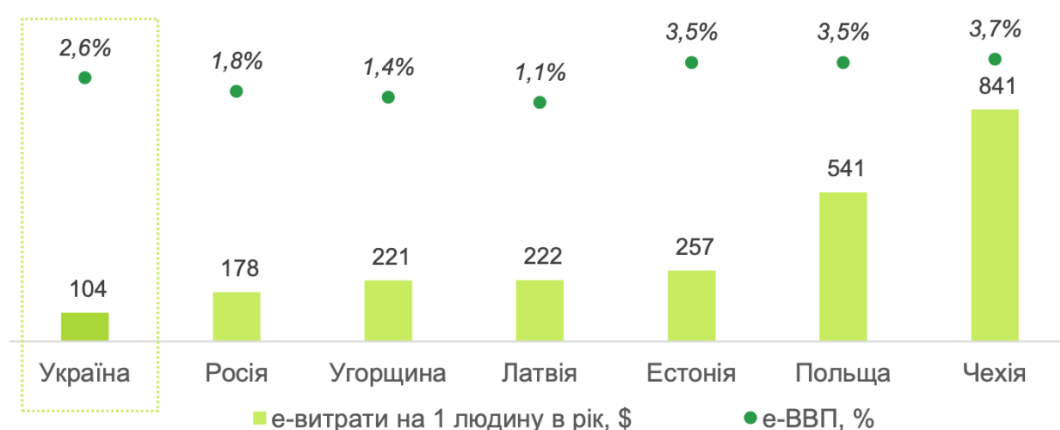


Рис. 1. Обсяг витрат 1 людини на e-commerce та рівень e-GDP в Україні та країнах Східної Європи.

Серед основних факторів, що вплинули на зростання Інтернет підприємництва в нашій країні виділяють збільшення рівня проникнення Інтернету та кількості користувачів

смартфонів, обмеження, пов'язані з пандемією коронавірусу, а також зростання довіри до цифрових платіжних систем.

Бібліографічні посилання:

1. Електронна комерція в Україні 2021. URL: <https://horoshop.ua/ua/blog/e-commerce-2021-v-ukraine/> (дата звернення: 23.04.2022)
2. Вінцковська Ю. Е-commerce чи E-commerce: що це та який варіант правильний URL: <https://mk-translations.ua/ua/blog/ecommerce-chi-e-commerce-shho-ce-ta-yakij-variant-pravilnij/> (дата звернення: 23.04.2022)
3. [Большое исследование рынка e-commerce в Украине.](https://ain.ua/ru/2021/07/04/bolshoe-issledovanie-rynka-e-commerce-v-ukraine/) URL: <https://ain.ua/ru/2021/07/04/bolshoe-issledovanie-rynka-e-commerce-v-ukraine/> (дата звернення: 23.04.2022)

Agnieszka Młodzińska-Granek

PhD, associate professor

SWPS University of Social Sciences and Humanities (Poland)

Olha Maliarchuk

PhD, associate professor

Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman (Ukraine)

SOCIAL INNOVATIONS AS NEW SOLUTIONS TO CURRENT AND FUTURE GLOBAL PROBLEMS: KEY CHALLENGES AND OPPORTUNITIES

The last two decades of the 21st century are marked by a slight shift to such an unambiguous narrative - the importance of social innovations. These innovations are aimed at solving current and future social, economic and environmental problems. In order to address the challenges we should take into account the main features of the knowledge economy such as multidisciplinary, development of exponential organizations, and digitalization. New innovative ideas aim to solve customer needs to gain competitive advantages in a VUCA (Volatility, Uncertainty, Complexity, Ambiguity) world in terms of achieving sustainable development goals. Until now, technological innovations played a key role among others in shaping innovation policies. However, despite the growing understanding of the importance of social innovations the systematic theoretical framework has not yet been developed.

Therefore, the research on social innovation still needs to be systematized, especially determination of their characteristics and measuring the impact. The theories of innovation are most often developed within the framework of economic sciences and referred directly to enterprises. Joseph Schumpeter (1960) associated the company with entrepreneurship and innovation. Oskar Lange (1973) recognizes the economic impact of innovation as dependent in the way it affects the marginal efficiency of the input of the production and the marginal cost of the product [1]. Moreover, the investigations on innovations so far have been focusing mainly on economic and technological aspects. Technological innovation has become, and still is, as the central issue for analysis in the research works. The question is: do we need new technological solutions today without specifying why we are producing them?

We are certainly dealing with a social change. There is a growing awareness that social innovation is not only a coincidence, but it is the greater value to technological innovation. This new way of thinking is part of a process of social change in which there is an understanding that the development of new technologies must be aimed at meeting specific global needs related to the need to improve the quality of life.

Social change is a change that occurs in the system or changes the entire system. The very notion of change consists of three elements: (1) difference, (2) at different points in time, (3) in terms of the system itself [2]. The idea of progress (that is, the idea of change by which societies thrive) only makes sense when there is a change in the entire system (and not just within the separate elements

of the system). The key elements of such change are units that influence the structures within which they operate. Progress is a development process that leads to the expected results: the development of social values that are important to society.

The active society concept is based on a link to progress today, not within a vision of the future. Progress defines an active society that becomes such if specific premises emerge, such as: creative individuals generating change; social structures that allow creative activity (open, flexible); positive attitude of individuals to tradition; optimistic vision of individuals about the future (strategic thinking, anticipation, long-term planning, or constant readiness to create and implement changes).

At the same time, it is not always individuals who generate change. Sometimes it's a matter of random decisions and actions. According to one typology, there are six types of factors that trigger change: (1) innovative individuals, (2) innovative roles, (3) innovative organizations, (4) new social groups, (5) social movements, (6) ordinary people.

The social change towards a new paradigm of social innovation and its importance for the entire system relies on all these elements. Importantly, according to the neo-institutionalism of the network, common goals and values are “kind of glue” that can ensure the stability of this network, but at the same time, the negotiation process between individual entities is constantly ongoing. It is up to the preferences of individuals to determine what structure a given network will ultimately adopt.

According to the definition of Organization for Economic Cooperation and Development, “social innovation refers to the design and implementation of new solutions that imply conceptual, process, product or organizational change, which ultimately aim to improve the welfare and wellbeing of individuals and communities”[3]. The authors emphasize the fact that “social solutions often require the active collaboration of constituents across government, business, and non-profit organizations”[4]. Moreover, social innovations support social progress through overcome social and environmental issues by developing and deploying effective solutions. Let's consider two case studies of social innovations implemented by start-ups in Poland and Ukraine. The first company is Syntoil SA, a company founded in 2015 in Poland. The company processes, in an environmentally friendly manner, used tires - into material ready for re-use (carbon black). It is a social innovation because it is an implemented solution based on a scalable business model and a technological component, and solves specific social problems - in this case, the problem of environmental pollution. The company pursues sustainable development goals, such as climate action, responsible production and consumption. The second one – Ukrainian startup “Inclusive kitchen”. The company aimed to make healthy and wholesome food (based on special diet) created by young people aged 16 to 35 with physical and mental disabilities. In this case, the company also bases its solution on process innovation (some technology) and focuses on improving the life of people with disability and helps to ensure healthy lives for all.

Based on the explored study results of the researchers, we can sum up the following findings: social innovations are characterized by a multidisciplinary approach, resulted to satisfy current social needs and require the involvement of all stakeholders developing solutions to complex problems.

In conclusion, on the basis of the analysis carried out, we can summarize the following challenges and opportunities for social innovation:

- 1) *research*: knowledge about social innovations is still not systematized, there is a need to further develop research in this field;
- 2) *social sciences and humanities* - so far marginalized in the context of (technological) innovations, today they can play a key role in generating social innovations, which are innovations of the future;
- 3) it is important to create *interdisciplinary* and *multidisciplinary teams*, due to which it will be possible to combine knowledge and competences from various disciplines in order to create innovations that improve the quality of life;
- 4) there is a need to further develop *entrepreneurship education* in the field of humanities and social sciences - so that it is possible to create social innovations on a global scale;
- 5) there are still no *effective methods and tools* that would allow for measuring the social impact.

Bibliographic references

1. G. Musiał, I. H. Chrzanowski, Schumpeter-Lange-Galbraith, Innowacje w teorii i praktyce, Studia ekonomiczne. Zeszyty naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach, nr 362, 2018, s. 47.
2. P. Sztompka, Socjologia zmian społecznych, Wydawnictwo Znak, Kraków 2010, s. 20. Social innovation: Electronic resource. Access mode <https://www.oecd.org/regional/leed/social-innovation.htm>
3. Sarah A. Soule, N.Malhotra, Bernadette Clavier. What Is Social Innovation? Electronic resource. Access mode: <https://www.gsb.stanford.edu/experience/about/centers-institutes/csi/defining-social-innovation>

Oksana Shkolenko – candidate of Economic Sciences, Associate Professor of the Department of Economics and business technology,
Bohdan Oleksiienko – student
National Aviation University (Kyiv, Ukraine)

FEATURES OF IMPLEMENTATION AND DEVELOPMENT OF STARTUP MOVEMENT IN UKRAINE

In fact, the spread of the start-up movement is becoming an important factor in the country's innovative development and its technological renewal in the current difficult economic and political situation in Ukraine. By solving actual problems, startups develop new technologies, introduce innovations, thereby increasing the progress of society.

It is those projects that are created not by professionals, but by real innovators, the purpose of which is to realize their potential, that become relevant for the development of the Ukrainian economy. Without the activation of the start-up movement, it is impossible to solve the economic problems that are typical for our country.

Despite the noticeable positive features of bringing innovative ideas to life, many potentially successful brilliant startups do not find their embodiment in the real world. For their successful implementation, it is necessary to overcome many different obstacles.

The main problem faced by young entrepreneurs both in Ukraine and around the world is, in fact, the problem of financing. To embody any idea and bring it to the required state, the idea itself is not enough. It doesn't matter how brilliant it is, because, in any case, resources are needed to implement it.

Financing startups is a rather problematic issue in the financial market of Ukraine, since it is very difficult to raise money for the development of a new company, due to the high risk of non-return [3]. To provide financial assistance for the implementation of a startup, there are various competitions to determine the best project. Competition winners are helped to move into the market. They receive help from private venture investors - business angels or various venture funds.

In addition to direct financing, venture funds actively contribute to all necessary assessments and studies, audit projects, which also has a very positive effect on their level of viability. However, Ukraine is characterized by the creation of various venture funds in order to optimize taxation, which, of course, do not contribute to the development of innovative ideas. But, unfortunately, even despite the brutal competitive selection, about 90% of all startups implemented in life turn out to be unprofitable and liquidated, even before reaching the growth stage [2].

In addition, a rather difficult situation has developed in Ukraine today. On the one hand, there is a large number of various potentially successful start-ups, the implementation of which requires the attraction of investments.

In Ukraine, investment companies are ready to finance projects only at subsequent stages of growth, when the most risky and difficult stage of the start has already been passed; banks do not

want to finance projects from scratch; in most cases, venture funds are interested only in high-tech projects.

In addition to the problems of the difficulty of finding sources of financing, the prospects for the development of the start-up movement in our country are further constrained by the influence of others that are specific to Ukraine.

One of the main problems in the development of startups in Ukraine is the lack of proper support from the state. Today, Ukrainian legislation is generally not adapted to work with start-ups, the venture investment market and their respective development. At the legislative level, there are no initiatives for the implementation of innovative ideas. That is, the state does not at all stimulate young entrepreneurs to develop start-ups in the country. Legislation usually, instead of providing motivation, becomes a barrier to innovation. An important drawback of state regulation of the development of the innovation sphere is that it not only does not contribute to an increase in the sources of financing of innovative ideas, but it counteracts the attraction of non-budgetary funds and excludes the possibility of forming special, including departmental funds for financing various innovative projects and programs [1].

Most of the startups implemented in Ukraine are in the segment of information and computer technologies. These are areas such as the provision of online services, e-commerce, and so on. It is the ease of organizing such a startup that becomes the main reason for their predominance in the innovation movement.

Ukrainian companies almost never buy start-up projects ready for scaling. Most domestic corporations very rarely use and implement innovative activities, and at the same time prefer to use internal resources, which are very limited [2]. This is one of the reasons for the low technological development of Ukrainian industry. Low innovative activity leads to a relatively low technological level of products and, accordingly, low value added.

The following main reasons for the lack of demand for startups from Ukrainian corporations can be cited:

- lack of funds;
- high risk of further expansion;
- lack of market incentive or potential;
- almost complete lack of state support in the field of information entrepreneurship.

Another important problem in the development of the start-up movement in Ukraine is the migration of new businesses outside the country. Young entrepreneurs consider the US or European countries to be the best environment for developing their business. To do this, they introduce their business ideas abroad.

Representatives of innovative entrepreneurship among the obstacles to the activity of start-ups point out macroeconomic instability, raiding and constant searches in IT companies. Therefore, agreements on investing in domestic start-ups are not made publicly. According to the index of economic freedom, Ukraine ranks 162, which indicates its low level (violation of the rule of law; low level of investment freedom; outdated and contradictory provisions of the Labor Code of Ukraine, as well as emigration and aging of the population; a high number of state-owned enterprises does not allow the development of private sector; high level of corruption in the country; strong tax burden)[4]. The index of economic freedom of Ukraine is the lowest in all of Europe.

So, summing up, we can say that the main problems in the development of the start-up movement in Ukraine are the problem of finding sources of financing and the lack of favorable lending conditions, the lack of state support for innovative business, the high riskiness of projects, not even at the initial stages, the outflow of innovative business abroad, the lack of favorable investment climate, narrow specialization of start-ups, weak infrastructure between start-ups and investors, general macroeconomic instability, as well as underdeveloped economic thinking of Ukrainians. All this hinders the development of the start-up movement and hinders the technological renewal of the state.

But, despite the large number of obstacles, the creation of a global company in Ukraine is still possible. There are venture funds and investment companies, business angels and serial innovative

entrepreneurs, business incubators and accelerators ready to support interesting start-up projects. The most priority sectors of innovative development in Ukraine are healthcare, information and computer technologies, mobile technologies and telecommunications, development of biotechnologies, alternative energy and environmental protection, housing and communal services and industry. The introduction of start-up ideas in these industries will be most in demand in Ukraine and will bring more benefits to the economic and social life of people not only in our state, but throughout the world.

Bibliographic references

1. Davidov M. V. (2008) Shlyakhy orhanizatsiyno-finansovoho zabezpechennya innovatsiynoho protsesu na pidpryyemstvakh Ukrayiny [Ways of organizational and financial support of the innovation process at the enterprises of Ukraine.] *Actual problems of economy*. №4(82). pp. 130–134
2. Kravchenko M. O. (2017). Analiz problematyky rozvytku startap rukhu v Ukrayini.[Analysis of the problems of startup movement development in Ukraine.] *Collection of scientific works "Modern approaches to enterprise management"* №2. pp. 177-186.
3. Kravchenko M. O. (2016). Rozvytok startap kompaniyi na osnovi spivrobitnyts'koho pidkhodu. [Development of a startup company based on a collaborative approach.] *Intellect XXI: scientific economic journal*. Issue 5. pp. 75-79
4. Kurchenko O.O. (2016). Stanovlennya ta rozvytok startapiv v Ukrayini: problemy ta shlyakhy vyrishennya [Formation and development of startups in Ukraine: problems and solutions]. *Ukrainian society*. No2(57). pp. 80-87.
5. Popko O. V. Mal'chuk M. V. (2014). Suchasna paradyhma startapiv u biznesi. [Modern paradigm of startups in business.] *Bulletin of the National University "Lviv Polytechnic"*. №811. pp. 275-279.

Holinko O.

Alekseiev M.A., scientific supervisor
Dnipro University of Technology, Ukraine

THE USE OF INFORMATION TECHNOLOGY TO INCREASE THE PRODUCTIVITY OF FIXED ASSETS

The rapid development of new technological tools, software products, electronic and communication networks determine the prospects for the development and implementation of information technology in enterprises. Modern enterprises use information technology in their work to solve various types of problems from operational management of the enterprise to help in making management decisions. The realities of modern business determine that the development of information technology directly affects the growth of business performance of enterprises. Therefore, the introduction of information technology opens up a wide range of competitive opportunities.

Technology, as a strict scientific concept, means a certain set of scientific and engineering knowledge embodied in the means, sets of production and material factors of production, the means of combining them to create a product or service. The modern understanding of the term "technology" is inextricably linked with the mechanization of a production or social process, which involves its technologicalization that corresponds to modern scientific, technical and engineering knowledge. Information technology means a set of methods for collecting, storing, transmitting, processing and outputting information, which are combined into a single process to solve certain problems based on the use of technical means specific to a certain level of science and technology [1].

There are a large number of companies that use grinding materials, which plays an important role in many industries. For example, in the nuclear industry it is thorium materials, in chemistry it is plastics, natural and artificial resins, rubber, in the mining industry it is graphite, bentonite, phosphates, in pharmacy it is a medicinal plant, penicillin and many other industries.

Various crushers and mills are used for this purpose. Among the different types of mills that are used to produce crushed products should be noted jet mill. It has a number of advantages over other mills, first of all low grinding temperature and high purity of the crushed material.

Jet mill is a type of mill used to produce ultrafine products by dry method. Grinding occurs when particles of material collide, which are accelerated by air currents or high pressure steam.

Currently, acoustic signals are increasingly used to control the grinding process [2]. Spectral methods and wavelet analysis methods are used to highlight the information features of the acoustic signals of mills. The difficulty of signal classification is that this acoustic signal is non-stationary [3].

In this paper we propose to consider the effectiveness of information technology to increase the productivity of fixed assets on the example of the use of information technology that uses fractals to determine the state of the jet mill for acoustic noise that occurs during its operation.

The aim of the work is to study the possibility of using information technology that uses fractal analysis of the acoustic noise of the jet mill to ensure more effective control of its condition, which in turn increases productivity

What are fractals? A fractal is a complex geometric figure that has the property of self-similarity, ie composed of several parts, each of which is similar to the whole figure as a whole. The word "fractal" was coined by Benoit Mandelbrot in 1975 to refer to the irregular but self-similar structures he worked on. Looking at the results of noise measurements, Mandelbrot drew attention to one strange pattern - noise graphs on different scales looked the same. An identical picture was observed regardless of whether it was a graph of noise in one day, week or hour. It is necessary to change the scale of the graph, and the picture was repeated every time [4].

At the same time, when analyzing the acoustic noise of the jet mill, we can also see a pattern that the noise graphs at different scales look very similar (Fig. 1). Based on this, it can be argued that the results of noise measurements have fractal properties [5]. Which allows you to use them for current monitoring of the state of jet mills.

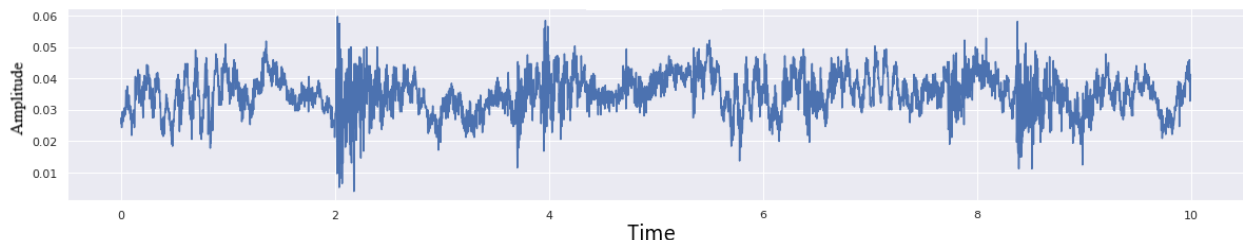


Figure 1. Graph of jet mill acoustic noise

Conclusions.

The process of formation of the information society and the rapid development of information technology has led to the fact that over the past few years, businesses have begun to apply with great intensity a variety of information technology solutions in the process of their lives. The proposed information technology allows you to monitor the current state of the proposed fixed assets at the expense of which you can ensure their optimal mode of operation, which leads to increased productivity. Therefore, the introduction and effective use of information technology to increase the efficiency of fixed assets of the enterprise becomes its competitive advantage, because it provides a level of productivity.

Bibliographic references

1. Olugbode M., Richards R. & Biss T. The role Of Information technology in achieving then organization s strategic development goals: A case study / Information system 32 2007.
2. Pilgrim I., Taylor R. - Fractal Analysis of Time-Series Data Sets: Methods and Challenges. Intech Open 2018.

3. Clark, N. - Analyzing the Fractal Dimension of Various Musical Pieces. Industrial Engineering Undergraduate Honors Theses Retrieved from <https://scholarworks.uark.edu/ineguht/74> 2020
4. Makabe Y.; Muto K. - Application of fractal dimension to the evaluation of environmental / Inter-noise 2014
5. Holinko O. The use of fractals in the analysis of acoustic signals of the jet mill / The 17th International Forum for Students and Young Researchers "WIDENING OUR HORIZONS", 2022

Svitlana A. Us

Professor, Ph. D (Phys.-math.), Associate Professor

Svitlana V. Predko

Student of groupe 124-20M-1

Dnipro University of Technology, Dnipro

ANALYSIS AND FORECASTING OF SALES IN SOCIAL NETWORKS

Over the last 5 years, social networks, bulletin boards and messengers have become popular for shopping. Therefore, many companies have begun to implement their brand through various social networks. Among the many options very popular today is Instagram.

