Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

Тернопільська міська рада

Корпорація «Науковий парк «Інноваційно-інвестиційний кластер Тернопілля»

«Страхова компанія «ТАС»

Вроцлавський економічний університет
Університет «Опольська Політехніка»
Університет прикладних наук в Нисі

Індо-Європейська освітня фундація (Республіка Польща)

Університет Дунареа де Йос м. Галац (Румунія)

Ternopil Ivan Puluj National Technical University

Ternopil City Council

Corporation «Scientific Park − Innovation and Investment Cluster of Ternopil Region»

Insurance company «TAS»

Wroclaw University of Economics
Opole University of Technology
University of Applied Sciences in Nysa

Indo-European Education Foundation (the Republic of Poland)

University Dunarea de Jos of Galati (Romania)

МАТЕРІАЛИ

VII Міжнародної науково-практичної конференції
«ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ ЗМІЦНЕННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПОЗИЦІЙ НАЦІОНАЛЬНИХ ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ У ГЛОБАЛЬНОМУ, РЕГІОНАЛЬНОМУ ТА ЛОКАЛЬНОМУ ВИМІРАХ»

Proceedings of the 7th International Scientific-Practical Conference
"FORMATION OF THE MECHANISM OF NATIONAL ECONOMIC SYSTEMS COMPETITIVE POSITIONS STRENGTHENING IN GLOBAL, REGIONAL AND LOCAL DIMENSIONS"

ТЕРНОПІЛЬ – 2021 – TERNOPIL

УДК 330:336:338

Матеріали VII Міжнародної науково-практичної конференції «Формування механізму зміцнення конкурентних позицій національних економічних систем у глобальному, регіональному та локальному вимірах»: зб. тез доповідей, 05 листопада 2021 р. / за заг. ред. О.В. Панухник. Тернопіль : ФОП Паляниця В.А., 2021. 226 с.

ПРОГРАМНИЙ КОМІТЕТ

Голова – **Марущак П.О.,** проректор з наукової роботи ТНТУ, д.т.н., професор
Співголова – **Ціх Г.В.,** декан факультету економіки та менеджменту ТНТУ, к.е.н., доцент
Співголова – Панухник О.В., завідувач кафедри економіки та фінансів ТНТУ, д.е.н., професор
Члени:
Дейнека Ю.П. – начальник управління стратегічного розвитку міста Тернопільської міської ради (м. Тернопіль, Україна)
Демкура Т.В. – віце-президент з питань регіонального розвитку Міжнародної торгової палати ICC Ukraine (м. Тернопіль, Україна)
Колос О.С. – директор ТОВ «Торговий дім «Інтеграл» (м. Тернопіль, Україна)
Тимошик М.М. – директор ТОВ «Маркетингові технології ПБС» (м. Тернопіль, Україна)
Химич Г.П. − директор Корпорації «Науковий парк «Інноваційно-інвестиційний кластер Тернопілля»» (м. Тернопіль, Україна)
Яцишин Н.З. – директор Тернопільського представництва Страхова компанія «ТАС-life» (м. Тернопіль, Україна)
Зелінська Анетта – професор факультету управління, комп'ютерних наук та фінансів Вроцлавського економічного університету, Dr.Hab (м. Вроцлав, Республіка Польща) – за згодою
Клеменс Бригіда – доцент кафедри регіональної політики та ринку праці, голова педагогічної ради з економіки Університету «Опольська Політехніка», Ph.D (м. Ополє, Республіка Польща) – за згодою
Опалка Анна – керівник відділу з міжнародних зв'язків Університету прикладних наук в Нисі, PhD (м. Ниса, Республіка Польща) – за згодою
Вілімовська Зоф`я – директор інституту фінансів Університету прикладних наук в Нисі, Dr.Hab. (м. Ниса, Республіка Польща) − за згодою
Рокіта-Поскарт Діана − доцент кафедри регіональної політики та ринку праці Університету «Опольська Політехніка», Ph.D (м. Ополє, Республіка Польща) – за згодою
Кумар Прадіп – голова Індо-Європейської освітньої фундації, PhD (м. Варшава, Республіка Польща) – за згодою
Зека Єкатеріна Даніела – виконавчий директор Документаційного центру управління маркетингу в промисловості та сільському господарстві, Університет Дунареа де Йос м. Галац, PhD (м. Галац, Румунія) – за згодою

ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ КОМІТЕТ

Голова – Панухник О.В., завідувач кафедри економіки та фінансів ТНТУ, д.е.н., професор
Члени:
науково-педагогічні працівники кафедри економіки та фінансів ТНТУ:
Артеменко Л.Б., Винник Т.М., Дячун О.Д., Крамар І.Ю., Крупка А.Я., Мариненко Н.Ю., Нагорняк І.С., Левицький В.О., Подвірна Т.В., Радинський С.В., Тимошик Н.С.
науково-педагогічні працівники кафедри управління інноваційною діяльністю та сферою послуг ТНТУ:
Химич І.Г.