Instagram is a social network that is ideal for sales. Its main content is photos. The text that accompanies them, the user will read if the photo interests him. In this way, the Instagram page becomes a showcase for goods and services. With the help of such a page you can show: the competence of the company; expertise in the field in which she works; staff; people behind the company; work of the company in real time - with the help of live broadcasts; advantages of potential buyers - when conducting audience surveys in "Stories"; store promotions - also with the help of the "Stories" functionality, which are fixed in the header of the page. The expediency of using a certain network for sales and further development of this area, you can find out using modern methods of analysis and forecasting.

Note that the analysis of sales is the most important in the company's activities because sales, completing the turnover of the company, provide reimbursement and fulfillment of obligations to the budget and extra-budgetary funds, banks for loans, suppliers and creditors, payment of staff members. Proper sales forecasting is one of the most important concepts for the success of almost any company.

Faced with a huge range of goods, changing demand, the entrepreneur (analyst) must analyze the available series, determine the required level of detail and build a forecast with an acceptable degree of accuracy. Forecasting can be carried out as a whole on the network, and in a particular region, outlet, for a given product or a particular segment of goods. Qualitative forecasting requires sufficient factual material (data), time, computing and human resources. Therefore, in conditions when the range is large, forecasting all types of goods can be impractical and extremely costly.

The following algorithm is proposed for analysis.

1. Conducting an analysis to investigate the feasibility of using this platform for sales.
2. Conducting ABC and XYZ analysis to identify the groups of goods that give the most profit and have a stable demand (group AX).
3. For goods of group AH the demand analysis is carried out and the forecasting method which corresponds to characteristics of the available data set is chosen.
4. Demand forecasting is carried out and recommendations and measures are formulated to ensure the availability of this group of goods for sale.
5. For goods that have little impact on profits or are not in steady demand (groups CZ) research is also conducted to identify trends and make appropriate recommendations for the promotion of these goods, or possibly exclude them from sale.

The proposed algorithm was implemented to analyze the sales of Twins LLC. Analysis of sales on Instagram showed that in recent years the number of sales in this network has increased and

amounted to 149.93% of the planned volume. Based on an analysis of 25 product groups, it was found that most profitable goods are in volatile demand. The analysis of sales showed seasonal fluctuations, so methods, which is considering this fact, were chosen for forecasting. This allowed us to make a quality forecast and provide recommendations for improving the ordering system.

Ружина А.С., Лапко А.В.,
студентки гр. 076-18-1

Національний технічний університет «Дніпровська політехніка»

Чорнобаєв В.В.

*доцент кафедри прикладної економіки, підприємництва
та публічного управління, к.е.н., доцент*

Національний технічний університет «Дніпровська політехніка»

ПЛАН ВІДНОВЛЕННЯ ЕКОНОМІКИ ТА ІНФРАСТРУКТУРИ УКРАЇНИ У ПІСЛЯВОЄННИЙ ЧАС ЗА АНАЛОГІЄЮ ДО ПЛАНУ МАРШАЛЛА

На сьогоднішній день актуальним постає питання формування плану щодо відновлення економіки та інфраструктури України у післявоєнний час. Здійснивши аналіз відкритих інформаційних джерел, встановлено, що країни ЄС готують для України план відновлення економіки та інфраструктури за аналогією до плану Маршалла, який в свій час, після Другої світової війни, допоміг Західній Європі відродити економічну систему. Данну інформацію підтвердив президент України Володимир Зеленський: "Буде новий план Маршалла для України. Захід сформує цей пакет підтримки. Світ говорить про Україну, допомагає та готується допомагати відбудувати після війни" [1].

На думку прем'єр-міністра Польщі Матеуша Моравецького, найбагатші країни мають докласти зусиль відбудови України оскільки саме вони, за його словами "проспали момент, коли можна було зупинити російську агресію".

Доказом допомоги країн світу є: оприлюднення Європейською Комісією інструкції для країн-членів ЄС щодо допомоги українським біженцям; надання житла для мільйонів українських тимчасово вимушених переселенців; Гаазький Міжнародний суд ООН зобов'язав Росію негайно призупинити воєнні дії в Україні. Однозначно, план відбудови економіки у майбутньому перетвориться у план інтеграції України в ЄС. Він повинен складатися з кількох основних блоків [2].

Правильно розроблений «План Маршалла» для України у післявоєнний час дозволить не тільки відновити зруйноване, а й перейти від економіки аграрно-сировинного типу до виробництва товарів з високою доданою вартістю. У свою чергу, дана структурна зміна позитивно вплине на збільшення національний доходу і рівень життя громадян в країні.

Трансформація енергетичного сектору. Найбільша слабкість української економіки з точки зору національної безпеки – енергетична залежність від країни-агресора. Позбавлення від російської залежності потребує не тільки нарощування власного видобутку нафти, газу, вугілля, а й нових технологічних рішень, насамперед – перехід до альтернативних та відновлюваних джерел енергії. Сучасні технології пропонують два напрямки вирішення проблеми: для короткочасного накопичення енергії – це батареїні накопичувачі (BESS), для довгострокового накопичення – це водень. Водень, крім того, є найбільш перспективною альтернативою бензину та дизелю як паливо для транспорту. Потреби української енергосистеми в батареїних накопичувачах настільки величезні, що є сенс в налагодженні їх місцевого виробництва. Не варто забувати про таке традиційне джерело енергії, як біомаса: відходи рослинництва в нашій аграрній країні можуть замінити мінімум десять мільярдів кубометрів природного газу на рік, крім того, вартість енергії з біомаси нижча, ніж з природного газу.

Новий формат залучення інвестицій. Важливим є після війни створити механізм фінансування, який не консервує структуру економіки, а змінює її. Рекомендується створити державний орган, який має визначати перспективні напрямки та проекти, розробляти та втілювати довгострокові плани розвитку. Чому ми вважаємо це доречним зауваженням? Так як країни заходу планують інвестувати у розвиток нашої держави, то визначивши перспективні напрямки та проекти, Україна зможе доцільно розпорядитися інвестованими коштами.

Для експортної спроможності оборонна промисловість України повинна отримати доступ до західних технологій, що реально тільки через військово-технічного співробітництва з такими партнерами як США та Велика Британія.

Отже, підводячи підсумок, рекомендовано виділити чотири основні блоки, щодо плану відбудови країни: гуманітарний, інфраструктурний, технологічний та інвестиційний. Післявоєнна ситуація надасть шанс якісно змінити економіку України.

Потребується нового державного апарату управління, відокремленого від поточних проблем відбудови зруйнованого. Доцільно звернути основну увагу на сектор економіки, а саме енергетику. Потрібний перехід за рахунок новітні технологічні рішення (біомаса, біотехнології водню, нові АЕС, батарейні накопичувачі, тощо).

Однією із основних задач є перехід на виробництво товарів високою доданою вартістю, про яку неодноразово наголошують провідні українські економісти та президент Української асоціації римського клубу Віктор Галасюк у своїх працях [3].

Одночасно, перехід на високотехнологічні виробництва треба починати з оборонної промисловості з активізацією використання технологій подвійного застосування забезпечить їх оптимізацію при виробництві продуктів військового призначення і майбутнього їх використання в цивільних сферах, а також можливий зворотній напрямок переорієнтації цивільних галузей, що виробляють споживчі товари, на випуск продукції військового призначення. Таким підхід прискорить зацікавленість підприємницьких суб'єктів у раціональному та ефективному використанні економічних ресурсів, а приведе до зниження витрат на одиницю продукції [4].

Бібліографічні посилання

1. "План Маршалла" для України: как нам помогут с экономикой после войны [Електронний ресурс]. – Режим доступу: URL <https://economics.segodnya.ua/economics/enews/vosstanovlenie-infrastruktury-spisanie-dolgov-garantii-investiciyu-i-perenos-proizvodstva-kakim-mozhet-byt-plan-marshala-dlya-ukrainy-1607780.html>
2. Яким має бути "План Маршалла" для України після війни [Електронний ресурс]. – Режим доступу: URL <https://www.epravda.com.ua/rus/columns/2022/03/11/683811/>
3. Конференція Римського клубу в Unit.City: що радить Україні глобальна еліта [Електронний ресурс]. – Режим доступу: URL <http://www.clubofrome.org.ua/konferentsiya-rimskogo-klubu-v-unit-city-shho-radit-ukrayini-globalna-elita/>
4. Чорнобаєв В. Вплив фактору конкуренції в інноваційному процесі на економічне зростання. Економічний вісник. 2015. № 3. С. 42-49 URL: https://ev.nmu.org.ua/docs/2015/3/EV20153_042-049.pdf (дата звернення: 11.04.2022).

Вагонова О.Г.

*завідувачка кафедри прикладної економіки, підприємництва та публічного управління
д.е.н., професор*

Національний технічний університет «Дніпровська політехніка»

Нестерова Л.Г.,

*асистент кафедри прикладної економіки, підприємництва та публічного управління,
Національний Технічний Університет «Дніпровська Політехніка»*

ОЦІНЮВАННЯ ЕКОЛОГІЧНИХ ТОВАРІВ ТА ПОСЛУГ

Споживачі товарів та послуг все більше опікуються їх екологічністю, тому зростає попит на органічні продукти харчування та екологічно чисту продукцію промисловості.

Завдяки екологічно орієнтованому менталітету споживачів сформувався екологічно відповідальна поведінка підприємств-виробників у розвинених країнах. Це проявилось у

виникненні органічно чистої продукції, що не містить генно-модифікованих добавок, зняття з виробництва шкідливих миючих засобів і побутової хімії, що мали в своєму складі фосфати та ін. Попит на екологічно чисту продукцію пов'язаний також з рівнем інформованості споживача щодо якості такої продукції, переваг для здоров'я, збереження працездатності, тривалості життя тощо. У зв'язку з цим, виробник екологічно чистої продукції має прикласти зусилля для реклами, апробації, опитування споживачів екологічно чистої продукції з тим, щоб споживачі усвідомили свої вигоди як від споживання, так і утилізації екологічно чистої продукції [1].

І. С. Скороход [2] зазначає, що протягом останніх десятиліть європейський ринок екологічних товарів та послуг динамічно розвивається. Важливою складовою розвитку ринків окремих країн-членів ЄС є впровадження локальних програм сертифікації та стандартизації. В Україні ринок екологічних товарів і послуг має тенденцію до зростання, що робить його привабливим для європейських споживачів. Попит на екологічну продукцію, що вироблена в Україні, росте швидше, ніж пропозиція. Таким чином, Україна може стати перспективним експортером екологічних товарів і послуг у майбутньому.

Надійним орієнтиром для вибору товарів та послуг з поліпшеними характеристиками щодо їх впливів на стан довкілля та здоров'я людини виступає екологічне маркування, що відповідає принципам та методам міжнародних стандартів серії ISO 14020 і вказує на певні екологічні характеристики чи переваги товарів та послуг.

Застосування екологічного маркування було рекомендовано ще на Всесвітній конференції ООН з навколишнього середовища і розвитку у Ріо-де-Жанейро у 1992 році. Міжнародний стандарт ISO 14020 визначає загальні принципи, згідно із якими екологічне маркування має застосовуватися для передачі споживачеві перевіреної, точної та достовірної інформації про екологічні аспекти товарів та послуг [3].

Національний стандарт України ДСТУ ISO 14024:2002 Екологічне маркування I типу [4] є документом, який детально прописує принципи та методи, за якими орган з оцінки відповідності має проводити оцінку відповідності продукції на відповідність вимогам екологічних критеріїв.

Екологічна сертифікація та маркування I типу застосовується до різноманітних категорій груп продукції: будівельних та оздоблювальних матеріалів, меблів, текстилю, мийних засобів, косметики, іграшок, продукції харчової промисловості та ін., а також послуг: тимчасового розміщення (готелі), туристичних, організацій офісного типу («зелений офіс»), закладів освіти («зелений клас»). Конкретні кількісні вимоги до показників поліпшених характеристик сировини, готової продукції чи послуг різняться для кожної категорії [3].

Вартість робіт, пов'язаних з оцінюванням товарів чи послуг, розраховується на підставі даних заявки на сертифікацію (в залежності від процедури оцінювання) згідно МТ 08:2014 «Методика розрахунку вартості робіт з екологічної сертифікації та наглядання за сертифікованою продукцією» та залежить від трудомісткості робіт і ряду чинників, серед яких: категорія продукції (коефіцієнт складності оцінювання життєвого циклу); кількість заявлених найменувань продукції; ступінь однорідності групи продукції (різниця між складниками); масштаби та технологія виробництва та ін. [5].

Міжнародна асоціація, яка об'єднує регіональні та національні програми екологічного маркування I типу (Global Ecolabelling Network, GEN), здійснює процедуру сертифікації для підтвердження компетентності і міжнародного визнання між програмами екологічного маркування I типу – GENICES. GEN забезпечує розроблення та впровадження базових екологічних критеріїв для програм екологічного маркування I типу. Такий підхід дозволяє забезпечити гармонізацію вимог до продукції між регіональними та національними програмами, які їх застосовують, а також взаємне визнання результатів оцінювання між органами з екологічного маркування, що в свою чергу, посилює потенціал експортерів-користувачів екологічного маркування згідно із ISO 14024 [3].

В країнах, які виступають торговельними партнерами України, визнається екологічне маркування вітчизняної продукції. Це забезпечує можливість просування товарів вітчизняного

виробництва на як на внутрішній, так і на зовнішній ринки і сприяє здійсненню публічних закупівель.

Сталі публічні закупівлі – важіль, яким може скористатися держава для того, щоб забезпечити збереження природних ресурсів, зупинити деградацію і покращити стан довкілля, збільшити ринок екологічних товарів, послуг і технологій, посилити стимулювання розвитку інновацій та інвестицій в екологічну продукцію. В соціальній сфері такий підхід сприятиме покращенню стандартів якості освіти, праці і життя. Економічні переваги сталих публічних закупівель ґрунтуються на методі оцінювання повної вартості життєвого циклу предмету закупівлі, що забезпечує найвищий рівень ефективності використання бюджетних коштів [6].

Таким чином, оцінювання екологічних характеристик товарів та послуг шляхом застосування екологічного маркування дозволяє визначати їх переваги на підставі перевіреної, точної та достовірної інформації, а також забезпечує можливість реалізації екологічних товарів як в Україні, так і за кордоном.

Бібліографічні посилання

1. Дучинська Н.І., Осаул А.О., Фомішин С.В. Екологізація виробництва і споживання в умовах глобалізації Економічні інновації Том 23, Вип. 3 (80) 2021 С.101-109.
2. Скороход І. С. Розвиток європейського ринку екологічних товарів та послуг: досвід для України Випуск 2 (142) 2020 С. 71-77
3. Міністерство екології та природних ресурсів України. Офіційний сайт. Керівництво по ефективному застосуванню екологічного сертифікату і маркування. Екологічне маркування URL: <https://mepr.gov.ua/content/ekologichne-markuvannya2.html>
4. Національний стандарт України ДСТУ ISO 14024:2002 Екологічне маркування 1 типу URL: https://zakon.isu.net.ua/sites/default/files/normdocs/dstu_ivo_14024_2018.pdf
5. Керівництво по застосуванню екомаркування URL: <https://www.ecolabel.org.ua/vartist>
6. Онлайн-семінар «Сприяння сталим публічним закупівлям та екологічному маркуванню в Україні. Пріоритетні для сталих публічних закупівель категорії товарів, робіт та послуг» URL: <https://www.zhiva-planeta.org.ua/novuny/526-new.html>

Горященко Ю.Г.

*доцент кафедри підприємництва та економіки підприємства, д.е.н., доцент
Університет митної справи та фінансів*

ANALYSIS OF ECONOMIC LOSSES FOR BUSINESS AS A RESULT OF MILITARY CONFLICTS ON THE EXAMPLE OF THE INTERVENTION OF SOME COUNTRIES

The military conflict between the United States and Mexico (Mexican-American War) in the 19th century, more accurately referred to as the United States Intervention, can serve as an example of an unjust war, analogous to the cynical modern Russian-Ukrainian war.

Despite the remoteness of events, it is important to understand the essence of the conflict. The population of the United States was 3.5 times that of Mexico. The situation is almost similar in Ukraine, with a population of 42 million people, and in Russia, with a population of 145 million people (the proportions are almost the same: 1:3.5).

The number of military personnel in the regular army of the Russian Federation is 850 thousand, Ukraine – 250 thousand. Again, the ratio of indicators is almost 1:3.5.

An empty treasury, frequent revolutions (“Revolution on Granite” in 1990, “Orange Revolution” in 2004, “Revolution of Dignity” in 2010, Maidan), as well as corruption, smuggling, foreign loans – all this makes Ukrainians easy prey for a hungry and economically unstable Russia. The struggle is unequal not only in terms of demographics, but also in terms of territorial, military power (in particular, a wide arsenal of weapons of the Russian military forces), an advantage in the information war of Russia, which began long before this one.

Returning to the events of the 19th century, unfortunately, the most important consequences of the Mexican-American War were the extensive territorial losses of Mexico, which amounted to about 55% of the state territory, as a result of which the United States was given Upper California and New Mexico – the lands of the modern states of California, New Mexico, Arizona, Nevada and Utah. The economic losses were obvious and colossal.

According to the general estimates of the Ministry of Economy and KSE, the total losses of the Ukrainian economy as a result of the Russian-Ukrainian war, taking into account both direct and indirect losses – a decrease in GDP, the cessation of investments, an outflow of labor, additional defense and social support spending after 2 months of the conflict amounted to almost \$600 billion.

Regarding business, it should be noted its exceptional importance and role in supporting the country during the war and reconstruction. Unfortunately, in the first month of the war alone, Ukrainian business lost more than two years of the COVID-19 pandemic [1].

Therefore, in order to avoid colossal economic losses, one should immediately stop the war and take into account that in the 21st century, just like in the 19th and much earlier, unfortunately, force prevails over pure and practical reason.

Бібліографічні посилання

1. Рихліцький В. Бізнес в умовах війни: хто зазнав найбільших втрат та як відновлюються підприємства. URL: <https://www.epravda.com.ua/publications/2022/03/23/684549/> (дата звернення: 21 квітня 2022 р.).

Нікішина О.В.

завідувачка відділу ринкових механізмів та структур, д.е.н., с.н.с.

ДУ «Інститут ринку і економіко-екологічних досліджень НАН України», м.Одеса

РОЛЬ СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНОГО БІЗНЕСУ В ІНВЕСТИЦІЙНОМУ ЗАБЕЗПЕЧЕННІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ

В умовах нестабільності забезпечення сталого розвитку національної економіки передбачає визначення імперативів та впровадження адаптивних механізмів розвитку соціально відповідального бізнесу (далі – СВБ). В Україні СВБ перебуває на етапі розвитку. Відповідно до Концепції реалізації державної політики у сфері сприяння розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні на період до 2030 р. [1], СВБ визначає відповідальну поведінку суб'єктів господарювання за вплив їх рішень і дій на суспільство, навколишнє природне середовище, яка сприяє сталому розвитку суспільства. Екологічна сфера є невід'ємною складовою СВБ, оцінка якої в координатах сталого розвитку включає такий важливий напрям, як інвестиційне забезпечення сталого розвитку держави.

За статистичними даними, у 2020 р. обсяг капітальних інвестицій на охорону навколишнього природного середовища (далі – НПС) в Україні досяг 13,24 млрд. грн., що склало всього 3,15 % від загального обсягу капітальних інвестицій в економіку та 0,31 % від ВВП (табл. 1).

Табл. 1. Динаміка капітальних інвестицій на охорону НПС та їх частка в ВВП України*

Показники	Роки						
	2010	2015	2016	2017	2018	2019	2020
1. Капітальні інвестиції на охорону НПС, млн. грн.	2761,5	7676,6	13390,5	11025,6	10074,3	16255,7	13239,6
2. Частка інвестицій на охорону НПС у % до загальних капітальних інвестицій, %	1,46	2,81	3,73	2,46	1,74	2,61	3,15
3. Частка інвестицій на охорону НПС у ВВП, %	0,26	0,39	0,56	0,37	0,28	0,41	0,31

*Розраховано автором за даними Державної служби статистики України [2, 3].

Сукупні витрати на охорону НПС, які поєднують капітальні інвестиції та поточні витрати, в 2020 р. склали 41,33 млрд. грн., збільшившись порівняно з 2015 р. на 68 % (табл. 2). Частка загальних витрат на охорону НПС в 2020 р. досягла всього 0,98 % від ВВП держави, зменшившись порівняно з 2015 р. на 0,26 %. У розвинутих країнах частка сукупних витрат на охорону НПС складає 1,5-4 % ВВП. Відтак, за 2015-2020 рр. фактичний рівень індикатора в Україні не потрапив у коридор оптимальних значень.

Табл. 2. Структура сукупних витрат на охорону НПС в Україні та бюджетні видатки*

Показники	Роки					
	2015	2016	2017	2018	2019	2020
1. Сукупні витрати на охорону НПС, млн. грн.	24591,1	32488,7	31492	34392	43735,90	41332,20
у % до ВВП	1,24	1,36	1,06	0,97	1,10	0,98
1.1. Капітальні інвестиції	7675,6	13390,5	11026,0	10074,0	16255,7	13239,6
у % до сукупних витрат	31,21	41,22	35,01	29,29	37,17	32,03
1.2. Поточні витрати	16915,5	19098,2	20466	24318	27480,2	28092,6
у % до сукупних витрат	68,79	58,78	64,99	70,71	62,83	67,97
2. Видатки бюджету на охорону НПС, млн. грн.	5529,7	6255,4	7349,3	8242,1	9731,1	9056,6
3. Частка видатків бюджету на охорону НПС у загальному обсязі видатків бюджету, %	0,8	0,7	0,7	0,7	0,70	0,60
4. Частка видатків бюджету на охорону НПС у сукупних витратах на НПС	22,49	19,25	23,34	23,96	22,25	21,91

*Розраховано автором за даними Державної служби статистики України [2, 3].

У структурі екоінвестицій домінують поточні витрати (68 %). У звітному році видатки бюджету на охорону НПС досягли 9,06 млрд. грн., збільшившись порівняно з базовим періодом на 64 %, водночас їх частка у загальному обсязі бюджетних видатків зменшилася за 2015-2020 рр. з 0,8 до 0,6 % відповідно (див. табл. 2).

За 2016-2020 рр. на фоні скорочення частки бюджетних коштів та інших джерел фінансування зросла питома вага власних коштів підприємств і організацій – з 67,9 % до 91 % відповідно. Відтак, в Україні головними інвестором природоохоронних заходів є суб'єкти СВБ, які забезпечують понад 90% витрат на охорону НПС. Частка бюджетних коштів складає 8 %, інших джерел фінансування – 0,9 % [3].

Інвестиційне забезпечення охорони НПС має певні секторальні особливості, про що свідчить секторальна структура загальних екоінвестицій (табл. 3). В Україні найбільша частка екологічних інвестицій припадає на переробну промисловість – 29,4 % в 2020 р. (з них 18,8 % посідає металургійне виробництво), добувну промисловість і розроблення кар'єрів – 27,32 % (з них 26,13 % припадає на добування металевих руд) та сектор водопостачання – 24,09 %. Питома вага сектору постачання електроенергії скоротилася з 21,6 % в 2019 р. до 5,7 % в 2020 р. Частки інших секторів національної економіки є незначними й досягають 0,9 % для сільського господарства, 1,9 % для транспорту, 0,2 % для торгівлі.

Табл. 3. Секторальна структура сукупних витрат на охорону НПС в Україні, %*

Види економічної діяльності	Роки						Динаміка змін (+, -)
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	
1. Сільське, лісове та рибне господарство	1,42	1,13	1,36	1,22	1,01	0,94	-0,48
2. Добувна промисловість і розроблення кар'єрів	21,24	15,98	18,95	22,62	21,43	27,32	+6,08
2.1. у т.ч. добування металевих руд	19,78	14,53	17,69	21,14	20,09	26,13	+6,35
3. Переробна промисловість, всього, у т.ч.	25,03	23,84	25,42	30,02	26,70	29,40	+4,37

Продовження табл. 3

3.1. Виробництво харчових продуктів	0,84	1,02	1,05	1,58	1,44	1,45	+0,61
3.2. Виробництво коксу та продуктів нафтоперероблення	3,36	2,48	2,97	3,56	2,59	3,00	-0,36
3.3. Металургійне виробництво	14,54	15,44	14,99	17,35	16,60	18,82	+4,28
4. Постачання електроенергії, газу, пари та кондиційованого повітря	22,05	29,56	19,52	12,86	21,63	5,73	-16,32
5. Водопостачання; каналізація, поводження з відходами, всього	19,59	18,76	20,71	23,88	22,17	24,09	+4,50

*Розраховано автором за даними Державної служби статистики України [2, 3].

Проведені розрахунки свідчать про тенденцію зниження частки капітальних інвестицій на охорону НПС у загальних капітальних інвестиціях деяких секторів національної економіки за період 2015-2020 рр. Так, у промисловості питома вага екологічних капінвестицій скоротилася з 8,2 % до 7,6 %, у секторі постачання електроенергії – з 21,1 % до 3,2 %, водопостачанні – з 38,1 % до 36,7 %. Водночас у переробній і добувній промисловості відбулося подвійне зростання питомої ваги екоінвестицій (з 3,9 до 8,1 % та з 3,2 до 8,4 %), що є свідченням пріоритетності фінансування природоохоронних заходів і значної ролі СВБ у сталому розвитку цих секторів економіки.

Бібліографічні посилання

1. Концепція реалізації державної політики у сфері сприяння розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні на період до 2030 р. Схвалено розпорядженням КМУ від 24.01.2020 р. №66-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/66-2020-%D1%80#Text>
2. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
3. Довкілля України за 2020 рік: статистичний збірник. За ред. О. М. Прокопенко. Київ: Державна служба статистики України, 2021. 189 с.

Шенетюк Л.В.

*викладач економічних дисциплін
Гусятинський фаховий коледж ТНТУ*

АГРАРНИЙ БІЗНЕС: ОКРЕМІ ПРОБЛЕМИ ЙОГО РОЗВИТКУ У СУЧАСНИХ УМОВАХ

Враховуючи ситуацію, яка є на даний момент, український бізнес зазнає великих втрат. Багато підприємств знаходяться на території, де ведуться активні бойові дії і змушені були припинити свою діяльність через нестачу сировини або евакуюватися у більш безпечні регіони.

У багатьох областях України саме фермерські господарства зазнали великих втрат. На даний момент в Україні діє 48438 фермерських господарства, в обробітку яких перебуває 17 млн га землі. В середньому на одне фермерське господарство припадає 131,7 га сільськогосподарських угідь. Можна зазначити, що фермерські господарства сприяють розвитку сільських територій, створюють додаткові робочі місця для сільського населення та мають суттєвий вклад у виробництво сільськогосподарської продукції. Але на даний момент дрібні фермерські господарства мають дуже багато проблем. Ще раніше українські фермери, через практичну відсутність державної підтримки, не мали можливості звертатись до кредитних установ, Тобто, не маючи коштів, дрібні фермери не зможуть викупити свою землю і будуть змагатися з агрохолдингами. В умовах війни українські аграрії дуже різко відчули перебої з постачанням сільськогосподарської техніки, блокування логістики. У фермерів, що займаються вирощуванням продукції тваринництва, наразі є проблеми з постачанням кормів

та збутом. Ще одна велика проблема, яка впливає на діяльність аграрних підприємств – це рейдерство, що супроводжується спробами незаконного заволодіння земельними ділянками.

Аграрний сектор має на сьогодні дуже важливе значення. Він повинен працювати з більшою потужністю, щоб забезпечити продуктами харчування регіони, де підприємства не працюють і там є українці, що так само потребують продуктів. Але масштабне знищення посівів та руйнування інфраструктури ставить під загрозу продовольчу безпеку нашої країни. Саме тому було спрощено доступ до земельних ресурсів та процедури імпорту стратегічно важливих ресурсів, знижено податкове навантаження. В умовах, які склалися, доволі гострою є проблема фінансування виробників сільськогосподарської продукції. В березні цього року уряд та банки змінили умови кредитування аграріїв. Кредитними коштами вже скористалися 12000 фермерських господарств. Вони закупили добрива, паливо, засоби захисту рослин, щоб у стислі терміни провести посівну кампанію ярих культур.

На сьогоднішній день вже багато українців шукають роботу за кордоном, тому на рівні держави потрібно сприяти розвитку фермерських господарств, які є основою аграрної складової економіки. Малі виробники сільськогосподарської продукції мають більше можливостей займатися вирощуванням більш трудомістких та ефективних культур – ягід, овочів, що дають більший прибуток з гектара, а також в меншій мірі потребують державної допомоги. Приблизна оцінка потенціалу дрібних фермерів показує, що у нас є великі перспективи для розвитку їх діяльності.

З метою покращення продовольчої ситуації в Україні стартувала всеукраїнська Ініціатива «Сади перемоги». Її мета – ефективно використовувати нашу українську землю, що допоможе знизити продовольчу кризу. Проект дасть можливість забезпечити продуктами харчування жителів нашої країни. Враховуючи те, що зараз багато українців втратили свої робочі місця, дана ініціатива забезпечить самозайнятість тимчасово переміщених осіб і буде сприяти розвитку підприємництва в аграрній сфері. Тоді можна сподіватися на зменшення міграції за кордон жителів сільських територій. В сучасних ринкових умовах розвиток фермерства та особистих селянських господарств повинен стати основою відродження українського села і допомогти економічному зростанню країни.

Кулініч В.С.

студент гр. 281-20-1

Національний Технічний Університет «Дніпровська Політехніка»

Касьяненко Л. В.

*доцент кафедри прикладної економіки, підприємництва
та публічного управління, к.е.н., доцент*

Національний Технічний Університет «Дніпровська Політехніка»

БЕЗПЕЧНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО, ЯК ЗАПОРУКА ПІДТРИМКИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

Підприємництво – це певний рушійний механізм для розвитку як держави, так і окремих населених пунктів. В своїй діяльності, підприємства забезпечують економічне збагачення, робочі місця, розвиток, взаємодію з громадськістю та органами влади для реалізації суспільно корисних проектів. Багато сучасних та інноваційних підприємств живуть за принципами фінансової самостійності, відповідальності за навколишнє середовище, забезпечення суспільного блага і в певній мірі можуть поставати критеріями оцінювання його успіху. Говорячи про суспільне благо, можна розуміти як перевагу та вигоду, яку отримала певна група людей, які не можливо здобути індивідуально (самостійно). Але, після того як люди організувалися і починають підприємницьку діяльність, вони повинні обов'язково думати не тільки про сьогодні, завтра або найближчий місяць, а й про їх вклад в забезпечені

стабільного майбутнього і врахування його потреб. Ніхто не може сказати, які саме будуть потреби в майбутньому, що буде актуальним, а що ні. І найголовніше, що майбутнє покоління не може зараз вплинути на весь цей процес, але саме зараз на нього впливають всі, включаючи підприємців.

Концепція сталого розвитку передбачає, що діяти таким чином, щоб не зменшити обсяг природного капіталу і тим самим залишити можливість вибору для майбутніх поколінь. Отримання у спадок безлічі серйозних екологічних та соціальних проблем, наявних у сучасному світі, не відповідає меті цієї концепції [1]. І це справа не тільки кожної родини чи держави, але й бізнесу. Бо саме він, як ніхто інший, впливає на долю багатьох питань цілей сталого розвитку. І мова йде не тільки про економічні показники, але й навіть про екологічні, освітні, питання рівноправності тощо. І саме зараз, за належної підтримки і створення відповідних умов з боку держави, підприємство, в довгостроковій перспективі, може стати одним із потужних інструментів реалізації Глобальних цілей сталого розвитку, в рамках України.

Україна є державою, що має досить високий економічний потенціал в умовах сучасного реформування багатьох систем. Але, в пошуках витратних матеріалів, багато підприємств віддають перевагу показнику «низька ціна – середня якість». За собою це тягне й низку інших моментів, таких як проблема відповідального споживання, боротьба за зміну клімату, збереження екосистем моря та суші тощо. Оскільки матеріал дешевий, то відповідно він несе небезпеку для оточуючого середовища, оскільки виготовлений з більш економічних матеріалів, які взагалі можуть не розкладатися і просто псувати екологічний стан планети. Також, багато підприємств які готували гарячі напої, використовували тривалий час більш економічний матеріал – пластикові стакани. Вони одноразові, дешеві та звичайні, а отже, собівартість товару могла бути набагато нижча на ринку. Але таких стаканчиків за день могло продаватися більше 1000 і це все після використання одразу викидалося і не підлягало переробці. Це лише невеличкі приклади, які існують в підприємницькій діяльності країни. І доки одні шукають шлях аби запропонувати товар за найнижчою ціною, шляхом купівлі ресурсів із непереробних матеріалів, то інші намагаються дбати про майбутнє своїх дітей, онуків, країни та світу, власними силами.

Яскравим прикладом підприємництва, яке почало вирішення Глобальної цілі сталого розвитку з себе, це кав'ярня «Yellow Place», яка розташована у Києві. Власники підприємства зрозуміли, що їх бізнес – це певне виробництво, яке залишає відходи, а отже, почали вирішувати цю проблему. Перше з чого вони почали – сортування сміття. Це і папір (обгортки), і картон (посуд) і пластик (упаковки), який вони почали відокремлювати один від одного, збирати, а в кінці відправляти на переробку та навіть отримувати за це додаткові гроші. Якщо говорити про питання рівності, то тут привести прикладом може бути АТ «Укрзалізниця». Компанія активно бориться з гендерною нерівністю шляхом прийняття на різноманітні посади жінок та чоловіків, не зважаючи на стать. На сьогодні, компанія має більше 145.000 жінок та 105.000 чоловіків. Окрім того, компанія також видає декретну відпустку й для чоловіків, які теж мають право на догляд за дитиною і при цьому залишити за собою робоче місце [2].

Отже, підводячи підсумки, варто сказати, що для забезпечення надійного та безпечного майбутнього, підприємницька діяльність повинна стати безпечною. Мова йде не про безпеку праці, а про її вклад у вирішенні сучасних проблем (екологічна небезпека, гендерна рівність, проблема голоду тощо). Глобальні цілі сталого розвитку повинні реалізовуватися та досягатися не тільки державним регулюванням, але й самостійним обранням на початку підприємницької діяльності. І саме зараз, за належної підтримки і створення відповідних умов

з боку держави, підприємництво, в довгостроковій перспективі, може стати одним із потужних інструментів реалізації Глобальних цілей сталого розвитку, в рамках України.

Бібліографічні посилання

1. Видання «Актуальні проблеми економіки» №2 (200) 2018 рік, Ірина М. Сотник, Валерія В. Гаврилова, Євген В. Коваленко, стаття «СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО ЯК ІНСТРУМЕНТ РЕАЛІЗАЦІЇ ГЛОБАЛЬНИХ ЦІЛЕЙ СТАЛОГО РОЗВИТКУ» URL: <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/67744>
2. Сайт фонду ООН «UNFPA», стаття «Курс на гендерну рівність! Як українські компанії борються із дискримінацією на робочому місці та протидіють домашньому насильству?», 9 листопада 2021 рік. URL: <https://ukraine.unfpa.org/uk/BADVarticle>

Резніченко Ю.О.

Ніколайчук О.А.

*завідувач кафедри технологій в ресторанному господарстві,
готельно-ресторанної справи та підприємництва, к.е.н., доцент
Донецький національний університет економіки і торгівлі
ім. Михайла Туган-Барановського*

ВПЛИВ ВІТЧИЗНЯНОГО ТА ІНОЗЕМНОГО БІЗНЕСУ НА РОЗВИТОК ЕКОНОМІКИ КРАЇНИ

Ще 100-400 років тому поняття бізнесу було доступно невеликій частині людського суспільства, які змогли опанувати його ази. Досить мало було «бізнесменів» у ті часи, цьому свідчать розповіді, вірші, історичні документи, в яких зазначалася велика кількість рабів та кріпаків і не таку велику кількість панів, знаті, аристократів та феодалів. У сучасних реаліях поняття бізнесу стало доступно кожному бажаному, який прагне до втілення якоїсь ідеї, мрії або задуму. Кожна людина хоче жити так, як вона хоче, а це зазвичай пов'язано із заробітком самої людини. Погодьтеся, що людина є щасливішою, якщо вона спроможна купити собі той одяг або взуття, яке вона хоче? Якщо вона може замовити собі доставку їжі з ресторану, не покидаючи затишного ліжка або крісла. Як кажуть, «щастя не в грошах», що є досить суперечливим твердженням, правильніше казати, що «щастя не тільки в грошах», тому що самі гроші дуже впливають на добробут людини. Якщо людина не має достатньо коштів, навряд чи вона буде істинно щаслива, шукаючи щоб сьогодні поїсти або як прокормити дітей. Саме через бажання жити краще людина шукає роботу або сама стає роботодавцем, створюючи свій бізнес.

Бізнес – це, якщо коротко, успішне або безуспішне втілення ідеї в реальність з метою отримання прибутку. Є ті люди, в яких досить розвинута інтуїція, завдяки якій вони можуть успішно вести бізнес без особливих знань з цієї сфери. Є ті люди, які не мають сильної інтуїції, проте мають логічні здібності та набуті знання з цієї сфери. Є люди, які не схильні до підприємницької діяльності. Перші два типи людей вже встигли зайняти окрему нішу в економіці та продовжують її займати, утворюючи все нові різноманітні товари та послуги. Третій тип зазвичай виступає як працівник, що працює на попередніх двох типів людей. Це можуть бути продавці-консультанти, майстри на СТО, екскурсоводи, водії маршруток, таксі, а перші два типи людей виступають їх роботодавцями. Кожен із цих трьох категорій осіб працює переважно з однією метою – отримувати гроші для задоволення своїх потреб і бажань. Перша категорія, на відміну від решти двох, спроможна глобально впливати на суспільні

сфери (економіка, соціум, екологія тощо), наприклад Білл Гейтс, Ілон Маск, Анджеліна Джолі та інші відомі люди.

Економіка будь-якої країни містить усі три типи людей, а вони, в свою чергу, своєю працею сприяють розвитку економіки. Вони діють у межах економічного обороту та дуже між собою пов'язані – бізнес перших двох типів осіб не буде просуватися без третього, а третій не зможе нормально жити без роботи на перших двох. Кожна держава намагається в межах своїх сил підтримувати роботу бізнесу, створюючи та підтримуючі комфортні умови та клімат для його розвитку.

Суб'єкти господарювання поділяються на вітчизняні та іноземні. Обидва види стимулюють розвиток країни, при цьому, як правило, відсоток вітчизняного бізнесу перевищує іноземний. У випадку з іноземним бізнесом (зазвичай у вигляді франчайзингу) з боку власника бізнесу та з боку держави є взаємовигідне співпраця – іноземний бізнесмен/вумен отримує розширення свого бізнесу та прибутку, а країна - стимулювання економіки за рахунок додаткових податкових надходжень, інновацій та технологічного прогресу (якщо бізнес приходить з більш розвинутих країн). Інвестиції також можна вважати одним із проявів впливу іноземного бізнесу на економіку, при якому інвестор стимулює розвиток галузі/підприємства/мережі тощо, а в результаті отримує прибуток від їх економічної діяльності.

Найрозповсюдженіший метод ведення бізнесу – франчайзинг. Одними з найпопулярніших світових франчайзерів є МакДональдс та КФС, які вважаються світовими гігантами в сфері фастфуду. В Україні безліч відкритих точок цих франшиз, які надають робочими місцями та забезпечують податки, які потім йдуть на розвиток економіки. Якщо розглядати Україну, то прикладом впливових іноземних компаній на розвиток економіки країни можна зазначити:

Lifecell – один із олігополістів в Україні серед операторів мобільного зв'язку;

L'Oreal – компанія із виготовлення різноманітної косметичної продукції;

Mastercard – глобальна компанія із платіжної індустрії;

Visa – найпопулярніша платіжна система, одна із лідерів ринку платежів;

Рено Україна - найбільший французький автовиробник;

LG Electronics – компанія з виробництва побутової техніки.

Visa та Mastercard забезпечують країну можливістю безготівкових розрахунків. Lifecell забезпечує абонентів України мобільним зв'язком. Рено, L'Oreal та LG Electronics забезпечують країну податками, а людей продукцією.

Досить багато іноземних компаній знайшли своє місце в Україні, що створює гарну конкуренцію вітчизняним компаніям.

Разом із іноземним вітчизняний бізнес дуже впливає на розвиток економіки, скоріш навіть виступає одним із головних генераторів роботи та розвитку економічного добробуту. Вітчизняний бізнес стимулює економіку інноваціями, податками, технологічним прогресом та залученням робочої сили. До представників впливового українського бізнесу можна віднести:

ТОВ АТБ-маркет – лідер серед українських ритейлерів та найбільший з них платник податків. Є лідером серед роботодавців та прикладом успішного багаторічного бізнесу;

ПАТ «АрселорМіттал Кривий Ріг» - один із лідерів металургійної промисловості, представник України на міжнародній арені з експорту чорної металургії, сприяє розвитку цієї галузі;

ПрАТ Київстар – найпопулярніший представник українських мереж з надання мобільного зв'язку;

Кондитерська корпорація Рошен – один із лідерів у кондитерській промисловості.

Комфи – один із лідерів у сфері торгівельних мереж з побутової техніки.

Ці компанії, в першу чергу, виступають одними із найбільших роботодавців в країні. Чим більше в країні працює людей, тим більше податків піде на розвиток інфраструктури та кон'юнктури усіх сфер в країні.

Узагальнюючи, можна зазначити, що загалом вітчизняні та іноземні компанії впливають на розвиток країни. Кількість іноземних компаній в Україні значно менша за вітчизняні, що цілком логічно. Основними складовими розвитку є: впровадження чогось нового або удосконалення вже існуючого з метою стійкішого конкурування суб'єктів господарювання між собою, а це насамперед впливає на апгрейд економіки країни в цілому; це потік податків, які йдуть у загальну казну, а потім розподіляється на фінансування певних сфер в економіці; окремо можна зазначити спрямування іноземними компаніями інвестицій в Україну. Для України особливо актуальними є питання щодо поліпшення інвестиційного клімату, удосконалення законодавчої бази для можливості іноземних суб'єктів господарювання розвиватися, забезпечення мінімізації ризиків підприємницької діяльності, заходи щодо фінансової, майнової та матеріальної підтримки малого та середнього бізнесу, подолання тіньової економіки тощо.

Єремєєва І.А.