Науковий секретар
Маркович І.Б. − доцент кафедри економіки та фінансів ТНТУ ім. І. Пулюя, к.е.н., доцент

Рекомендовано до друку Вченою радою факультету економіки та менеджменту Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя, протокол № 3 від 21 жовтня 2021 р.

Відповідальність за зміст і достовірність публікацій несуть автори.

ISBN 978-617-7875-24-5

© ФОП Паляниця В.А., 2021

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ 1

Розвиток соціально-економічних систем мікро-, мезо- і макрорівня: конфлікт традиційних моделей та економічних реалій 21 століття

Винник Тетяна
НЕТИКЕТ ЯК ЗАСІБ ЕФЕКТИВНОЇ БІЗНЕС-КОМУНІКАЦІЇ…… 9

Владимир Ольга, Субчак Назарій
ОКРЕСЛЕННЯ ОСНОВНИХ ПРОБЛЕМ ЗРОСТАННЯ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА У СКЛАДНИХ УМОВАХ СЬОГОДЕННЯ ТА ВИЗНАЧЕННЯ НАПРЯМІВ ЇХ ПОДОЛАННЯ…….. 10

Гаврилова Анна, Білошкурський Микола
ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ ВПЛИВУ БЕЗРОБІТТЯ НА СУСПІЛЬНЕ ВИРОБНИЦТВО: ГЛОБАЛЬНИЙ І НАЦІОНАЛЬНИЙ РІВНІ…….. 13

Голич Наталія
КОНЦЕПТУАЛЬНІ АСПЕКТИ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ МАЛОГО БІЗНЕСУ……. 16

Демкура Тарас, Маркович Ірина
НЕЙРОЕКОНОМІКА В СИСТЕМІ НАУКОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ…… 18

Кіш Галина, Нагорняк Галина
СУТНІСТЬ І СПЕЦИФІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ЗАКЛАДАМИ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА …….. 19

Кузь Тетяна, Чумак Мар'яна
ЗАСТОСУВАННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА ЯК ЗАПОРУКА УСПІШНОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ ГАЛУЗІ ГОСТИННОСТІ…… 22

Кузьменко Володимир, Сизов Алім
КОНКУРЕНТНІСТЬ НАЦІОНАЛЬНОЇ БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ…….. 26

Майорова Ірина
ВІТЧИЗНЯНІ РЕАЛІЇ «ЗЕЛЕНОЇ ЕКОНОМІКИ»…….. 30

Маряш Микола
ВІДКРИТТЯ РИНКУ ЗЕМЛІ В УКРАЇНІ: НЕБЕЗПЕКА ЧИ ШАНС НА УСПІХ?..... 32

Нагорняк Галина, Малий Олександр
ЗНАЧЕННЯ СИСТЕМИ ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ В ЕФЕКТИВНОМУ ЗРОСТАННІ ВІТЧИЗНЯНОГО ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ…….. 34

Надоленко Геннадій
ПРІОРИТЕТИ УКРАЇНИ В КОНТЕКСТІ СВІТОВИХ ДИСБАЛАНСІВ……. 37

Паляниця Віктор, Михайлишин Марта
РОЗШИРЕННЯ СФЕР ВИРОБНИЦТВА ТА НАДАННЯ ПОСЛУГ ПІДПРИЄМСТВАМИ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА ЯК МОЖЛИВІСТЬ ЇХ СТАЛОГО РОЗВИТКУ У СИСТЕМІ СЕРВІСНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ……. 39

Потьомкін Микола
УМОВИ І ФАКТОРИ ТРАДИЦІЙНОГО ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПЕРЕРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ……. 42

Решетуха Станіслав
ВПЛИВ КОГНІТИВНИХ ОБМЕЖЕНЬ НА ПРИЙНЯТТЯ РІШЕНЬ ЛЮДИНОЮ…… 46

Северіна Юлія
ВПЛИВ ТА НАСЛІДКИ ПАНДЕМІЇ COVID-19 НА РОЗВИТОК ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ…… 47

Химич Ірина, Владимир Ольга, Голойда Олександр
ЕКОЛОГО-ЕКОНОМІЧНІ ТРЕНДИ ХХІ СТОЛІТТЯ…… 49
Кічор Іванна, Шевчук Роман
ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФІНАНСОВОЇ ГРАМОТНОСТІ НАСЕЛЕННЯ ……. 56