*доцент кафедри міжнародних відносин, к.і.н., доцент
Дніпропетровський державний університет внутрішніх справ*

МІЖНАРОДНІ АСПЕКТИ КОНЦЕПЦІЇ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

Основні положення концепції сталого розвитку сформульовані у доповідях Римського клубу, міжнародних правових документах (рішення міжнародних конференцій, документах ООН тощо), наукових роботах з екологічної економіки. Зазвичай під сталим розвитком розуміється збалансована соціальна, економічна і природна взаємодія. Класичне визначення сталого розвитку як такого, що задовольняє потреби сьогодення, але не ставить під загрозу здатність майбутніх поколінь задовольняти власні потреби, було введено до обігу в доповіді комісії Брундтланд («Наше спільне майбутнє») 1987 р.

На сьогодні концепції сталого розвитку є науковим підходом, що викликає інтерес у контексті вивчення глобальної політичної динаміки. Ці концепції наголошують не на стабільному стані міжнародної спільноти, але на потенціалі цієї спільноти здійснювати якісні зміни, які мають забезпечити виживання світової спільноти у довгостроковій перспективі. Найважливішою є проблема проектування та управління сталим розвитком. Серед іншого реалізація ідеї сталого розвитку передбачає вироблення ефективніших механізмів управління ризиками та безпекою. Крім того, дослідження сталого розвитку покликані знайти і конкретизувати прийнятні способи досягнення "цілей розвитку тисячоліття".

В доповіді Брундтланд розкриваються проблеми політичних режимів та міжнародної системи майбутнього. Автори доповіді наголошують на необхідності просування політичних систем, що забезпечують участь широких мас у прийнятті рішень. Ці установки корелюють з концепцією електронного уряду, яка в довгостроковій перспективі може отримати і міжнародний вимір. У глобальному вимірі авторами концепції сталого розвитку наголошують на необхідності формування системи, що буде максимально сприяти стійкості торгівельно-фінансових зв'язків.

Частково концепція сталого розвитку спрямована проти формування у світових масштабах суспільства споживання. Зокрема, це виявляється у тому, що автори концепції визнають пріоритет технологічного прогресу, проте пропонують перевести його у більш конструктивне для світового співтовариства русло, що дозволить вирішити проблеми глобальної нестійкості сучасного світу, яка обумовлена процесами, що формуються на наступних рівнях: внутрішньодержавних, міждержавних, транснаціональних, глобальних.

Дані фактори тісно переплітаються та мають потужний взаємовплив. У цьому плані такі аспекти, що обмежують глобальний розвиток, як економічний, екологічний і соціальний, зазнають значного впливу міжнародної політики, що у свою чергу викликає наукові дискусії щодо реалізації сталого розвитку на сучасному етапі.

Частина дослідників стверджує, що глобальний сталий розвиток може бути реалізований через посилення міждержавного співробітництва в рамках існуючої сьогодні світової політичної системи з домінуючим положенням США і Китаєм, які представляють собою наддержави, що мають найпотужніші економіки у світі. Наступної точкою зору є твердження, що глобальний сталий розвиток можливий в умовах суворого дотримання норм існуючої міжнародної системи, але необхідна її модернізація, що має відбуватися в екологічній та військово-політичній сферах. Зокрема, на сьогодні цілком очевидною є криза інститутів та режимів, що регулюють міжнародну систему, які де-факто діють номінально (наприклад, міжнародний режим нерозповсюдження ядерної зброї). В цих умовах необхідний пошук нових демократичних інструментів реалізації або трансформації існуючої міжнародної системи. Треті автори вважають, що справжня сталість глобального розвитку може бути реалізована лише на багатополлярному міжнародно-політичному фундаменті, який має бути визнаний та закріплений світовим співтовариством.

Теорії неореалізму значну увагу надають визначенню акторів, що здатні реалізувати сталий розвиток у міжнародних масштабах. Представники неореалізму стверджують, що ефективні відповіді викликам сталого розвитку можуть бути надані лише в умовах стабільної та передбачуваної системи міждержавних відносин, тобто ключовими акторами просування стратегії сталого розвитку на глобальному рівні стають великі держави, що є основою міжнародної системи. Крім великих держав акторами, що здатні реалізувати концепцію сталого розвитку можуть стати потужні інтеграційні регіональні об'єднання – ЄС, НАФТА, АССАН. В цілому реалістичність та дієвість концепції сталого розвитку повинна базуватися на ефективних легітимних механізмах прийняття рішень, що максимально враховують інтереси провідних міжнародних акторів, але в умовах зростання рівня конфліктності у сучасному світі такий політичний консенсус є малоімовірним.

Бібліографічні посилання

1. Report of the World Commission on Environment and Development: Our Common Future. -URL: <https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/5987our-common-future.pdf> (дата звернення - 08.04.2022).

Сергієнко Т.І.

*доцент кафедри міжнародних відносин, к.п.н., доцент,
Дніпропетровський державний університет внутрішніх справ*

ОСОБЛИВОСТІ МЕНЕДЖМЕНТУ СТАЛОГО РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ

Актуальність обраної теми обумовлена тим, що з метою задоволення життєвих потреб нинішнього і майбутніх поколінь, потрібне збалансоване вирішення існуючих економічних і соціальних проблем зі збереженням екосистеми. Для досягнення поставленої мети потрібна розробка ефективної моделі управління сталим розвитком бізнесу. Розробка та практична реалізація концептуальних підходів до формування механізмів сталого розвитку вимагає врахування умов для успішного функціонування ринкової економіки. Сталий розвиток - це розвиток, який відповідає вимогам сьогодення без шкоди для здатності майбутніх поколінь задовольняти власні потреби. Це процес гармонізації продуктивних сил, задоволення необхідних соціальних потреб, при збереженні та поступовому відновленні цілісності навколишнього середовища.

Теоретичні основи сталого розвитку суспільства у своїх працях досліджували українські науковці, такі як: Б.Данилишин, С.Дорогунцов, В.Міщенко, Л.Шостак, В.Шевчук, З.Герасимчук, В.Прадун, Л.Мельник, М.Шапочка, А.Тихонов, Н.Гребенюк, О.Грянник, В.Феденко, В.Трегобчук та ін. Ґрунтовний науковий внесок у розвиток методології управління сталим розвитком різних соціально-економічних систем зробили вітчизняні вчені: О.Ареф'єва, Н.Алексеєнко, Т.Антошко, Г.Астапова, О.Амоша, І.Бланк, О.Василенко, А.Воронкова, Л.Головкова, В.Герасимчук, Д.Задохайло, І.Ігнат'єва, Н.Краснокутська, Б.Карпінський, Л.Лігоненко, О.Мних, І.Отенко, О.Тридід, Ю.Погорелов, В.Пономаренко, О.Раєвнева, Н.Касьянова, В. Кондратьєв, Р.Марушков, Т.Мостенська, О.Михайленко, О.Сущенко, О.Сохацька, А.Степанов, В. Євтушевський, З.Шершньова та багато інших, які зосереджували увагу на економічних, соціальних, екологічних, корпоративних системах та їх становленні і взаємодії у стратегічному, корпоративному розвитку. Питаннями сталого розвитку підприємств із різних цільових аспектів займаються вітчизняні вчені О.Бичков, В.Гросул, М.Зименко, В.Мамаєва, Л.Макуха, Л.Мельник, К.Нужний, Т.Сухорукова, А.Кучерявий, О.Колодізєв, В.Іванов, В.Прохорова, І.Тарасенко, В.Родіонова, Р.Єремейчук. Щодо проблем сталого розвитку, то дане питання досліджували такі вчені як: В.Бебик, А.Вергун, І.Гиренко, В.Голубева, О.Гордєєв, О.Дармороз, М.Деркач, В.Зубенко, К.Ілляшенко, В.Ільченко, Н.Котенко, Ю.Мельник, І.Тарасенко, Л.Товма. Таким чином, вищезазначені дослідження дають можливість всебічно розглянути шляхи стабілізації та максимізації ефективності сучасного бізнесу. Проте, незважаючи на велику науково-дослідну базу, присвячену теорії менеджменту розвитком сучасного бізнесу, сьогодні не всі проблеми вирішені, деякі питання залишаються дискусійними, особливо в контексті сталого розвитку.

Щодо визначення поняття «сталий розвиток бізнесу», то зазначимо, що деякі, автори під управлінням сталим розвитком бізнесу розуміють процес формування нової властивості системи, що базується на забезпеченні зміни тільки її якісних характеристик. Під розвитком вони розглядають процес, який ґрунтується на результатах науково-технічного досягнення, що сприяє розвитку виробничих сил та задоволенню потреб суспільства в товарах високої якості [1, с. 123].

Нажаль, але реалії сьогодення свідчать, що останнім часом в Україні спостерігається зниження внутрішнього та зовнішнього попиту на продукцію, повільне впровадження передових виробничих процесів, низька інноваційна активність, експлуатація застарілого обладнання, неефективна організаційна структура підприємств, незадовільний рівень конкурентоспроможності вітчизняної продукції - гострі проблеми, що стоять перед підприємствами, та значно уповільнюють економіку [3, с.108]. Таким чином, потенціал сталого розвитку бізнесу реалізується не повною мірою. Обумовлено це як дією зовнішніх факторів, на які бізнес не може вплинути, так і деякими обмеженнями, які пов'язані з недостатньо глибоким розумінням важливості та доцільності реалізації концепції сталого розвитку та сформульованих вище завдань власниками бізнесу і менеджерами вищого рівня [4, с. 216].

Розглядаючи особливості менеджменту сталого розвитку бізнесу слід зазначити, що управління сталим розвитком є надзвичайно важливою сферою досліджень в наукових колах та має особливе значення в сучасних умовах. Сучасний бізнес стикається з процесами глобалізації, інтенсивними змінами, що призводять до нерівномірного розвитку ринку, екологічної невизначеності, невідповідності у реалізації потреб та інтересів різних учасників ринку. Функціонування бізнесу у складних умовах вимагає переосмислення підходів до менеджменту сталого розвитку, оскільки його досягнення за рахунок економічного зростання є недостатнім, оскільки високі темпи виробництва можуть співіснувати з низькою ефективністю економічних та соціальних процесів, стати загрозою навколишньому середовищу. У процесі вивчення структури взаємодії бізнесу, ринків, логістичних процесів і відтворення необхідно більш поглиблено вивчити закономірності групування економічних систем за об'єктами, типами середовищ, процесів та проектів. Це дасть можливість побудувати раціональну структуру інтеграційних відносин бізнесу з іншими типами

соціально-економічних систем, що в умовах постійних змін забезпечить сталий розвиток бізнесу.

Важливу роль у досягненні сталого розвитку бізнесу відіграє інтенсивне та збалансоване використання його потенціалу як основи, на якій будуються та впроваджуються його зовнішні та внутрішні процеси відтворення. У зв'язку з цим актуалізується питання щодо необхідності формування багаторівневої системи менеджменту розвитком бізнесу, яка повинна базуватися на раціональному використанні та побудові взаємозв'язків між різними видами та рівнями діяльності, ієрархією управління, сферами функціональної відповідальності, ресурсами. Враховуючи, що керівництво потребує серйозної методичної допомоги у прийнятті управлінських рішень, особливо у виборі стратегічної діяльності, існує потреба у вивченні саме системи менеджменту. Це дозволить швидко приймати ефективні рішення, вибираючи відповідні критерії, методи, технології, моделі, механізми реагування та взаємодії [2, с. 148].

Таким чином, зазначимо, що основою менеджменту сталого розвитку бізнесу є система управління, що дозволяє цілісно та інтегровано підходити до процесу взаємодії різних підсистем, що беруть участь в процесах управління. У сучасних наукових дослідженнях система управління розглядається в окремих функціональних сферах, при вирішенні проблем економічної ефективності, вдосконалення певних функцій тощо. Досить часто під системою управління бізнесом розуміють сукупність напрямів управління (маркетинг, фінанси, управління персоналом тощо) або функції управління (планування, організація, мотивація та контроль).

Бібліографічні посилання

1. Андрушків, В. М., Мельник, Л. М. Концептуальні положення оцінювання рівня досягнень сталого розвитку підприємства. *Концептуальні положення для оцінки рівень досягнення стійкого підприємництва розвиток*. Матеріали Всеукраїнської науковопрактичної конференції «Актуальні проблеми та перспективи» сталого розвитку підприємства та регіонів України», Дніпропетровськ, 2016. С. 122 – 124.
2. Крайнік О.М., Сергієнко Т.І. Менеджмент сталого розвитку промислового підприємства. *Управління сталим розвитком промислового підприємства: теорія і практика: колективна монографія* / За ред. д. філософ. н., проф. Воронкової В. Г., д. е. н., проф. Метеленко Н. Г.; МОН України, ІННІ ЗНУ. Запоріжжя: «Видавничий дім «Гельветика», 2021. С. 146-196.
3. Сергієнко Т.І. Вимірювання величини і рівня ефективності використання виробничого потенціалу підприємства. *Гуманітарний вісник ЗДІА*, 2013. №52. С.107-113.
4. Ястремська О.М., Ястремська О.О. Управління розвитком підприємств: уточнення теоретичних положень. *Проблеми економіки*, 2020. №1. С. 214–226.

Тимошенко Л.В.

*доцент кафедри прикладної економіки, підприємництва
та публічного управління, к.е.н., доцент*

Національний технічний університет «Дніпровська політехніка», м. Дніпро

Філатова А.А.

студентка гр. 076-18з-1

Національний технічний університет «Дніпровська політехніка», м. Дніпро

СТАЛИЙ РОЗВИТОК ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ СТРУКТУРИ СФЕРИ ПОСЛУГ

Важливу роль у соціально-економічному розвитку країни відіграють суб'єкти підприємницької діяльності сфери послуг. Насамперед, вони забезпечують зайнятість населення, формують насичення ринку послугами для задоволення суспільних потреб,

сприяють наповненню бюджету стабільними відрахуваннями та формуванню ВВП країни. Господарювання суб'єктів бізнесу на засадах сталого розвитку потребує узгодженості їх економічної результативності, екологічної та соціальної відповідальності.

Розвиток сфери послуг набуває властивостей сталості, коли він орієнтується на досягнення екологічної безпеки через скорочення забруднення середовища, соціальної безпеки за допомогою зниження убогості окремих верств населення та економічної безпеки шляхом рівномірного розподілу доходів, враховуючи поточні й майбутні інтереси всіх зацікавлених сторін [1]. Соціальна орієнтованість діяльності підприємства характеризується спрямуванням системи управління на забезпечення виконання підприємством відповідних норм економічної, соціальної, правової, екологічної відповідальності перед суспільством [2].

Сталий розвиток підприємства визначається як безперервний, збалансований, високоефективний і регульований соціально-економічний розвиток суб'єкта господарювання, який забезпечує стабільне збільшення доходів організації і співробітників на основі спеціально розроблених управлінських механізмів [3].

На думку автора роботи [4] визначальне місце в сукупності складових сталого розвитку належить економічній складовій, оскільки саме вона формує передумови для сталого функціонування решти підсистем (соціальної та екологічної) саме для підприємств сфери послуг.

Метою управління сталим розвитком підприємства має стати забезпечення стану внутрішньої рівноваги та збалансованості взаємообміну із зовнішнім середовищем, що сприятиме оптимальному пристосуванню системи (підприємства) до зовнішнього середовища і створюватиме умови для безперервного розвитку [5].

Сфера послуг України в ринкових умовах господарювання була суттєво трансформована. Для того, щоб суб'єкти бізнесу саме цієї сфери успішно функціонували та розвивалися, необхідно враховувати основні засади концепції сталого розвитку.

Бібліографічні посилання

1. Шевченко Ю. О. Основні тенденції розвитку національної сфери послуг в умовах глобальної економічної нестабільності. Економічний вісник, 2013, №3. URL: https://ev.nmu.org.ua/docs/2013/3/EV20133_059-067.pdf
2. Пакулін С. Л., Пакуліна А. А. Управління сталим розвитком сучасного підприємства. Траєкторія науки. 2016. №3(8). URL: <http://pathofscience.org/index.php/ps/article/view/50>.
3. Каминський П.Д. Удосконалення механізму сталого розвитку промислового підприємства в умовах нестабільної кон'юнктури. Вісник ДонНУЕТ. Серія «Економічні науки». – 2013. - №3(59). - С. 36-42.
4. Капелюшна Т. В. Механізм забезпечення сталого розвитку підприємств сфери послуг. Економіка. Менеджмент. Бізнес. 2015. № 1. С. 68-75. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecmebi_2015_1_11.
5. Пакулін С. Л. Інноваційний соціально-домінантний розвиток регіону. Бізнес Інформ. 2013. № 5 (424). С. 124-128.

Крамський С.О.

*старший науковий співробітник відділу ринкових механізмів та структур, к.т.н., доцент
ДУ «ІРЕЕД» НАН України, м. Одеса*

СЕЛЕКТИВНЕ УПРАВЛІННЯ ТА РОЗВИТОК РИНКУ ЯЄЦЬ ТА ЯЄЧНИХ ПРОДУКТІВ В ОДЕСЬКІЙ ОБЛАСТІ У ПОВОЄННИЙ ПЕРІОД

В Одеському регіоні у повоєнний час наявні можливості для інтеграції в глобальні ланцюги вартості в першу чергу в складі комплексних ринків на прикладі яєчних продуктів і ринку яєць. На сьогодні проблемою залишається скорочення виробництва на ринку яєць на 68% від довоєнного періоду. З урахуванням логістичної специфіки обслуговування селективних ринків у повоєнний час, тобто заходи що досліджуються із підвищеної економічної інтеграції українського ринку. Відповідно до означеної теми НДР №0122U000825 «Теоретико-методичні засади селективного регулювання та стратегічні пріоритети розвитку товарних ринків в умовах нестабільності», а також «стратегічні пріоритети розвитку українського ринку яєць та яєчних продуктів в умовах нестабільності».

Розкриття повоєнного потенціалу агропродовольчих виробничих ланцюгів Одеського регіону, для цього знадобиться більш ефективна, простіша і прозоріша політика державної підтримки, що стимулює інвестиції, диверсифікацію і орієнтацію на продовольчу галузь та ринок яєць, реалізація потребуватиме дій на державному і регіональному рівні [1].

На рівні Одеської (військової адміністрації) обласної державної адміністрації, прийняти адміністративні, розпорядження щодо стимулювання та підтримки виробництва яєць на птахофабриках, комбінатах, фермах, сільськогосподарських підприємствах та пр. Таке селективне управління також сприятиме розвитку інноваційних виробничих структур яєчних-комбінатів та залучить іноземні інвестиції до створення нових птахофабрик, птахоферм, сільгосп підприємств, що збільшить зростання ринку яєць та яєчних продуктів. Заходи з покращення повоєнної відбудови діяльності учасників агропродовольчого ланцюга, а також розбудова та модернізація виробничого, складського і переробного потенціалу галузі і логістичної інфраструктури дозволить розширити можливості українського аграрного бізнесу та підвищити його конкурентність у т.ч. ринку яєць. Таким чином, необхідно департаменту аграрної політики, продовольства та земельних відносин Одеської (ОВА) ОДА, іншим органам влади на місцях регіону, прийняти економічні, податкові, кредитно-інвестиційні заходи з залучення грошових потоків у відновлення, запуск та збільшення виробництва яєчної продукції, закупівлю кормів для птиці [2], щодо селективного управління це повинно сприяти розвитку різноманітних форм організацій виробників ринку яєць, яєчної продукції та їх представництв підвищувати їхні можливості і відповідно допомогати адаптувати продовольчий бізнес до нових невизначеностей, економічних повоєнних реалій й викликів України.

Отже, через обмежені бюджетні ресурси на перших етапах Одеською (ОВА) ОДА може бути запроваджено: обмежену кількість простих, адресних і контрольованих заходів, зокрема малих агропродовольчих виробників яєць та виробників-фермерів для підтримки їхнього розвитку із виробництва яєць. Департаменту аграрної політики, продовольства та земельних відносин Одеської (ОВА) ОДА, іншим органам влади на місцях регіону, слід розробити комплексну програму сталого розвитку ринку яєць доповнить селективні заходи, які будуть реалізуватися в рамках плану з повоєнної відбудови в Одеському регіоні, разом із заходами, спрямованими на розвиток й відбудову України.

Потребує вирішення виробничі питання з налагодження роботи і реконструкції птахофабрик, птахоферм, яєчних комбінатів у Одеському регіоні: СТОВ «Лиманська», СТОВ «Чорноморська», СТОВ «Татарбунарська», СТОВ «Біляївська», «Бессарабський брелер» та інші, а тому реалізація заходів потребуватиме дій на регіональному рівні [3].

Заходи з селективного формування ланцюгів доданої вартості яєчної продукції, який може складатись із інтегрованих мереж виробництва, реалізації, переробки, торгівлі, інвестування, реклами, брендингу і т.д. Практичною складовою функціонування і зростання ринку яєць є фермерські господарства, сільськогосподарські підприємства, особисті селянські господарства ринку яєць, переробні підприємства, логістичні організації, рекламні фірми, мережі супермаркетів, тобто ті складові, де прикладаються праця, знання, навички і вміння, інтелект людини з метою створення, відтворення високої кінцевої доданої вартості в Одеському регіоні. Пропозиція з формування мережі доданої вартості ринку яєць й яєчної продукції складаються із багатьох різних ланцюгів її створення, використання й відтворення після війни в Одеському регіоні.