СЕКЦІЯ 2
Особливості інтеграції держави, бізнесу, науки, освіти в умовах цифровізації суспільства

Баран Тетяна
ОСНОВНІ ЗАСОБИ ТА ЕЛЕМЕНТИ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВОЮ БЕЗПЕКОЮ ПІДПРИЄМСТВА…….. 57
Бурка Олександр
ОСОБЛИВОСТІ ІНТЕГРАЦІЇ БІЗНЕСУ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ СУСПІЛЬСТВА 59
Віра Марина
ВПРОВАДЖЕННЯ ЕКОНОМІКИ ЗНАНЬ ЯК НЕОБХІДНА УМОВА ПРОЦВІТАННЯ УКРАЇНИ У ХХІ СТОЛІТТІ…….. 61
Волощук Вікторія
ЦИФРОВІЗАЦІЯ – НОВА РЕАЛЬНІСТЬ УКРАЇНИ……. 63
Грицишин Вікторія
ТРАНСФОРМАЦІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ: ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ…… 65
Дугінець Ганна, Саркісян Лариса
ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ СИСТЕМ УКРАЇНИ 68
Дудник Лариса, Павлюк Людмила
СУТНІСТЬ ЦИФРОВИХ КОМПЕТЕНЦІЙ: РОЛЬ ОСВІТИ…… 70
Коваленко Вікторія
ІННОВАЦІЙНИЙ ВЕКТОР РОЗВИТКУ ВІТЧИЗНЯНОЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ……. 73
Коваль Олесь
ІНТЕГРАЦІЙНІ ЕКОНОМІЧНІ ПРОЦЕСИ МІЖ КРАЇНАМИ-ЧЛЕНАМИ ТА ПАРТНЕРАМИ НАТО …….. 76
Макєєв Денис
ПРОСТОРОВЕ ПЛАНУВАННЯ ЯК СУЧАСНИЙ ІНСТРУМЕНТ РОЗВИТКУ……. 78
Стрібіцька Анжела
ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ БІЗНЕСУ……. 81
Сукач Галина
ОСОБЛИВОСТІ ІНТЕГРАЦІЇ БІЗНЕСУ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ СУСПІЛЬСТВА 82
Фесіна Юрій
ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ ЕКОНОМІКИ: ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ДОСВІД ТА ВІТЧИЗНЯНІ ПЕРСПЕКТИВИ……. 84
Цільвік Олег
ЕЛЕКТРОННА КОМЕРЦІЯ ЯК ПРЕДМЕТ НОРМАТИВНО-ПРАВОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ…….. 87

СЕКЦІЯ 3
Роль і потенціал вітчизняного підприємництва у розвитку економічно стійкої держави

Березівська Надія
ОСОБЛИВОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ РЕІНЖИНІРИНГУ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ…… 90

Гац Любов
ОЦІНКА РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ ЗА ФІНАНСОВИМИ ІНДИКАТОРАМИ МОДЕЛІ ДЮПОН…… 92
Гула Інна
ГОЛОВНІ РИЗИКИ РОЗВИТКУ АПК В УКРАЇНІ……. 95
Домбровська Олена
ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ…….. 97
Дудчик Оксана
ВПЛИВ КАПІТАЛЬНИХ ІНВЕСТИЦІЙ НА ЕКОНОМІКУ УКРАЇНИ…….. 99
Левицький Віталій
ПІДПРИЄМНИЦТВО ЯК ОДИН З ФАКТОРІВ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ …….. 102
Мариненко Наталія, Шевчук Роман
КРЕАТИВНА ЕКОНОМІКА: ІДЕНТИФІКАЦІЯ ПОНЯТТЯ ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ……... 105
Парфенюк Христина
РОЛЬ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА У СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОМУ РОЗВИТКУ КРАЇНИ…….. 107
Сірий Сергій, Сизов Алім
РОЛЬ І ПОТЕНЦІАЛ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ, ЩО ЗАБЕЗПЕЧУЮТЬ ОБОРОНОЗДАТНІСТЬ УКРАЇНИ, В РОЗВИТКУ ЕКОНОМІЧНО СТІЙКОЇ ДЕРЖАВИ 109
Смерека Світлана
СУТНІСТЬ ТА ЗНАЧЕННЯ ПРОЄКТНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ НА ПІДПРИЄМСТВІ… 113
Стойко Ігор
ІНДУСТРІЯ ТУРИЗМУ: ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ ВІДНОВЛЕННЯ І ОНОВЛЕННЯ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ ПІСЛЯ ПАНДЕМІЇ КОРОНАВІРУСУ……. 115
Федотова Яна
МОЖЛИВОСТІ ВПЛИВУ ЛОГІСТИЧНИХ СИСТЕМ НА СТРАТЕГІЧНІ ЦІЛІ БІЗНЕСУ…….. 117
Цугель Катерина
ФОРМУВАННЯ ЕКОНОМІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ СУЧАСНОСТІ……. 119