Основною їх селективною властивістю повинна стати адаптація їх роботи до нових повоєнних умов ринку яєць та можливість його докорінних якісних й кількісних змін у захисті яєчних-комбінатів, сільгоспідприємств від перевірок різних державних контролюючих органів, тобто дерегуляції ринку яєць, на період їх становлення, сталого розвитку виробництва. Заходи із залучення, стимулювання малого та середнього бізнесу до інвестування, кредитування приватних підприємств з виробництва яєць птахофермами необхідно: впровадження суб'єктами підприємницької діяльності системних методів безпечності у галузях первинного виробництва, особливо ж стосовно вирощування продукції тваринного походження (яйця, яєчні продукти) та її подальшого перероблення чи реалізації на вітчизняних агропродовольчих ринках [4].

Залучення у агропродовольчі ланцюги малих та середніх товаровиробників ринку яєць з метою отримання ними належних вигід, прибутків необхідно: активізувати практичну діяльність з селективного управління різних управлінських структур профільного департаменту аграрної політики, продовольства та земельних відносин Одеської (військово-цивільної адміністрації) обласної державної адміністрації та галузевих асоціацій ринку яєць.

Таким чином, також селективної ідентифікації можуть потребувати небезпечні джерела котрі продукують продовольчі ланцюги навантажень на навколишнє природне середовище після війни в Одеському регіоні (птахоферми, яєчні-комбінати тощо), які пов'язані із вирощуванням продовольчої продукції екологічно загрозового характеру (яєчного птахівництва, тощо) та їх переробленням, закриттям й утилізацією, реалізація потребуватиме даних заходів та дій на регіональному рівні у повоєнний час. Це дозволить забезпечити селективні логістичні маршрути товарних поставок яєчних продуктів та яєць, посилить коопераційні зв'язки між ланками ланцюгів, всебічно враховувати особливості вимог споживчих ринків [5].

Бібліографічні посилання

1. Колодинський С.Б., Крамський С.О., Дубницький В.І. Інфраструктурна підтримка регіональних інноваційних процесів / Монографія. Одеса: ОДАБА. «Екологія», 2021. – 256с.
2. Kramskiy S.O. Institutional support for formation of efficient logistic chains of commodity markets in external dimension. / *Економічні інновації*. Одеса: ІРЕЕД НАН України, 2021, Т.23, Вип.4(81). – 65-75.
3. Kramskiy S.O. [Risk-oriented approach management system of transport safety](#) / Bulletin of the Volodymyr Dahl East Ukrainian National University. Severodonetsk: 2017. 3(233). - P.90-94.
4. Крамський С.О., Нікольський В.В. Циклічно-генетична методологія управління проектами організації системи інтермодального хабу в умовах невизначеності / Зб. наук. праць. “Управління розвитком складних систем”. Київ: КНУБА. 2020 – №43.– С.40-46.
5. Kramskiy S.O., Tarakanov M.L., Antonyuk P.O. Organization forms of integration of agri-food markets into global value chains. / *Економічні інновації*: зб. наук. праць. Одеса: ДУ ІРЕЕД НАНУ, 2022. Т.24. Вип.1 (82). – 90-98.

Замкова М.С.
студентка гр. 076-21-3
Горпинич О.В.

*доцент кафедри прикладної економіки, підприємництва та публічного управління
Національний технічний університет «Дніпровська політехніка»*

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ УКРАЇНСЬКИХ БРЕНДІВ

Торгівля як вид підприємницької діяльності в сучасному світі суттєво впливає на розвиток економіки країни. На міжнародних торговельних ринках працюють тисячі різних компаній з різною спеціалізацією, які постійно конкурують між собою. Через такий активний вплив світової торгівлі на вітчизняний бізнес складно створити та популяризувати свій український бренд різних компаній.

На світовому ринку велика частка забезпечення потреб людства вже зайнята і практично неможливо, наприклад, конкурувати з всесвітньо відомими брендами таких гігантів як Apple або Google. Але попри усі перешкоди, український брендинг за останній час почав швидко розвиватися та достойно конкурувати на зовнішніх ринках. Основні тенденції цього розвитку полягають в наступному: – створення більш сильних брендів на підставі інвестування в них великих коштів; – вітчизняний бренд намагаються охопити більше сегментів ринку виробництва та продажу товарів, послуг (починаючи з харчової промисловості закінчуючи ринком надання лізингових послуг); – постійне вдосконалення видів та якості продукції, послуг, що орієнтовані на новітні світові розробки; – поширення асортименту або створення нового бренду однією компанією [1].

Наприклад, до недавнього тільки мала частка вітчизняного ринку косметики належала власним брендам, значний відсоток займали компанії з російським та білоруським брендами. Воєнна агресія проти України цих країн унеможливило в подальшому діяльність їх підприємств на ринку. Такий чинник позитивно впливає на поширення присутності вітчизняних брендів. Крім того труднощі з поставками іноземних товарів, що пов'язані з порушенням логістики та погіршення фінансового стану імпортерів (зростання курсу долара і як наслідок зростання ціни на продукцію) також суттєво впливають на зміни в попиті і переорієнтацію громадян на вітчизняні бренди. Ну і головне: героїчний супротив України проти російського абсолютного зла сформував у всьому світі пошану та зацікавленість до нашої країни, що також вплине на розвиток та успішну діяльність українських брендів на світових ринках. Маючи такі сприятливі чинники та існуючий потенціал багатьох бізнес-організацій треба налагоджувати виробництво товарів та послуг з українськими брендами, їх логістику та рекламу, просування га внутрішньому та зовнішніх ринках. Прикладом реалізації такої концепції є український бренд доглядової косметики Sane, який все більше набирає популярності серед споживачів, що мають можливість придбати товари через Інтернет. Виробництво продукції здійснюється на території України, продаж – через інтернет-магазини. Бренд обрав власну політику «якісний продукт доступний для всіх» [2].

На прикладі цього бренду можна теж виділити тенденції розвитку: інноваційний підхід до створення продукції; маркетинг, реклама товарних позицій у популярних соціальних мережах; наявність в вільному доступі інформації про бренд, про засновника, про сплату податків, про виробництво, про безпеку використання продукції; швидке пристосування до нових реалій продажу та потреб споживачів.

Бібліографічні посилання

1. Тенденції та перспективи розвитку брендингу в Україні. URL: <http://repository.hneu.edu.ua/bitstream/123456789/795/1/%D0%A8%D0%BB%D1%8F%D1%85%D0%BE%D0%B2%D0%B0>
2. Офіційний сайт бренду Sane. URL: <https://sane.com.ua/about-sane/>

Ільченко В. М.

к. е. н., доцент,

Університет митної справи та фінансів

Кисельов В. Р.

аспірант,

Університет митної справи та фінансів

ВПЛИВ ВІЙСЬКОВОЇ АГРЕСІЇ НА РОЗВИТОК СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

24 лютого 2022 року відбулася негативна історична подія – повномасштабне вторгнення росії до України. Під час військової агресії було вбито тисячі мирного населення (повної інформації з офіційних джерел наразі немає), а за різними підрахунками, близько 4 млн осіб вимушені були виїхати з нашої країни до країн Європейського Союзу, ще чверть населення стали внутрішньо переміщеними особами.

Все це являє величезну демографічну проблему, адже окрім того, що людям потрібно знайти прихисток, постає питання їх подальшого життя, а саме забезпечення базових потреб – освіта, лікування, харчування та працевлаштування. Крім того, наша країна потребувала розвитку соціального підприємництва і в довоєнний час, адже держава вже давно не повною мірою виконує соціальні функції [1].

Оскільки соціальне підприємництво являє собою систематичну, в тому числі інноваційну, господарську діяльність, яка передбачає розв'язання соціальних проблем [2], то урядові та неурядові міжнародні організації висловлюють всебічну підтримку переселенців, проте, на теренах нашої держави, діяльність більшості соціальних підприємств малого та середнього бізнесу призупинена через різні причини, серед яких пошкодження основних засобів виробництва внаслідок війни, неможливість доставки ТМЦ (відсутність логістичного зв'язку) та евакуація працюючого персоналу (звільнення, відпустки).

На сьогоднішній день Україна активно рухається до вступу в ЄС. Це означає не лише всебічну підтримку партнерів, але говорить про те, що перед країною стоїть виклик відбудови державних інституцій та інфраструктурного розвитку, аби бути прийнятою до Євросоюзу. Також варто зазначити, що децентралізація, яка була проведена в країні раніше, допоможе Україні пройти шлях успішної післявоєнної відбудови. Адже міжнародна програма реконструкції повинна базуватися на тісній співпраці з органами місцевого самоврядування і тут варто говорити, що саме соціальні підприємства забезпечують територіальний добробут, матеріальні цінності суспільства на певній території, цим самим розвиваючи її, не отримуючи прибутку, а працюючи для громад.

Державна підтримка соціального підприємництва повинна знизити податкове навантаження на них, дозволити власникам не сплачувати ЄСВ, допомагати виплатами на найманих співробітників, надавати кредитні канікули не лише на воєнний час, але й на рік чи декілька років після його закінчення, розробити модель дистанційної роботи з метою безпеки громадян та економії енергоресурсів [3].

Відбудова соціального підприємництва в Україні, на думку авторів, має містити такі стадії як: збереження людського потенціалу, надання гуманітарної допомоги та відновлення інфраструктури, інвестиції та розвиток робочих місць, модернізація виробничих процесів та спрощення технологічних процедур, інституційні реформи.

Відтак, починати відбудову соціального підприємництва потрібно з заходів, які спрямовані на збереження робочих місць та працюючого персоналу. Саме на цьому етапі необхідно узгодити економічні заходи воєнного стану з ризиками безпечної діяльності. Тут у прифронтових регіонах потрібно дбати про гуманітарну допомогу, забезпечення ліками, продуктами та паливом, а також займатися питаннями підтримки забезпечення зв'язку з іншими регіонами. Там, де можна більш безпечно працювати – займатися технічною та

інфраструктурною відбудовою. Слід активно розробляти програми підтримки малого та середнього бізнесу, соціального підприємництва та працюючого персоналу.

Попри важкий час в процесі відбудови для соціальних підприємців, як ні для кого іншого, постає необхідність на всіх стадіях відбудови подбати про заохочення, мотивацію та освіту персоналу. Окрім вітчизняних освітніх систем та центрів, пропонується залучати персонал зарубіжних університетів та міжнародних організацій за напрямом соціального підприємництва. Це дозволить, окрім концентрації ресурсів в провідних галузях, ще й залучити іноземний досвід соціального підприємництва.

В умовах кризи варто зосередитися на аспектах, які важливі для виживання бізнесу. Необхідно консолідувати зусилля для мінімізації негативних наслідків економічної кризи та недопущення закриття соціальних підприємств. Тому Українська соціальна академія надає підтримку, якої сьогодні потребують соціальні підприємці – проводять навчання на безкоштовних освітніх курсах для понад ста осіб: як почати соціальний бізнес, як адаптуватися до нових економічних реалій, як розробити ефективну стратегію продажів та розвитку бізнесу. Головна ідея – навчити не здаватися, а боротися з тимчасовими труднощами [4].

На сьогоднішній день, автори виділяють найголовніші проблеми, викликані війною – це витрати на утримання персоналу, на комплектування сховищ, на транспортування працівників, відчутною також є сплата за орендні платежі, адже відбувається скорочення виробництва, також проблеми зі збутом та, як наслідок, відсутність оборотних коштів. Підтримка соціального бізнесу органами місцевого самоврядування здебільшого здійснюється в межах програм підтримки середнього та малого бізнесу [5].

Більшість проблем соціального підприємництва на сьогоднішній день, зосереджено навколо уряду. Саме від державних механізмів та програм підтримки буде залежати те, як швидко та в яких масштабах пройде післявоєнна відбудова соціального підприємництва в Україні. Проте події, які сьогодні відбуваються, являють собою унікальну можливість для трансформації інституцій в країні. За результатами етапів відбудови, що запропоновані авторами, наша держава має отримати окрім сучасної інфраструктури та модернізації виробничих систем в соціальному підприємстві, приплив зарубіжних інвестицій. Питання підтримки соціального підприємництва неурядовими організаціями вітчизняних та зарубіжних представництв являє собою інтерес для подальших досліджень.

Бібліографічні посилання

1. Ільченко В.М. Інновації як концептуальна основа соціального підприємництва в Україні. Приазовський економічний вісник: електронний науковий журнал. 2022. №1 (30).
2. Соціальне підприємництво: від ідеї до суспільних змін. Посібник / Свинчук А.А., Корнецький А.О., Гончарова М.А., Назарук В.Я., Гусак Н.Є., Туманова А.А. – К: ТОВ «ПІДПРИЄМСТВО «ВІ ЕН ЕЙ», 2017 – 188 с., с.12.
3. Бізнес під час коронавірусу: як вижити в умовах карантину. URL: <https://inteltech.com.ua/uk/blogs/biznes-pid-chas-koronavirusu-yak-vyzhyty-v-umovah-karantynu>
4. Фарат О.В., Косовська В.В. Проблеми соціального підприємництва під час пандемії. Економіка та суспільство. Електронний журнал. 2021. № 31/2021.
5. Соціальне підприємництво в Україні EU4YOUTH - Розкриття потенціалу молодих соціальних підприємців в Молдові та Україні Аналітичний звіт 2020 р. https://www.euneighbours.eu/sites/default/files/publications/2020-11/Legal%20report%20in%20Ukraine_Ukrainian.pdf

Горпинич О.В.

*доцент кафедри прикладної економіки, підприємництва та публічного управління
Національний технічний університет «Дніпровська політехніка»*

СТАН ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ ПІСЛЯ ПЕРШИХ МІСЯЦІВ ВІЙНИ

Втрати України від повномасштабної воєнної агресії Росії з урахуванням як вже завданих інфраструктурі та економіці руйнувань, так і майбутніх втрат у наступні роки перевищують 1 трлн доларів. Сума одноразових втрат, яких зазнала Україна, становить уже 564,9 мільярда доларів США [1, 2].

Сума в 1 трлн доларів складається з трьох частин:

– прямі інфраструктурні збитки, тобто зруйновані мости, дороги, житло, будівлі. Зараз ця оцінка становить близько 120 млрд доларів, а з урахуванням військової інфраструктури та інших цивільних витрат – понад 270 млрд доларів;

– підрахунок втрат української економіки, тобто падіння ВВП у розрахунку на місяці, коли тривають бойові дії. Це – недоотриманий прибуток і не вкладені інвестиції, що оцінюється у 290 млрд доларів;

– втрати, отримані внаслідок зменшення ВВП у перспективі відносно довоєнних планів, адже підприємства, які мають приносити державі доходи, зруйновані.

Міністерство економіки також підтверджує, що прямі збитки (без урахування втрат економічного зростання) для інфраструктури України сягають щонайменше 120 млрд доларів США або майже 3,6 трлн гривень [3].

Скорочення національної економіки за підсумками місяця повномасштабної війни оцінюється у 35% і вище. МВФ також оцінює втрати України у 35% ВВП [1, 4]. За деякими прогнозами падіння економіки буде від 20 до 30% ВВП [5].

У перший місяць бойові дії велися у 10 областях, де розташовані підприємства, що становили приблизно 50% ВВП країни [1]. За розрахунками Національного банку, у період воєнного стану економіка України втрачає 50% «невиробленого» ВВП, тобто кожен тиждень воєнних дій «коштує» національній економіці понад 50 млрд гривень. І це без втрат від руйнувань [3, 4]. В перші тижні не працювало близько половини підприємств, наприкінці березня 2022р. втрата випуску продукції скоротилася до 25-35%, що одразу вплинуло на поточні доходи бюджету [2].

Зараз українська економіка найбільше страждає від «механічних» ушкоджень, завданих саме війною. До цього переліку входять зруйновані будинки, підприємства, тимчасова окупація окремих населених пунктів, порушення логістики тощо [5]. В той же час імпорт зупинився. Працюють лише критичні сектори – медицина, паливо, перевезення. Інші – заморожені, що веде до порушення виробничих ланцюжків [6].

Окрім матеріальних збитків, результатом війни стануть суттєві втрати людського капіталу, що є одним з ключових факторів економічного зростання.

Це відбуватиметься як через безпосередні людські втрати серед військових та цивільного населення, так і через те, що частина українських громадян – мільйони біженців – спробує залишитися на території ЄС або інших розвинених країн, якщо не буде відновлено їх впевненість у стійкості економічного зростання та нівельовано ризики нової агресії. Сотні тисяч людей залишилися без робочого місця [3].

Суттєвим ризиком щодо зростання національної економіки є сучасний стан експортних галузей (основні джерела валютних надходжень), на який впливає криза пов'язана з блокадою. Її країна-агресор запровадила щодо українського експорту, контролюючи більшу частину узбережжя Чорного моря.

Наприклад, реалізація Всесвітньої продовольчої програми показала, що Україна є одним з найбільших світових експортерів зерна. Багато країн, що розвиваються, зіткнулися з гострою продовольчою кризою, бо з портів України судна не можуть вийти. Після нападів на Херсон та облоги Маріуполя лише Одеса залишається відкритим великим портом, але російський військово-морський флот зупинив там усе судноплавство.

Звісно в експортних галузях триває переорієнтація з морських поставок на залізничні через Східну Європу. Але в сучасних умовах залізниця ніяк не може компенсувати перевезення, зупинені морською блокадою. Залізничні колії, що йдуть до Румунії та в решту країн Європи, непорівнянні з обсягом товарів, які можна доставляти споживачу морським транспортом – він становить лише мізерну частку того, що може бути відправлено морем [7].

Очевидно, що війна є масштабним структурним шоком для економіки України. Прем'єр-міністр Денис Шмигаль зазначив що подальший розвиток української економіки залежатиме від того, наскільки швидко відновить роботу бізнес.

За місяць війни український бізнес втратив більше, ніж за два роки пандемії. Обсяг завданої шкоди та довгострокові наслідки оцінити важко, адже бойові дії на території країни тривають.

Чимало підприємств опинилися в районах активних бойових дій і змушені були евакуюватися в більш безпечні регіони або припинити роботу. Однак навіть ті бізнеси, які відносно далеко від обстрілів, потерпають через проблеми з логістикою та нестачу сировини.

Як свідчить опитування Європейською Бізнес Асоціацією, лише 17% компаній працюють у повному обсязі, а кожна третя не працює. Третина підприємців планує відновити діяльність. Приблизно такі ж результати показали й опитування інших організацій [4].

Але в умовах війни бізнес повинен працювати там, де це можливо, платити податки та давати країні ресурс для продовження оборони та переходу у наступ. І є позитивні приклади відновлення підприємництва. У Дніпропетровській області відновив роботу середній та великий бізнес – із 22 великих підприємств запрацювало 21, повідомила Дніпропетровська обласна військова адміністрація з посиланням на її голову Валентина Резніченка. Він назвав поновлення діяльності підприємців «поверненням до нормального життя» [8].

Бібліографічні посилання

1. Шмигаль оцінює загальні збитки від війни в 1 трильйон доларів. URL: <https://www.volynpost.com/news/201815-shmygal-ocinyuie-zagalni-zbytky-vid-vijny-v-1-tryljon-dolariv>
2. Кравцев С. Другий місяць війни: що буде з економікою України та Росії – до чого готуватися. URL: <https://money.comments.ua/ua/news/economy/drugiy-misyac-viyini-scho-bude-z-ekonomikoyu-ukraini-ta-rosii-do-chogo-gotuvatisya-696528.html>
3. Степанюк Є. Коли закінчиться війна. Які кроки необхідні для економічного відновлення України після війни? URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2022/03/14/683967/>
4. Рихлицький В. Бізнес в умовах війни: хто зазнав найбільших втрат та як відновлюються підприємства. URL: <https://www.epravda.com.ua/publications/2022/03/23/684549/>
5. Вечканова О. Із нас зроблять вітрину: економіст розповів, що чекає на Україну та росію після війни. URL: <https://telegraf.com.ua/ukr/jekonomika-i-finansy/2022-03-25/5700464-iz-nas-sdelayut-vitrinu-ekonomist-rasskazal-chto-zhdet-ukrainu-i-rossiyu-posle-voyny>
6. Сочинський В. Війна закінчиться — що далі? Як відновлювати країну після закінчення війни. Першочергові завдання для уряду, бізнесу та міжнародних партнерів. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2022/03/10/683726/>

7. Ще рано зітхати з полегшенням. Американський філософ Френсіс Фукуяма – про те, що має стати метою № 1 США в Україні. URL: <https://nv.ua/ukr/opinion/recommends/viyana-v-ukrajini-fukuyama-pro-te-shcho-mayut-zrobiti-ssha-rosiya-chorne-more-novini-ukrajini-50233363.html>

8. На Дніпропетровщині відновило роботу 21 велике підприємство з 22 наявних – голова ОВА. Поновлення діяльності підприємців – це «повернення до нормального життя». URL: <https://mind.ua/news/20238087-na-dnipropetrovshchini-vidnovilo-robotu-21-velike>

Васильєва О.О.

*декан факультету міжнародного туризму та економіки, д.е.н., доцент
Національний університет «Запорізька політехніка»*

Горошкова Л.А.