СЕКЦІЯ 4
Сучасний розвиток фінансового ринку України: можливості, виклики, загрози

Архірейська Наталя
ЗАКОНОДАВЧЕ РЕГУЛЮВАННЯ ВІРТУАЛЬНИХ АКТИВІВ В УКРАЇНІ …… 122
Галагань Юрій
СТАН І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ НЕДЕРЖАВНОГО ПЕНСІЙНОГО СТРАХУВАННЯ (НА ПРИКЛАДІ СТРАХОВОЇ КОМПАНІЇ «MetLife»)…… 124
Гарматій Сергій
ДИНАМІКА ЕКВАЙРИНГУ ТА ІНТЕРЧЕЙНДЖУ НА БАНКІВСЬКІ КАРТКИ…….. 126
Гой Віта
СТАН І ПЕРСПЕКТИВИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ СИСТЕМИ КАЗНАЧЕЙСЬКОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ…….. 128
Собіль Ірина
СУЧАСНИЙ РОЗВИТОК ФІНАНСОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ: МОЖЛИВОСТІ, ВИКЛИКИ, ЗАГРОЗИ…… 130
Стельмах Анастасія, Винник Тетяна
ДЕПОЗИТИ ЯК ОСНОВНИЙ ІНВЕСТИЦІЙНИЙ РЕСУРС БАНКУ…….. 132

Черкашин Інна
ВИКЛИКИ ТА ЗАГРОЗИ СТРАХОВОГО РИНКУ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ……. 134
Яковенко Світлана
ФІНАНСОВИЙ РИНОК УКРАЇНИ: ПРОБЛЕМИ СТАНОВЛЕННЯ І ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ…….. 137

СЕКЦІЯ 5
Інновації у глобальній біржовій сфері та банківській діяльності

Золота Наталія
УПРАВЛІННЯ ПРОБЛЕМНИМИ КРЕДИТАМИ БАНКУ……... 139
Стещенко Данило
ФІНАНСОВІ ІННОВАЦІЇ ТА ФІНАНСОВІ РЕСУРСИ У ДІЯЛЬНОСТІ БАНКІВ ЗА УМОВ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ…… 141

СЕКЦІЯ 6
Страховий ринок України – каталізатор чи стримувач прогресивних змін у вітчизняній економічній системі?

Любінська Ольга
СТАН І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ НЕДЕРЖАВНОГО ПЕНСІЙНОГО СТРАХУВАННЯ……. 143
Могильська Василина
ІНВЕСТИЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ СТРАХОВИХ КОМПАНІЙ…….. 145

СЕКЦІЯ 7
Економічно ефективна торгівля: розуміння суті та сучасні підходи до її ведення

Калінін Назар
СУТНІСТЬ, ФУНКЦІЇ ТА ОСНОВНІ РІЗНОВИДИ КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА…….. 148
Одайський Олександр
ЕКСПРЕС-АНАЛІЗ РИНКУ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ В СВІТІ ТА УКРАЇНІ……. 150
Панухник Олена
СУЧАСНА ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАТИВНА ПІДТРИМКА УПРАВЛІННЯ ТОРГОВЕЛЬНИМ ПІДПРИЄМСТВОМ……... 152
Перевозов Георгій
АНАЛІЗ ДИНАМІКИ ЗМІН ПОКАЗНИКІВ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ В ПЕРІОД ПАНДЕМІЇ COVID-19…… 155
Поцілуйко Анастасія
ПРОСУВАННЯ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА НА РИНКУ: КЛЮЧОВІ АСПЕКТИ.. 157
Радинський Сергій, Дячун Ольга
СУТНІСТЬ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ ТЕХНОЛОГІЇ BLOCKCHAIN…. 158
Чеченюк Ірина, Шафранська Віталія
РОЗВИТОК ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ В УКРАЇНІ…… 161

СЕКЦІЯ 8
Майбутнє конкурентоспроможності: розумне управління, розумні території, розумний бізнес