*професор кафедри екології, д.е.н., доцент
Національний університет «Києво-Могилянська академія»*

МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ УПУЩЕНОЇ ВИГОДИ ВНАСЛІДОК ЗБРОЙНОЇ АГРЕСІЇ

Російська збройна агресія проти України завдала українській економіці значних матеріальних втрат: руйнування інфраструктури, знищення та пошкодження майна підприємств усіх форм власності. Особливо відчутними є збитки для підприємств малого та середнього бізнесу, для яких є характерним високий рівень ризику й нестабільності доходів внаслідок вагової залежності від зовнішніх чинників. Малий та середній бізнес за своєю природою орієнтовані на використання доступних ресурсів, що, в першу чергу, можуть бути втраченими чи пошкодженими. Розвиток малого бізнесу, який виконує ряд специфічних соціально-економічних функцій, є локомотивом багатьох економік світу, надзвичайно важливий у відбудові економіки України у післявоєнний час. Кабінетом Міністрів України 20 березня 2022 року була прийнята постанова № 326 «Про затвердження Порядку визначення шкоди та збитків, завданих Україні внаслідок збройної агресії Російської Федерації», в якій затверджено процедуру визначення розміру шкоди та збитків за 15 напрямками. Одним із напрямів є економічні втрати підприємств – напрям включає втрати підприємств усіх форм власності внаслідок знищення та пошкодження їх майна, а також упущену вигоду від неможливості чи перешкод у провадженні господарської діяльності. Відповідно до Постанови № 326 основними показниками, за якими оцінюються шкода та збитки є: вартість втраченого, знищеного чи пошкодженого майна; упущена вигода (доходи, які підприємство могло б реально одержати за звичайних обставин, якби його майно не було знищене чи пошкоджене).

При визначенні упущеної вигоди доцільно користуватись наступними критеріями: звичайності обставин, розумності витрат, компенсаційності відшкодування. Умовою для визначення упущеної вигоди є підтвердження її реальності та матеріальності, обґрунтований розмір передбачуваного доходу або прибутку.

Методика визначення упущеної вигоди залежить від характеру та виду діяльності суб'єкта господарювання. Якщо підприємство стабільно функціонує тривалий період, в основу визначення розміру відшкодування може бути покладено фінансові звіти за 3-5 років, якщо ж відсутня інформація про тривалу діяльність, доцільно використовувати сценарний аналіз, за допомогою якого можна з певною ймовірністю оцінити упущену вигоду. Експертна оцінка може бути виконана шляхом побудови математичної моделі на принципах інформаційної достатності за умови використання облікових та фінансових документів.

Оцінка суми упущеної вигоди може визначатись із використанням прямого, оціночного або гібридного підходів, в залежності від специфіки суб'єкта господарювання.

При визначенні упущеної вигоди доцільно враховувати особливості ведення бізнесу в різних галузях національного господарства. В промисловості вагому роль відіграє втрата кваліфікованого персоналу і додаткові витрати на навчання; підприємства сфери обслуговування можуть отримати збитки у вигляді упущеної вигоди і без пошкодження чи втрати майна; сільськогосподарська галузь – найбільш вразливий сектор з точки зору упущеної вигоди внаслідок війни, а також найбільш складний об'єкт для розрахунку суми упущеної вигоди з огляду на значну кількість факторів, що повинні бути враховані. На наш погляд, упущена вигода в результаті збройної агресії може мати місце і без прямих матеріальних збитків, а в результаті скорочення або припинення діяльності підприємства під час війни, що протирічить формулюванню Постанови № 326, і потребує нормативного врегулювання.

Тимошенко Л.В.

*доцент кафедри прикладної економіки, підприємництва та публічного управління
Національний технічний університет «Дніпровська політехніка»*

Кухар А.О.

студентка гр. 076-21-1

Національний технічний університет «Дніпровська політехніка»

СУЧАСНІ ОРГАНІЗАЦІЙНІ ФОРМАТИ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ

Ведення торговельного бізнесу має певну спрямованість і організовується для досягнення поставлених цілей. Торгівля, виступаючи елементом ринку, формується на його принципах, які визначають умови розвитку торговельного підприємництва.

В умовах сьогодення функціонування підприємств роздрібною торгівлі характеризується наявністю високої нестабільності та значної конкуренції, супроводжується постійними трансформаціями.

В роздрібній торгівлі існує багато моделей, які відрізняються складом організаційних елементів, їх взаємозв'язком та функціональною спрямованістю.

Поняття формату в роздрібній торгівлі правомірно використати як вираз форми організації торговельної діяльності організацій, об'єднань, асоціацій, інших формувань. На практиці найбільш розповсюджений формат торговельних мереж, у межах якого функціонує одночасно один чи декілька типів підприємств роздрібною торгівлі [1].

Відповідно до [2] тип підприємства роздрібною торгівлі характеризується асортиментним профілем, розміром торговельної площі, методом продажу, ціновими характеристиками пропонованих товарів.

На українському ринку в сучасних умовах найбільшого розповсюдження набули наступні види форматів роздрібною торгівлі, які представлено в табл. 1.

Таблиця 1

Види форматів роздрібною торгівлі

Формати	Види роздрібною торгівлі
Формати, що пропонують переважно продовольчий асортимент	гіпермаркети, супермаркети та його різновиди (класичний, економічний, супермаркет делікатесів), дискаунтери, міні-маркети, магазини біля дому
Формати, що пропонують переважно непродовольчий асортимент	універсальні магазини, дрогери, будівельні та меблеві ринки (гіпермаркети), склади-магазини
Синтетичні формати	торговельні центри, моли, торгові галереї, торгові вулиці

Побудовано за матеріалами [3]

Особливим видом організації торговельної діяльності, який за рахунок масштабності та обсягів товарообороту дозволяє знижувати витрати, виступає ритейл. Політика формування низьких цін, програми лояльності, постійна наявність основного асортименту в системі ритейлу привертає увагу та залучає велику кількість споживачів. Окрім цього ритейл забезпечує надання послуг постачальникам продукції, проводить промоушен-акції, рекламну діяльність, а також здачу в оренду торгових площ. Це забезпечує мережним ритейлерам отримання доходів від здійснення підприємницької діяльності та прибутків.

Концентрація торговельного капіталу посилює на організованому ринку роздрібну торгівлю позицій мережних ритейлерів. У науковому і практичному лексиконі отримали поширення терміни, дотичні до ритейлу [4]:

- стріт-ритейл – об'єкти роздрібної торгівлі, розташовані, як правило, на перших поверхах пішохідних вулиць з великою пропускнуою здатністю;
- фуд-ритейл – мережева роздрібна торгівля продовольчими товарами; ритейл-парк – комплекс з декількох одно- і двоповерхових будівель чи споруд, які згруповані біля великої автостоянки,
- ритейлер-компанія (супермаркет, брендовий магазин, автосалон, аптека, банк тощо), яка реалізує товари чи послуги приватним клієнтам та ін.

Ритейл найчастіше ототожнюють зі сукупністю механізмів і технологій роздрібних продажів, визначають як економічну діяльність, що пов'язана з реалізацією товарів і послуг кінцевим споживачам: індивідуумам, бізнес-структурам. Низькими цінами, лояльністю відносини і постійною наявністю основного асортименту ритейл привертає і буде залучати велику кількість споживачів, що в свою чергу призводить до отримання прибутків за рахунок оборотів.

Продовольчий ритейл перебуває на порозі глибоких змін. На думку експертів, великі формати будуть сповільнювати свій розвиток, продовжать активно розвиватись дискаунтери та «магазини біля дому», торговельні точки спеціалізованого ритейлу - магазини екопродуктів, сирів, пива. Щодо поведінки споживачів, то посилиться тенденція популяризації продуктів, готових до споживання, продуктів фреш-сегменту. Також поширяться популярність таких елементів самообслуговування, як обладнання для приготування кави, морозива, соків [5].

Отже сфера роздрібної торгівлі України поповнюється новими форматами. Розвиток та впровадження нових форматів роздрібного торговельного підприємництва обумовлено прагненням цих суб'єктів бізнесу забезпечити нагальні потреби споживачів широкою пропозицією товарів з урахуванням сучасних тенденцій та реалій бізнес-середовища.

Бібліографічні посилання

1. Гуштан Т. В. Типи і формати в роздрібній торгівлі: теоретичні аспекти. http://journals-lute.lviv.ua/journal/20_2017/22.pdf
2. ДСТУ 4303:2004 Роздрібна та оптова торгівля. Терміни та визначення понять. URL: http://document.ua/rozdrubna-ta-optova-torgivlja_-termini-ta-viznachennja-ponja-std2527.html
3. Торговельне підприємництво: навчально-методичний посібник / Н. Л. Савицька, І. Ю. Мелушова, А. В. Красноусов, К. С. Олініченко. Х.: Видавництво Іванченка І. С., 2017. 214 с.
4. Гальків Л. І., Демчишина М. Я., Грищук Д. В. Інноваційний імператив розвитку ритейлу як деактиватор ризиків і загроз соціально-економічній безпеці. URL: http://irbis-nbu.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbu/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/VNULPP_2016_847_12.pdf
5. Бойко Л.О. Український ринок продовольчого ритейлу // «Інноваційне підприємництво та торгівля: сучасний стан та перспективи розвитку»: матеріали науково-практичної Інтернет-конференції, 16-17.04.2020 р. Херсонський державний аграрно-економічний університет, м. Херсон. 2020 р. С. 26-28.

Власенко А. В.*ст. гр. 072-18-1***Крилова О.В.***доцент, к.т.н., доцент.**Національний технічний університет «Дніпровська політехніка»***ФІНАНСОВА ДІЯЛЬНІСТЬ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ВІЙСЬКОВОГО СТАНУ**

Фінансова стабільність сільськогосподарського підприємства є запорукою продовольчої безпеки та основою експортного потенціалу країни. Фінансове забезпечення діяльності сільськогосподарських підприємств в Україні здійснюється переважно у вигляді самофінансування; кредитування; бюджетне фінансування державних та регіональних програм.

Пандемія коронавірусу, що почалася на початку 2020 року, та воєнний стан в Україні суттєво вплинули на всі сфери життя країни, у тому числі на фінансові можливості сільгоспвиробників та їх можливості щодо здійснення своєї діяльності. Аграрії завжди потребують додаткового фінансування на посівний період. Відсутність коштів у аграріїв значно ускладнить посівну кампанію, що в свою чергу зменшує пропозицію сільськогосподарської продукції. Натомість слід сказати, що нестача оборотних коштів у сільськогосподарській продукції негативно позначиться на суміжній галузі – постачання сільськогосподарської техніки. В умовах падіння доходів та обмеженого доступу до доступних кредитів сільськогосподарські товаровиробники почнуть економити на агротехніці та оновлювати парк сільськогосподарської техніки та обладнання. [1]. Військовий стан в Україні був запроваджений на початку весняної посівної кампанії 2022 року. Ймовірно, це спровокує кризу в країні, нестачу продовольства у майбутньому. Продовольча криза не обмежиться кордонами нашої країни, а вплине на світовий продовольчий ринок. Сьогодні сільгоспвиробники не можуть експортувати зібраний минулорічний урожай, оскільки вся портова інфраструктура країни заблокована агресором.

З метою підтримки в складних економічних умовах, аграрії у 2022 році отримують фінансову підтримку шляхом компенсації процентних ставок за кредитами при максимальній сумі кредиту 50 млн грн, терміном до 6 місяців, кредити надаються на посівну кампанію в період воєнного стану та максимальний розмір державної гарантії за портфельними кредитами встановлено на рівні 80% [2].

Окрім підтримки кредитного фінансування, встановлені податкові пільги для аграріїв, які розташовані на територіях, на яких ведуться (велися) бойові дії, а саме: тимчасово не нараховується та не сплачується плата за землю за земельні ділянки; тимчасово, за 2022 та 2023 роки не нараховується та не сплачується загальне мінімальне податкове зобов'язання за земельні ділянки. Крім того, платники єдиного податку 4 групи мають право перейти до сплати єдиного податку в розмірі 2% [3].

Через військовий стан та пов'язані з ним обмеження та неможливість здійснювати посівну діяльність в деяких регіонах країни, аграрний бізнес стане ще більш важливим для української економіки.

Бібліографічні посилання

1. Ходаківська О.В., Тулуш Л.Д., Пугачов М.І., Крушельницький М. В. Методологічні підходи до оцінювання впливу карантинних заходів, пов'язаних із поширенням COVID-19, на фінансову складову аграрної економіки. Економіка та держава. 2021. № 9/20. С. 45—51.
2. Постанова КМУ №98 09.02.22 «Про внесення змін до деяких постанов КМУ щодо державної підтримки сільгосптоваровиробників»
3. Закон України №2120-ІХ 15.03.22 «Про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законодавчих актів України щодо дії норм на період воєнного стану»

Нишпора В.П.*ст. зр. 072-18-1***Крилова О.В.***доцент, к.т.н., доцент.**Національний технічний університет «Дніпровська політехніка»***АНТИКРИЗОВЕ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ**

Значна кількість вітчизняних підприємств знаходяться в складному фінансовому становищі, подолання якого вимагає не тільки мобілізації всіх внутрішніх ресурсів підприємства, а й пошуку зовнішніх джерел фінансування. Підґрунтям виникнення такої ситуації в період 2020-2022 роках в Україні стали не прорахунки в стратегічних планах підприємств, а набір конкретних факторів зовнішнього середовища, що не дозволили підприємствам попередити і спрогнозувати зміни, а також довели нездатність більшості керівників адекватно реагувати в нестабільному середовищі.

Однією з серйозних форм впливу зовнішніх руйнівних факторів, яка може бути найбільш небезпечною щодо подальшого функціонування підприємства, є фінансова криза, яка виражається в порушенні фінансової рівноваги підприємства і відображає протиріччя між фактичним станом його фінансового потенціалу та необхідним обсягом фінансових потреб [1].

В період воєнного стану стає вкрай необхідно впровадження антикризового фінансового управління та розробка комплексу таких управлінських рішень, які спрямовані не тільки на подолання наслідків скорочення ринків збуту, відтоку персоналу, але й пов'язані з пошуком ефективних та дешевих фінансових ресурсів, щоб забезпечити безперерйне функціонування підприємства та мінімізувати негативні наслідки.

З метою запобігання банкрутству на підприємствах повинні бути передбачені заходи, що забезпечують своєчасність виявлення ознак погіршення фінансового стану і сприяють їх ліквідації. Елементи таких заходів слід передбачати в фінансових планах, бізнес-планах, розробках по маркетингу і менеджменту та інших документах.

Реалізація політики антикризового управління підприємством при загрозі банкрутства передбачає наступні заходи:

- здійснення постійного моніторингу фінансового стану підприємства з метою раннього виявлення ознак його кризового розвитку;
- визначення масштабів кризового стану підприємства;
- дослідження ступеня впливу окремих факторів на форми і масштаби кризи;
- прогнозування розвитку підприємства при впливу факторів, що мали найбільший негативний вплив.

Окрім розробки антикризової програми підприємства в період воєнного стану, КМУ та Верховна Рада України також вживають повномасштабні антикризові заходи щодо адаптації підприємств до воєнного стану, як в галузях промисловості, сільському господарстві, в сфері податків, та також на валютному та фінансовому ринках [2].

Тому для того, щоб зберегти своє місце на ринку та продовжувати працювати в умовах кризових явищ, підприємства повинні враховувати фактори впливу військових дій на структуру капіталу, планувати та прогнозувати власні кроки, що вимагає постійного моніторингу ринку фінансових, енергетичних, матеріальних та трудових ресурсів.

Бібліографічні посилання

1. Бланк И.А. Финансовый менеджмент . Учеб. курс. 2-е изд., перераб. и доп. К.: Эльга, НикаЦентр, 2007. 521 с
2. Тиравський В. Як працюватиме економіка в умовах воєнного стану 25.03.2022. URL: https://finance.ua/ua/saving/kak-budet-rabotat-ekonomika-v-usloviah-voennogo-polozhenia#headline_8

Позднякова А. О.

ст. гр. 072-18-1

Крилова О.В.

доцент, к.т.н., доцент.

Національний технічний університет «Дніпровська політехніка»

НЕОБХІДНІСТЬ ОРГАНІЗАЦІЇ ФІНАНСОВОГО ПЛАНУВАННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Діяльність підприємства постійно взаємодіють з багатьма елементами зовнішнього середовища, що істотно впливає на їх конкурентоспроможність, цілі та напрями розвитку, фінансові результати. За таких обставин компанія несе відповідальність за управління цими елементами, потребує передбачити зміни та використовувати їх на свою користь [1].

Загальні умови управління визначають можливість і необхідність планування як виду управлінської діяльності. Підприємство самостійно визначає планові та нормативні показники, тому керівництву необхідно знати об'єктивні закономірності розвитку підприємства, володіти практичними навичками та компетенціями для успішної реалізації виробничо-фінансових програм.

Система фінансового планування включає стратегічний, тактичний та оперативний рівні, які мають бути чітко збалансованими та скоординованими. Розподіл обов'язків та компетенції доцільно розподілити між керівництвом таким чином, що за прийняття рішень підсумкових планів відповідає вищий керівник, а за розробку та виконання оперативних та функціональних планів – керівники функціональних підрозділів [2].

У сучасних умовах, коли усі підприємства зіткнулися спочатку з наслідками пандемії коронавірусної інфекції, з карантинними обмеженнями, а потім з військовими діями в Україні, роль фінансового планування повинна кардинально змінитися. Тепер компанії мають бути зацікавлені в реалістичній оцінці свого фінансового стану на сьогодні і на найближче майбутнє. Завдяки фінансовому плануванню підприємство зможе прогнозувати та керувати своєю платоспроможністю, контролювати ліквідність балансу, обґрунтовувати та вибирати джерела фінансування, але тільки на короткострокову перспективу.

Ефективно діюча система короткострокового фінансового планування дозволяє своєчасно виконувати зобов'язання перед бюджетом, соціальними фондами, банками та іншими кредиторами та підтримати економіку країни в складний період. Для цього необхідно заздалегідь розрахувати доходи та витрати, врахувати наслідки інфляції, зміни в цінах енергоресурсів, зміни ринкової кон'юнктури, порушення партнерами договірних зобов'язань та інші можливі форс-мажорні обставини в умовах військового стану.

Система фінансового планування в умовах військового стану потребує вдосконалення шляхом надання можливостей та механізмів оцінки доцільності фінансових планів, у тому числі зниження обсягу продажів, частки оплати, зниження надмірного попиту на фінансові ресурси. Також необхідно забезпечити можливість синхронізації планів на рівні функціональних підрозділів та центрів фінансової відповідальності, необхідно змінити підхід до розробки планів, адже це мають бути не лише плани на аркушах, а конкретні вказівки спеціалістів на всіх рівнях керівництва. Тільки в цьому випадку підприємства зможуть подолати негативні наслідки економічного розвитку в країні та зберегти своє функціонування.

Бібліографічні посилання

1. Гринько Т.В., Андросова І.О. Підходи до впровадження стратегічного планування на торговельних підприємствах. Проблеми економіки. № 4 (46), 2020. С. 146-154.
2. Чемчикаленко Р.А. [Організація фінансового планування на підприємстві](#) / Р.А. Чемчикаленко, О.В Майборода, КА Кобзар // Приазовський економічний вісник, Випуск 4(04). 2017. С.100-106

Сотніков В.А.

Сердінова А.С.

аспірант каф. МЕ, університету Selinus

ЕКОНОМІКА КРАЇН ЄЦА В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ COVID – 19

Пандемія нового вірусу — COVID-19 спричинила падіння основних світових показників розвитку економіки. Усі держави були вимушені впровадити карантинні обмеження, які негативно впливали на економіку: заборона на відвідування торгово-розважальних центрів, проведення масових заходів, обмеження на пересування як за кордон країни, так і в її межах. Усі ці обмеження викликали скорочення виробництва підприємств, зростання рівня безробіття та інші соціально-економічні проблеми [1].

Після спаду в 2020 році, що склав, згідно з оцінками - 3,4%, зростання світової економічної активності відновилося, однак вона, як і раніше, була набагато нижча за рівень, який прогнозувався на початок пандемії. У світовій торгівлі, обсяг якої скоротився у 2020 році на 8,3%, незабаром після проходження мінімуму, досягнутого у другому кварталі 2020 року, відновилося зростання, а до листопада обсяг торгівлі товарами вже перевищив допандемічний рівень. До початку другого кварталу 2021 року зростання світової торгівлі товарами різко сповільнилося, а темпи зростання склали близько третини показника попереднього кварталу і продовжували втрачати динаміку у липні. Як показують дані досліджень, зниження темпів зростання тривало і наступні місяці, і в третьому кварталі 2021 року.

У середньому до пандемії COVID-19 конкурентне середовище в регіоні ЄЦА (країни Європи та Центральної Азії), оцінювана за різними показниками, була сильнішою в країнах з ринком, що формується, і економіках, що розвиваються, з більш високим рівнем доходів. У країнах з більш досконалим конкурентним середовищем підприємства в докризовий період мали високу продуктивність праці, що вимірюється у вигляді обсягу продажу на одного працівника 2019 року.

Вплив пандемії COVID-19 на підприємства в регіоні ЄЦА був глибоким та нерівномірним. Так, дрібним підприємствам важче впроваджувати нові технології чи бізнес-моделі, у них менше шансів на отримання державної підтримки, і, отже, ймовірність їхнього виходу з ринку вища.

Згідно з даними обстеження Світовим банком, що проводилося з травня по листопад 2020 року, обсяги місячних продажів підприємств впали в середньому на 24%, порівняно з роком раніше; цифри коливалися від 7% у Латвії до 57% у Молдові (табл.1) [2].

Середнє падіння обсягів місячних продажів у підприємств із травня по листопад 2020 року склало 24%, а середнє скорочення чисельності працівників, зайнятих повний робочий день, - 10% порівняно з роком раніше. До другого раунду, який проводився в період з листопада 2020 року до травня 2021 року, кожне четверте підприємство допускало можливість прострочення платежів за існуючими фінансовими зобов'язаннями протягом наступних шести місяців. Відносно невеликі та молодші підприємства сильніше постраждали від кризи, спричиненої COVID-19.

Таблиця 1- Вплив кризи, спричиненої COVID-19, на стан підприємств у регіоні ЄЦА

Країна	Зміна (%) місячних продаж	Зміна (%) постійних робітників	Допускають прострочення платежів впродовж півроку	Почали або збільшили обсяг діяльності он-лайн	Ввели або розширили механізми віддаленої роботи
Білорусь	-19	-4	18	32	40
Грузія	-47	-37	28	27	45

Латвія	-7	-13	10	14	30
Молдова	-57	-20	56	32	36
Польща	-19	-5	17	17	20
Румунія	-18	-9	57	13	20
Туреччина	-31	-1	27	47	34

У підприємств, на яких до кризи продуктивність праці була високою, обсяги продажу та чисельність працівників впали менше, ніж у підприємств із низькою докризовою продуктивністю праці. Крім того, більш продуктивні компанії з більшою ймовірністю змогли адаптуватися до кризової ситуації, розширивши масштаби віддаленої роботи та ділової активності в режимі онлайн.

Бібліографічні посилання

1. Якимишин І. Ю. Вплив Covid-19 на економіку країн світу. 2021 [Електронний ресурс]/ <https://www.unn.com.ua/uk/news/1853021-analitiki-otsinili-ekonomichni-naslidki-koronavirusu-covid-19-v-usomu-sviti>
2. Група Всесвітнього банку. Конкуренція та відновлення підприємства після пандемії COVID-19. Доповідь про економіку регіону Європи та Центральної Азії. Управління головного економіста. Осінь 2021. [Електронний ресурс]/ <http://www.worldbank.org/ecase>

Serdinova Anna

PhD student of IEF, Selinus University

USING TAX INCENTIVE SCHEMES TO ATTRACT FDI THE EXPERIENCE OF TURKEY

Era of economic liberalization of Turkish economy started in 1980's. The government faced the need to privatize of State Economic Enterprises, to innovate technological transformation, to overcome the deficit in the balance of payments and to diminish unemployment over the future decades. Turkey aimed to increase the integration of its' economy with the word economy and to attract more foreign capital to the Country.

According world bank and UNCTAD researches, and also to the works of vast majority of economists such as Ernst & Young, Moran T., Oman C., Wells L., Jacques Morisset and Neda Pirina tax incentives instruments do attract foreign direct investments [2,3].

The Turkish Government introduced two incentive packages in 2016. The first one was called "centre of attraction" and the second – "super incentives". They provide comprehensive support to the qualified investments [1].

The "centre of attraction" programme aims to balance the development level within the regions through increase in employment, production and exports. The "super incentive" aim to meet any critically important current or future requirements of Turkey, develop technologic capacity in the fields that technologically Turkey fall behind, improve Turkey's competitive power and support R&D focused investments.

The Turkey is separated into six regions based on the development level of the district/cities in these regions. The first three zones represent more developed regions, respectively, whereas the last three show relatively less developed zones in Turkey (see Fig. 1)



Figure 1. Map of Turkey showing the six regions for the Investment Incentives Scheme.

In order to benefit from the incentives granted to foreign investors, you need to obtain the Investment Incentive Certificate (IIC). Offers of Turkish investment tax incentives system are as follows:

1. Customs Duty Exemption: Customs duty is not paid for the machinery and equipment provided from abroad (imported) within the scope of the investment encouragement certificate.

2. VAT Exemption: In accordance with the measure, VAT is not paid for imported and/or domestically provided machinery and equipment within the scope of the investment encouragement certificate.

3. Tax Deduction: Calculation of income or corporate tax with reduced rates until the total value reaches to the amount of contribution to the investment according to envisaged rate of contribution.

4. Social Security Premium Support (Employer's Share): The measure stipulates that for the additional employment created by the investment, employer's share of social security premium on portions of labor wages corresponding to amount of legal minimum wage will be covered by the Ministry.

5. Land Allocation: Refers to allocation of land to the investments with Investment Incentive Certificates, if any in that province in accordance with the rules and principles determined by the Ministry of Finance.

6. Interest Support: Interest support, is a financial support instrument, provided for the loans with a term of at least one year obtained within the frame of the investment encouragement certificate. The measure stipulates that a certain portion of the interest/profit share regarding the loan equivalent of at most 70% of the fixed investment amount registered in the certificate will be covered by the Ministry.

7. Income Tax Withholding Allowance: The measure stipulates that the income tax regarding the additional employment generated by the investment within the scope of the investment encouragement certificate will not be liable to withholding. The measure is applicable only for the investments to be made in Region 6 within the scope of an investment encouragement certificate.

8. Social Security Premium Support (Employee's Share): The measure stipulates that for the additional employment created by the investment, employee's share of social security premium on portions of labor wages corresponding to amount of legal minimum wage will be covered by the Ministry. The measure is applicable only for the investments to be made in Region 6 within the scope of an investment encouragement certificate.

9. VAT Refund: VAT collected on the building & construction expenses made within the frame of strategic investments with a fixed investment amount of 500 million TL will be rebated.

The validity of tax incentives represented in 1-6 region is presented in table 1. The new investment incentives system defines the regions priority and supports that region according to Regional Investment Incentives Scheme. If priority investments are made in Region 6, the regional incentives available for this particular region shall apply. The sectors to be supported in each region are determined in accordance with regional potential and the scale of the local economy, while the intensity of supports varies depending on the level of development in the region.

Table 1. Types of tax incentive instruments in Turkish regions

Incentives	Customs duty	VAT	Tax deduction	SS employer	Land Allocation	Interest Support	Income w/h tax	SS employer	VAT refund
General Investment	✓	✓		✓			✓		
1-st region	✓	✓	✓	✓	✓				✓
2-nd region	✓	✓	✓	✓	✓				✓
3-rd region	✓	✓	✓	✓	✓	✓			✓
4-th region	✓	✓	✓	✓	✓	✓			✓
5-th region	✓	✓	✓	✓	✓	✓			✓
6-th region	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

The debate about the impact of tax incentives on FDI is far from over. Nevertheless, the emergence of global companies will have a significant impact on government revenues. These companies will be able to shift their activities to low-income regimes because they are more sensitive to tax incentives. Positive experience of Turkish tax incentives schemes prove the effectiveness of such economic policy.

References

1. The new Turkish tax incentive system. [Електронний ресурс]/ Ministry of industry and technology. Режим доступу: <https://www.sanayi.gov.tr/anasayfa>
2. Henisz, W., “The multinational investment,” The Journal of Law, Economics and Organization, 16(2):334-364. 2000
3. Moran, T. International political risk management: the brave new world, Washington, D.C.: The World Bank. 2004
4. Wells, Jr., Allen, Morisset, and Pirnia, Using Tax Incentives to Compete for Foreign Investment. FIAS Occasional Paper 15. Washington. D.C.: World Bank. 2001

Шинковський Д.О.
Національний технічний університет «Дніпровська політехніка»
Сердінова А.С.
аспірант каф. МЕ, університету Selinus

ІННОВАЦІЙНІ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ПОВЕДІНКИ: СТРАТЕГІЯ «БЛАКИТНОГО ОКЕАНУ»

Сучасні умови організації та ведення підприємницької діяльності тісно пов'язані з стратегічним плануванням роботи на ринку. Головна мета підприємництва полягає в одержанні та максимізації прибутку, але в умовах перевищення пропозиції над попитом майже в усіх сферах економіки, це стає майже неможливим. Таким чином, підприємці зосереджуються на боротьбі за покупців, яка веде до жорстких цінових війн та втрати прибутку. [1]

Вивчаючи стратегічні рішення, які приймалися на протязі 100 років у більш ніж 30 галузях економіки, автори книги «Стратегія Блакитного океану» У. Чан Кім та Рене Моборн стверджують, що компаніям щоб досягти успіху на ринку треба не боротись із конкурентами, як це завжди робилося, а створити для себе так звані «Блакитні океани». За книгою існуючий ринковий простір розглядається як два океани: червоний та блакитний.

Червоний океан – це конкурентний ринок з великою кількістю підприємців. Щоб привабити клієнта, вони знижують ціни, використовують різні рекламні акції і пропозиції, тим самим збільшуючи витрати та зменшуючи вигоду. Звідси і колір океану – червоний – колір крові, пролитої конкурентами у постійній боротьбі за покупців. Зокрема блакитні океани визначають незаймані ділянки ринку, які відрізняються відсутністю конкуренції через невідомість галузі на даний момент. Маючи за мету створення унікального ринкового простору без конкурентів, організація та ведення підприємницької діяльності в блакитному океані спирається на принцип: єдиний спосіб перемогти конкурентів – припинити намагатися це зробити. [2]

Базовим елементом стратегічної відмінності блакитного океану є інновація цінності. Інновація цінності полягає в однаковому наголошуванні на цінності та інновації. Для стратегії реалізації продукції в умовах червоного океану компанія намагається перемогти конкурентів за допомогою зниження цін, введення технологічних інновацій та ін.. Компанії в блакитному океані стратегію свого бізнесу підпорядковують іншій меті, яка називається «інновація цінності»

Одним з ключових елементів систематичного підходу підприємницької поведінки є факторний аналіз. Метою факторного аналізу є зменшення дійсної кількості ознак та факторів, що визначають мінливість, до невеликого числа пріоритетних змінних ознак. [3]

Для адаптування факторного аналізу до складової підприємницької поведінки в умовах стратегії блакитного океану, важливі складові реструктуризаційного погляду представлені у таблиці 1.

Табл. 1 – Факторні складові стратегії блакитного океану

1 етап	Розглянути альтернативні галузі
2 етап	Розглянути стратегічні групи галузі
3 етап	Розглянути цільових клієнтів.
4 етап	Розглянути допоміжні продукти та послуги
5 етап	Проаналізувати функціональну та емоційну привабливість
6 етап	Проаналізувати завтрашній день.

Цільове значення кожного з етапів полягає в можливості структурування підприємницької поведінки таким чином, щоб спиратися на сутність інновації цінності, а саме

мінімізації витрат. Головними об'єктами в кожному з етапів є фактори, які впливають на прийняття рішень.

Метою застосування факторного аналізу в сутності моделі є створення нової кривої цінності. Модель чотирьох дій полягає у відповідях на чотири питання

- *Спростувати*
- *Створити*
- *Знизити*
- *Підвищити*

Авторами книги «Стратегія блакитного океану» була розглянута «модель чотирьох дій» на прикладі «Cirque du Soleil». Результати наведені в таблиці 2.

Таблиця 2 – Аналіз створення блакитного океану по «моделі чотирьох дій» на прикладі «Cirque du Soleil».

Знизити	Підвищити
насиченість вистав гумором	акробатичні номери; театральний артистизм; музичний та світловий супровід
Скасувати	Створити
номери за участю тварин; участь дорогих зірок у виставах; використання декількох арен	унікальне місце проведення (шатер); сюжетну лінію вистави; додати елементи театру і кабаре

Під час оцінки змінних характеристик галузі, організації та стратегії, було виявлено, що створення блакитних океанів вдавалося як малому, так і великому бізнесу; компаніям з привабливих та непривабливих галузей; компаніям-стартапам та тим, які вже здобули певну репутацію; приватним та державним компаніям.

Бібліографічні посилання

1. Портер М. Міжнародна конкуренція: Пер. з англ. - М.: Міжнародні відносини, 1993. – 407 с
2. У. Чан Кім, Рене Моборн. Стратегія блакитного океану. Як створити вільну ринкову галузь та припинити боятися конкурентів [Електронний ресурс]/ Кім Чан, Рене Моборн. – Москва: Видавництво ТОВ «Манн, Іванов та Фебер», 2005 – 370 с. Режим доступу: https://vawilon.ru/wp-content/uploads/2018/03/strategia_GOLUBOGO-OKEANA_3bizi.pdf
3. Юданов А.Ю. Конкуренція: теорія і практика (стратегія ринкової поведінки). – М.: Гном – Прес, 1998 .- 387 с.
4. Закон України „Про обмеження монополізму і недопущення недобросовісної конкуренції у підприємницькій діяльності: Закон України від 18.02.1992 р. № 2132 – ХП // Відомості Верховної Ради України.- 1992.-№21.- Ст..296.

Гудкова М.С.

асистент кафедри прикладної економіки, підприємництва та публічного управління
Національний технічний університет "Дніпровська політехніка"

СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЇ ВЕДЕННЯ БІРЖОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Не зважаючи на стрімке зростання темпів НТП, комп'ютеризацію та глобалізацію товарного і фінансового ринків, майже до кінця минулого століття на провідних світових ф'ючерсних і фондових біржах зберігалася публічна торгівля з фізичною присутністю торговців у біржовій залі, з використанням традиційних технологій торгівлі.

Однак на початку 90-х років провідні міжнародні біржі, які до того часу широко й успішно використовували комп'ютерні технології для прискорення процесів отримання та розповсюдження інформації про біржові ціни, здійснення операцій обліку, контролю та розрахунків за біржовими угодами, інтенсивно почали займатись впровадженням електронного трейдингу – сучасної технології біржової торгівлі [1].

Комп'ютеризація фінансового ринку зруйнувала його закритість, а автоматизація операцій відкрила нові перспективи та можливості не лише для індивідуальних інвесторів, а і для роботизованих трейдерів. Єдиного визначення, що характеризує роботизовану торгівлю не існує, проте в основі кожної торгової системи є сукупність правил, згідно з якими приймається рішення про відкриття або закриття позицій, які мають бути чітко сформульовані, щоб їх можна було записати як алгоритм.

Нові програми з торгівлі, засновані на останніх досягненнях у галузі штучного інтелекту, перевершують за результатами класичні стратегії укладання угод. Велика продуктивність роботів-трейдерів, можливість паралельного аналізу цін на фінансові інструменти на різних торговельних площадках та укладання сотні взаємопов'язаних транзакцій за частки секунди - впроваджує високочастотні стратегії торгівлі (HFT – high frequency trading). Основними характеристиками HFT є: величезна кількість транзакцій за одну торгову сесію (від тисячі до сотні тисяч), невисокий прибуток від однієї операції (у середньому 0,001–0,002 дол. на акцію); максимальне закриття позицій до кінця торговельної сесії, мінімізація часу затримки (латентності), використання складних високошвидкісних програм [2]. Вже зараз майже 70% інвесторів готові прислухатися до порад комп'ютера під час вкладення коштів, а в майбутньому штучний інтелект може стати основним гравцем на світових фінансових ринках.

Алгоритмічна торгівля широко використовується інвестиційними банками, пенсійними фондами, хедж-фондами і пайовими інвестиційними фондами, з метою мінімізації ризиків, які пов'язані з виставленням заявок великого обсягу. До появи програмних комплексів алгоритмічної торгівлі трейдери були вимушені ділити великі заявки вручну, що виключало швидке та точне їх розміщення. Автоматичні торгові системи усувають процес укладання угод від людського фактора, тому виключаються емоції, домисли, інтуїція, через які нерідко інвестори зазнають збитків.

Для інституційних і роздрібних інвесторів алготрейдинг має такі переваги [3]:

- торги виконуються за найкращими цінами;
- миттєве та точне розміщення торгових замовлень (високі шанси на виконання на бажаному рівні);
- торги правильно та миттєво прикріплені до часового проміжку, щоб уникнути значних змін цін;
- знижені транзакційні витрати;
- одночасні автоматичні перевірки кількох ринкових умов;
- знижений ризик ручних помилок при розміщенні торгів;
- можливість отримати алгоритм виходячи з наявних історичних та реальних даних;
- зниження помилок з боку торговців на основі емоційних та психологічних чинників.

Алгоритмічна торгівля безпосередньо привносить у торговельний процес ряд позитивних елементів, що сприяють якісному розвитку фінансових ринків у цілому.

Під інформаційною ефективністю цін фінансових активів мається на увазі ступінь відображення поточної інформації в котируваннях, що виникає під час торгів. Високочастотні торговці за рахунок можливості надшвидкої реакції на новини сприяють зростанню інформаційної ефективності ринків. Покращується і послідовність ціноутворення активів,

ціни стають синхронізованішими, тобто зміна ціни одного інструменту швидше відображається у зміні цін інших активів.

Ще однією важливою причиною, яка сприяє підтримці розвитку алготоргівлі, є поліпшення загальноринкової ліквідності завдяки діяльності автоматизованих систем подання заявок. При низьких спредах (спред - різниця цін заявок купівлі/продажу) алгометричні роботи розміщують менше нових та не відмінюють поточні ордери, формуючи попит на ліквідність. І навпаки, при великих спредах збільшують кількість заявок – забезпечуючи ліквідність, а отже сприяють зниженню волатильності ринкових котирувань. Про це свідчать результати низки академічних досліджень представлених в звіті Міжнародної організації комісій з цінних паперів (IOSCO), а також праці зарубіжних вчених Т. Хендершотта, Р. Ріордана, Чарльза М. Джонса та Альберта Дж. Менквельда [4,5,6].

До позитивного впливу алгоритмічних торговців на ринок також належить зниження транзакційних витрат. Цей факт природним чином стимулює приплив капіталу на фондовий ринок, сприяючи його зростанню та розвитку.

Оскільки розвиток алгоритмічної торгівлі має безперечні та вагомі позитивні тенденції для покращення функціонування фондового ринку, він виступає найперспективнішою фінансовою інновацією, яка активно обговорюється не лише біржовими фахівцями, а й регулюючими органами. Саме цей вид торгівлі сьогодні займає близько 60-73% від загального обсягу торгівлі акціями США. За результатами дослідження Mordor Intelligence світовий ринок алгоритмічної торгівлі оцінювався в 13,18 мільярдів доларів США в 2021 році, і, за прогнозами, до 2027 року він становитиме 23,74 мільярда доларів США, демонструючи середньорічний темп росту 10,5% [7].

Не дивлячись на світове визнання та поширеність алгоритмічна торгівля та роботтрейдинг ще не представлені на фондових та товарних ринках України. Це пояснювалося низьким рівнем розвитку економіки, та відсутністю нормативно-правового забезпечення, але 16 серпня 2020 року набрав чинності закон № 738-IX "Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо спрощення залучення інвестицій та запровадження нових фінансових інструментів", який викладає у нових редакціях закони "Про цінні папери та фондовий ринок" та "Про товарну біржу". Відтепер Закон України «Про ринки капіталу та організовані товарні ринки» має в розділі 5 статтю 55 Алгоритмічна торгівля, яка конкретизує визначення терміну, перераховує обмеження, вимоги та обов'язки інвестиційних фірм, що прагнуть здійснювати алготрейдинг. Основні зміни в законодавстві вплинули на учасників ринку з 1 липня 2021 року. Очікується, що такі фактори, як сприятливе державне регулювання, зростаючий попит на швидке, надійне та ефективне виконання ордерів, нагляд за ринком та зниження транзакційних витрат, спричинять потребу в алгоритмічній торгівлі і вже найближчим часом слід чекати суттєвої трансформації Українського фінансового ринку.

Бібліографічні посилання

1. Біржова справа : підруч. / за наук. Ред.. екон. Наук, проф.. О.М. Сохацької. – Тернопіль : ТНЕУ, 2014. – 655 с.
2. Кухтин О. Б. Сучасні інноваційні технології як важливий чинник розвитку фондового ринку. / О.Б. Кухтин // Збірник «Науковий вісник УжНУ. Серія Міжнародні економічні відносини та світове господарство. – 2016. – Вип. 7. – С. 51-54.
3. Слободяник А. М., Крижній В. Б. Алгоритмічний трейдинг на біржовому ринку: сутність та класифікація. / А. М. Слободяник, В.Б. Крижній // Збірник «Науковий вісник УжНУ. Серія Міжнародні економічні відносини та світове господарство. – 2017. – Вип. 16. – С. 96-99.

4. Technical Committee of the International Organization of Securities Commissions. Regulatory issues raised by the impact of technological changes on market integrity and efficiency. Consultation Report No. CR02/11, 2011. URL: <http://www.iosco.org/library/pubdocs/pdf/IOSCOPD354.pdf>

5. Hendershott T., Riordan R. Algorithmic Trading and the Market for Liquidity. Journal of Financial and Quantitative Analysis, 2013, vol. 48, no. 4, pp. 1001–1024. doi: 10.1017/S0022109013000471

6. TERRENCE HENDERSHOTT, CHARLES M. JONES and ALBERT J. MENKVELD. Does Algorithmic Trading Improve Liquidity? The Journal of Finance Vol. 66, No. 1 (FEBRUARY 2011), pp. 1-33 (33 pages) URL: <https://www.jstor.org/stable/29789770>

7. GLOBAL ALGORITHMIC TRADING MARKET (2022 -2027), Mordor Intelligence, Industry Reports | Consulting | Intelligence Center, 2021, URL: https://www-mordorintelligence-com.translate.goog/industry-reports/algorithmic-trading-market?_x_tr_sl=ru&_x_tr_tl=en&_x_tr_hl=ru&_x_tr_pto=op,wapp

8. Закон України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо спрощення залучення інвестицій та запровадження нових фінансових інструментів» № 738-IX від 19.06.2020. Верховна Рада України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/card/738-20/conv>

Нікіфорова К.О.

бакалавр підприємництва, торгівлі та біржової діяльності

Шановал В.А.

*доцент кафедри прикладної економіки, підприємництва та публічного управління
к.е.н., доцент*

Національний технічний університет "Дніпровська політехніка"

АНАЛІЗ РІВНЯ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ОПТОВОЇ ТА РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ

Частка підприємств Секції G ("Оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів" за КВЕД 2010), які використовували комп'ютери у 2018-2019 роках [1] є високою - досягає 87,3 % від кількості підприємств секції - та підвищується відповідно до збільшення чисельності працівників (86,1-95,0%). Використовують комп'ютери лише 49,5% найманого персоналу, але частка такого персоналу зменшується при збільшенні чисельності персоналу підприємства (40,8-31,3%), що може пояснюватись інтеграцією функцій (суміщення посад) на підприємствах з малою та середньою кількістю персоналу, а на великих підприємствах, навпаки, збільшується кількість простих робіт, які не передбачають діджиталізацію. Отже, вимоги до наявності навичок використання персоналу малих підприємств дещо вищі в загальному контексті (всі можуть бути залучені до комунікацій з клієнтами), але на середніх та великих підприємствах робиться акцент на вузькоспеціалізованих ІТ-фахівцях та провідному функціональному персоналі (продажі, логістика тощо), компетентних в застосуванні інформаційно-комунікативних технологіях. Розуміння значення діджиталізації діяльності персоналу підтверджується підвищенням на 2 відсоткових пункти (далі - в.п.) частки працівників великих підприємств, які використовували комп'ютери у 2018-2019 роках.

Для забезпечення внутрішнього документообігу та інших комунікацій 56% компаній створили локальні мережі, а збільшення розміру компанії від малої до середньої та великої визначається підвищенням цієї частки на приблизно 20%. Майже аналогічні рівні показників характеризують використання мережі Інтернет із зменшенням частки у великих

підприємствах з названих вище причин недоцільності створення такого доступу для певних посад персоналу. Екстранет-мережі створюються лише 9,4% підприємств в середньому, але 30,8% великих підприємств такі мережі використовують з огляду на необхідність комунікації з ключовими партнерами та клієнтами. Непоширеність екстранет-мереж для малого бізнесу може пояснюватись витратами на їх проектування, створення та експлуатацію.

В зазначеному контексті позитивно виявляють себе середні та великі за чисельністю персоналу підприємства 39,1% та 73,9 % яких відповідно мали фахівців з інформаційно-комунікаційних технологій (далі - ІКТ). Лише 14,5 % малих підприємств були забезпечені фахівцями з ІКТ. Аналогічний розподіл часток характеризує підприємства в питаннях: здійснювали набір фахівців у сфері інформаційно-комунікаційних технологій; проводили навчальні курси для фахівців; проводили навчання для інших співробітників. Це підтверджує висновок про доцільність та фінансову спроможність великих підприємств здійснювати процес формування й розвитку власного людського капіталу в сфері ІКТ. Підприємства середнього та, особливо, малого розміру істотно обмежені в ресурсах для зазначеного процесу, що позначатиметься на можливостях створювати та використовувати на підприємствах ІТ-сервіси для підвищення їх конкурентоспроможності.

Переважає більшість підприємств використовує мережу Інтернет для здійснення банківських операцій, надсилання чи отримання повідомлень електронною поштою, отримання інформації про товари.

В 2019 році 37,6% підприємств Секції G (КВЕД 2010) мали власні вебсайти. Відповідно до збільшення чисельності в аналізованому діапазоні така частка становить 30,4%, 47,7% та 68,3% відповідно. Вебсайти підприємств забезпечують різноманітні можливості надання інтерактивних послуг, серед яких пріоритетом користуються (в середньому): обслуговування клієнтів; надання електронних посилань на профілі підприємства в соціальних мережах та месенджерах; можливість замовлення товарів та послуг у режимі онлайн.

Найбільші відмінності між підприємствами різного розміру спостерігаються в напрямку надання оголошень про відкриті вакансії або подання заяви на заміщення вакантних посад у режимі онлайн, а також посилання на профілі в соціальних мережах. Така ситуація пояснюється рівнем розвитку кадрової функції на підприємствах та масштабом потреб в людських ресурсах, а також можливостями обслуговувати множини профілів підприємства в різних соціальних медіа.

Враховуючи діджиталізацію споживачів вважаємо недостатнім рівень використання вебсайтів за клієнтоорієнтованими напрямками робіт: постачання продукції у режимі онлайн; можливість замовлення товарів та послуг у режимі онлайн; відстеження або перевірка статусу розміщених замовлень; персоналізований контент вебсайту для постійних клієнтів. Такі інтерактивні послуги, як конкурентні переваги, сприяли б утриманню постійних клієнтів та залученню нових.

Серед різних видів соціальних медіа в середньому для підприємств секції найбільш поширеними є соціальні мережі (власні профілі), що відповідає високому рівню залучення фізичних осіб до відповідних мереж. Майже вдвічі нижчу популярність мають вебсайти з мультимедійним контентом та засоби обміну знаннями (профільні асоціації, віртуальні спільноти; форуми).

Цілі підприємств секції, які стосуються використання соціальних медіа мають наступний пріоритет:

- представлення підприємства або рекламування його послуг;
- отримання відгуків клієнтів або надання відповідей на їх запитання;
- співпраці з діловими партнерами або іншими організаціями;
- найм працівників;
- залучення клієнтів у розвиток або інновацію товарів та послуг;
- обмін поглядами, думками або знаннями усередині підприємства.

Частка підприємств за цілями використання соціальних медіа перебуває в діапазоні від 26,5% до 13,1 % від загальної чисельності підприємств секції, що дозволяє стверджувати про

недостатній рівень використання підприємствами потенціалу соціальних медіа.

Частка підприємств секції, які купували послуги хмарних обчислень складає 11,5% в 2019 році, що лише на 0,2 в.п більше за цей показник у 2018 році. Зокрема, за видами послуг хмарних обчислень використовували переважно: електронну пошту (6,8%); фінансові або бухгалтерські прикладні програми (6,4%); сервіс для зберігання файлів (5,6%). Найменша частка підприємств - 3,7%, використовує програми для управління взаємовідносинами з клієнтами.

Одним з проявів інформатизації суспільства є формування та аналітичне опрацювання "великих даних" (BigData). На сьогодні обсяг цифрової інформації збільшується в геометричній прогресії, що дозволяє її застосувати підприємствам для прийняття рішень стосовно бізнесу. Вебсайт компанії, додаток компанії для смартфонів, що використовується її клієнтами, комунікації через електронну пошту, соціальні мережі або месенджери – це свідчення формування даних, важливих для управління бізнесом. Якщо в 2015 році великі дані в своїй роботі використовували лише 17% підприємств в світі, то зараз майже всі великі підприємства застосовують відповідну аналітику. Наприклад, в США BigData використовують понад 55% підприємств різних видів економічної діяльності, а в країнах Європи та Азії - майже 53% [2]. Підприємства в Україні також працюють з BigData, але в значно меншому обсязі: майже в 3 рази. Наприклад, українські підприємства формували інформаційні бази з використанням наступних джерел: дані, отримані зі смарт-пристроїв або датчиків (5,7%); геолокаційні дані, отримані із портативних пристроїв (3,8%); дані, сформовані із соціальних медіа (3,8%). Власними силами здійснювали акумулювання та аналіз «великих даних» 10,5% українських підприємств, а 4,3% - залучали зовнішніх постачальників відповідних послуг.

Треба звернути увагу, що великий об'єм даних та оперування ними – це не тільки великі можливості, а й великі ризики. Тому підприємствам важливо передбачати інвестиції не лише в проекти акумулювання та опрацювання бізнес-інформації, але й в проекти її захисту. При цьому такі завдання вирішувати терміново, оскільки, на думку експертів, досягнути успіху в комерції можна лише шляхом взаємодії з клієнтом на одній платформі через різні канали комунікації. Тому новим трендом є фіджитал – поєднання цифрових сервісів та фізичних послуг [3]. Очікується, що в найближчій перспективі людина матиме до 15 високотехнологічних пристроїв, завдяки та яким можна буде не лише працювати з інформацією, але й здійснювати транзакції використовуючи їх як платіжні термінали. Тому підприємства банківського сектору працюють над зручністю, швидкістю, безпекою платежів, а підприємствам торгівлі треба швидше адаптуватись до відповідних потенційних змін та вчитися використовувати BigData для персоніфікованої роботи з клієнтом.

З урахуванням наведених тенденцій та прогнозів BigData та діджиталізації платіжних систем становить інтерес рівень використання інформаційно-комунікаційні технології для надання та отримання рахунків-фактур. Вражає, що майже 80% підприємств працюють з рахунками-фактурами в паперовому вигляді, а до 40% підприємств використовують електронні форми рахунків-фактур, які не придатні для автоматизованої обробки. В 2019 р. 41,7% підприємств надавали електронні форми рахунків-фактури придатні для автоматизованої обробки, а 56,6% - отримували такі рахунків-фактури. Тому, на одному підприємстві можна спостерігати різні рішення стосовно використання форм рахунків-фактури, що свідчить про недостатню системну роботу в цьому напрямку вдосконалення бізнесу. Відмінності зазначених оцінок між малими та великими підприємствами є незначними, що, на нашу думку, пов'язано з практикою використання програмного забезпечення в сфері обліку, яким переважно й обмежуються рішення щодо діджиталізації бізнес-процесів.

Також показовою є частка підприємств, які здійснювали електронну торгівлю через мережу Інтернет за винятком замовлень надісланих на e-mail. Зокрема, 19,3%, підприємств секції здійснювали закупівлі товарів або послуг, 7,4% - отримували замовлення. Обсяг реалізованої продукції, отриманий від торгівлі через вебсайти або прикладні програми

становив лише 3,7% до загального обсягу реалізованої продукції. Це, з однієї сторони, визначає низький рівень використання інформаційних технологій для забезпечення продажів, а з іншої сторони може характеризувати споживачів, як таких, що мають недостатній рівень забезпечення новітніми

Таким чином, рівень діджиталізації бізнесу українських підприємств є недостатнім для використання потенціалу сучасних технологій в сфері продажів. Кращі показники діджиталізації бізнесу мають великі компанії, що обумовлено критичністю завдання оптимізації витрат їх ресурсів та бізнес-процесів з урахуванням масштабу. Тому розвиток бізнесу сучасних українських підприємств може бути спрямований на вдосконалення взаємодії з клієнтами завдяки широкому комплексу комунікаційних діджитал-каналів, що потребує уваги з боку власників та топ-менеджменту підприємств зважаючи на стратегічних характер змін рівня інформатизації суспільства в цілому.

Бібліографічні посилання

1. Використання інформаційно-комунікаційних технологій на підприємствах у 2018-2019 роках. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2018/zv/ikt/viktp2018-2019_u.xls
2. Действительно большие данные: как big data помогает компаниям зарабатывать. URL: <https://thebell.io/dejstvitelno-bolshie-dannye-kak-big-data-pomogaet-kompaniyam-zarabatyvat/>
3. Як Big Data впливає на комерцію і до яких трендів бізнесу необхідно готуватися вже зараз? URL: <https://www.epravda.com.ua/publications/2021/06/1/674373/>

Lola Victoria

*associate professor of Department of applied economics, entrepreneurship and public administration,
PhD in Public Administration
Dnipro University of Technology*

SOCIAL INTERACTION AT THE LEVEL OF LOCAL COMMUNITIES IN WAR

Russia's armed invasion of Ukraine has become an important milestone not only in national history, but also a defining stage in the development of mankind as a whole. The Russian-Ukrainian war, which began in February 2022 and has already become the largest armed conflict in the post-Soviet space since World War II, is often referred to as the "War of Identities." It was a clear example of the unification of the entire civilized world, which took place at both the global and national levels of interaction.

Local communities were not left out of these processes either. It was the local communities that undertook a large part of the tasks in the humanitarian sphere, accepting the flows of refugees in the first days of the war, ensuring the country's defense and performing the tasks of mobilizing and forming territorial defense units. The main mechanism for ensuring the implementation of these tasks was social interaction on the basis of self-organization.

It should be noted that the most acute and urgent issue of social interaction is determined in relation to those territories that came under occupation and are still there. And there are more than 3.5 thousand such communities in Ukraine! Separation from the "Great Motherland", severance of administrative, socio-economic, and, for the most part, communication ties with Ukraine as a whole creates an unfavorable environment for the functioning of such communities. In most of them, both local authorities and ordinary citizens are faced with a choice - to fight or survive, to continue to operate in new conditions and adapt to them or to resist and endanger relatives, friends, neighbors. On the other hand, the occupying country also pursues an active policy of assimilation of the occupied territories, attempts to proclaim various "people's republics", carries out socio-economic expansion of the territories of southern Ukraine, and so on.

As for those categories of communities that are not under temporary occupation, it should be noted that some of them have shown sufficient flexibility and efficiency. The main factors were the following: the presence of prerequisites (the presence of connections and social architecture in the community before the war); longevity of historical, socio-economic traditions; the presence of a consolidating center (leader, local elites) - both institutionalized (community leader, mayor, local council member, public activist) and informal; social responsibility of leaders and local elites; public confidence in them; shared vision / analysis of the situation and action program.

It is worth noting that the main tools of social interaction at the local community level in this period were mechanisms grouped on self-organization: cooperation, co-assistance, crowdfunding, crowdsourcing. It is worth noting the previous experience of such self-organization and community mobilization, due to the COVID-19 pandemic, when effective mechanisms of interaction at the local level were formed, including most of them on the basis of social networks. For example, on February 24, group chats in messengers were easily "repurposed" to wartime conditions, and pages of communities and groups on social networks became more active. But now their main task has been to support the Armed Forces, coordinate evacuation activities, assist IDPs, and establish the work of maintenance teams.

Thus, since the beginning of the war in Ukraine, the readiness of society to respond to armed invasion, motivation to defend their homeland, coherence and effective functioning of mechanisms of social interaction based on self-organization have been demonstrated at the level of local communities.

Куліков А.М.

магістр

Шановал В.А.

*доцент кафедри прикладної економіки, підприємництва та публічного управління
к.е.н., доцент*

Національний технічний університет "Дніпровська політехніка"

РИЗИКИ БІЗНЕС-ПРОЕКТУ ВПРОВАДЖЕННЯ СТАНДАРТУ ЗВ'ЯЗКУ 5G УКРАЇНСЬКИМИ МОБІЛЬНИМИ ОПЕРАТОРАМИ

Україні знадобилося 25 років, щоб від аналогового зв'язку, яким передові країни користувались з 80-х років минулого століття добратись до швидкої передачі мобільних даних за стандартом 4G. Щоразу Україна мала відставання від рівня світових технологій на 10-13 років. Зараз світ стоїть на порозі впровадження наступного покоління зв'язку 5G, вже поширюється інформація про розробку наступного стандарту 6G [1]. На тепер Україна змогла наздогнати передові країни світу, запровадивши 4G, хоча покриття значної території нашої країни ще досить слабке і не суцільне навіть попередніми стандартами. Однак, не маючи плану розвитку наступного стандарту 5G, Україна ризикує відстати від прогресу настільки сильно, що подолати ці безодню буде значно складніше, ніж в минулому.

Впровадження стандарту 5G в Україні розглядається як важіль пришвидшення зростання економіки. Зараз, на основі швидкого інтернету і його широкої пропускної здатності побудовано збір величезних обсягів інформації від користувачів різноманітних ресурсів (Big Data), будується максимально підібрана під запити користувача реклама на основі Big Data, а отже, підвищується шанс досягти підприємницького успіху багатьом суб'єктам. Також завдяки стандарту 5G стане можливим розумне місто (SMART-sity), в якому датчики сповістять комунальні служби про необхідність вивезення сміття, а автомобілісти знатимуть про вільне зарядне місце для електромобіля. Спеціальні мобільні пункти моніторингу своєчасно попередять про забруднення довкілля шкідливими речовинами або про паводок, що насувається. Отримання даних щодо вологості ґрунту на сільських угіддях забезпечить оптимізацію витрат води на полив [2].

Проте проект впровадження стандарту 5G пов'язаний багатьма різноманітними ризиками. Розглянемо основні з них.

Ризики від регулюючих органів. Є ризик, що ліцензія на розгортання мереж п'ятого покоління буде занадто дорогою, що неприйнятно. Подібна ситуація була з ліцензією на 3G, регулятор виставив ціну, що була більша, ніж в деяких країнах Європи. Не менше клопотів доставляють бюрократичні перепони з боку місцевих органів влади, оскільки вони можуть забороняти встановлювати обладнання на певних спорудах чи об'єктах, що призведе до зниження якості покриття в цьому місці. У число таких обмежень входять зтяжні процедури видачі дозволів, тривалі процедури закупівлі, надмірні збори і застарілі правила, що перешкоджають доступу. Наприклад, процедура затвердження місцевими органами влади планів впровадження програм на основі малих сот може займати від 18 до 24 місяців, що призводить до затримок. Тільки після тривалих процедур організації закупівель (від 6 до 18 місяців) місцеві органи влади надають постачальникам послуг бездротового зв'язку виняткові права на установку апаратури малих сот на вуличне обладнання, що призводить до додаткових витрат часу і коштів. Рішенням цього питання може бути колективне відстоювання прав усіма операторами, адже тут інтереси конкурентів бізнесу перетинаються.

Ризики від постачальників обладнання. Найбільшої уваги потребує закупівля обладнання для роботи з мережами п'ятого покоління. Потрапляння під санкції США китайської компанії Huawei, як найбільшого постачальника телекомунікаційного обладнання в Україні, може мати прямий вплив на українських мобільних операторів. Ремонт і розвиток мереж може застопоритися. Найбільше станцій Huawei у лідера ринку - Київстар - 15,2 тисяч. Причому, на відміну від Vodafone і lifecell, другий за величиною постачальник станцій у Київстар - це теж китайська компанія ZTE (8,9 тисяч станцій), вже потрапляла минулої весни під санкції США. Це мало не стало великою проблемою для запуску 4G в Україні. В компанії Vodafone на Huawei і ZTE припадає 15,8 тисяч станцій. Теж не мало. Але є й «велика альтернатива» - понад 8 тисяч станцій Nokia. У компанії lifecell обладнання від Huawei теж на першому місці - 9,3 тисячі, Ericsson - майже 8 тисяч, Alcatel-Lucent - 1,2 тисячі. Тому, враховуючи останні події в світі, слід розглядати альтернативних постачальників обладнання. Варто підписувати контракти з різними компаніями, аби ймовірні складнощі з одним постачальником не мали глобального впливу на весь бізнес в цілому. Більш надійною альтернативою має стати поставка обладнання від європейських компаній, зокрема Nokia або Ericsson [3].

Ризики від споживача послуг. Українська економіка зазнає коливань від зміни курсу гривні, ситуації на Донбасі та інших чинників, доходи населення, здебільшого, падають, а ціни зростають. Це призводить до того, що споживач зможе придбати меншу кількість послуг або буде не платоспроможним користуватись деякими з них. В такому разі компанія недоотримає прибуток. Потрібно диверсифікувати джерела доходів, щоб прибуток не залежав лише від передачі даних населення. Варто зацікавити бізнес у великих об'ємах трафіку, оскільки це більш надійний споживач.

Ризики від населення. Навіть у таких технологічно розвинених країнах, як Швейцарія, населення протестує проти ймовірного шкідливого впливу 5G на здоров'я та довкілля. Оскільки більш високі частоти не здатні далеко поширюватися через перешкоди у вигляді будівель, цій системі 5G доведеться використовувати щільну мережу фіксованих антен поза приміщеннями через кожні 300 метрів, а також системи всередині будівель і споруд. Додавання цього високочастотного випромінювання до вже непростого поєднання більш низьких частот ймовірно може викликати негативні наслідки як з точки зору фізичного здоров'я, так і психічного. Відповідно до цього, в Європейську комісію у вересні 2017 року було подано заяву з вимогою мораторію на збільшення кількості стільникових антен для планованого розширення мобільних мереж 5G. Аналогічні звернення до урядів та профільних дослідницьких установ спостерігались в США, а також в Україні – петиція до Президента.

Таким чином, впровадження стандарту зв'язку 5G є інноваційним та масштабним проектом, що перебуває під впливом комплексу різноманітних вагомих чинників ризику, які

потребують дослідження очікувань стейкхолдерів та врахування їх впливу при плануванні проектних робіт.

Перелік посилань

1. Перші мережі 6G очікуються у 2030 році, швидкість передачі даних досягне 1 Тбіт/с, а зв'язок буде навіть під водою. URL: <https://itc.ua/news/pervyie-seti-6g-ozhidayutsya-v-2030-godu-skorost-peredachi-dannyih-dostignet-1-tbit-s-a-svyaz-budet-dazhe-pod-vodoy/>.
2. Альтернатива 5G. Як Україні побудувати сучасну мережу, заощадивши гроші. URL: <https://nv.ua/ukr/biz/experts/alternativa-5g-bezdrotoviy-zv-yazok-lorawan-50041689.html>.
3. Війна США проти Huawei: чим вона небезпечна для України. URL: <https://tech.liga.net/telecom/article/trapm-zabanil-huawei-ukrainskie-mobilnye-seti-pod-ugrozoy>.
4. Наскільки небезпечною для здоров'я є мережа 5G. URL: https://tech.24tv.ua/naskilki_nebezpechnoyu_dlya_zdorovya_je_merezha_5g_n1252069.