Mao Rong
INTELLIGENT HUMAN RESOURCE MANAGEMENT IN THE FUTURE COMPETITION OF ENTERPRISES……. 163

Артеменко Людмила
ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ДОСВІД ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОДОВОЛЬЧОЇ БЕЗПЕКИ …… 165
Баран Богдан
СТАН ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ІЗ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ БУДІВНИЦТВА, РЕМОНТУ ТА ЕФЕКТИВНОЇ ЕКСПЛУАТАЦІЇ АВТОШЛЯХІВ….. 169
Василюк Юлія
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ТА ГЛОБАЛЬНА ІНТЕРНЕТ-ІНТЕГРАЦІЯ СУЧАСНОГО БІЗНЕСУ…… 171
Возняк Галина
СМАРТ-СПЕЦІАЛІЗАЦІЯ ЯК ОСНОВА ПЛАНУВАННЯ РЕГІОНАЛЬНОГО РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ ТА ВИМОГА ЧАСУ……. 173
Грицишин Вікторія
HR-МАРКЕТИНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ…….. 176
Грицишин Вікторія
ЦИФРОВА ЛОГІСТИКА ЯК ІНСТРУМЕНТ ТРАНСФОРМАЦІЇ ЕКОНОМІКИ…… 178
Домітряк Діана, Малюта Людмила
РОЗВИТОК СУЧАСНОГО РИНКУ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ В УМОВАХ КОНКУРЕНЦІЇ…… 181
Зазуляк Оксана
РОЛЬ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ У РОЗВИТКУ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД……... 183
Когут Тетяна
СУЧАСНІ ПІДХОДИ ВИКЛАДАННЯ ІНОЗЕМНОЇ МОВИ ЗА ПРОФЕСІЙНИМ СПРЯМУВАННЯМ ДЛЯ ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНИХ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ ФАХІВЦІВ…….. 185
Кононенко Поліна, Гордієнко Микола
АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ КАПІТАЛУ ЗА БАГАТОФАКТОРНОЮ МОДЕЛЛЮ ДЮПОНА……... 188
Кошкалда Ірина, Юхно Альона
РОЗУМНЕ УПРАВЛІННЯ ЗЕМЛЯМИ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПРИЗНАЧЕННЯ ЯК ОСНОВА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ…… 192
Крамар Ірина, Олексевич Мар'яна
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ВІТЧИЗНЯНИХ МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ПОСЛУГ……... 195
Маковоз Оксана, Вакарева Єлизавета
ДИЗАЙН-МИСЛЕННЯ ПРИ СТВОРЕННІ БІЗНЕС-ПЛАНУ СТАРТАПУ…….. 197
Минич Юлія, Луценко Ірина
ВНУТРІШНІЙ КОНТРОЛЬ – УСПІШНЄ МАЙБУТНЄ ПІДПРИЄМСТВА…… 199
Mohylna Liudmyla, Zhang Jiachang
APPLICATION OF INFORMATION TECHNOLOGIES IN LAND RESOURCES MANAGEMENT…….. 201
Очередько Олена, Степусь Микита
УПРАВЛІННЯ НА ПІДПРИЄМСТВАХ МОРСЬКОГО ТА РІЧКОВОГО ТРАНСПОРТУ……. 203
Павлюк Анастасія
ВПЛИВ ІНТЕГРОВАНО-МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ НА ВИБІР СПОЖИВАЧІВ…… 205
Пастухевич Ігор
КОНКУРЕНТНІ ПЕРЕВАГИ ПРАТ «КИЇВСТАР» НА РИНКУ МОБІЛЬНОГО ЗВ'ЯЗКУ УКРАЇНИ …….. 207

Подвірна Тетяна
ВПЛИВ ПАНДЕМІЇ COVID-19 НА ДОХОДИ І ВИТРАТИ УКРАЇНЦІВ…… 210
Попик Мар'яна, Ваган Роберт
СУЧАСНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ДОТРИМАННЯ ПРОФЕСІЙНИХ СТАНДАРТІВ ПРАЦІВНИКІВ ГОТЕЛЮ ……. 212
Радинський Сергій, Дячун Ольга
ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ІНТЕРНЕТ-ТОРГІВЛІ В УКРАЇНІ ТА СВІТІ…….. 214
Стовба Тетяна
НАПРЯМКИ ПОСИЛЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ МОРСЬКОЇ ПОРТОВОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ…… 217
Сульженко Роман
СУЧАСНІ ПІДХОДИ ВЕДЕННЯ ЕФЕКТИВНОЇ ІНТЕРНЕТ-ТОРГІВЛІ…… 220

СЕКЦІЯ 1
РОЗВИТОК СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ МІКРО-, МЕЗО- І МАКРОРІВНЯ: КОНФЛІКТ ТРАДИЦІЙНИХ МОДЕЛЕЙ ТА ЕКОНОМІЧНИХ РЕАЛІЙ XXI СТОЛІТТЯ

УДК 336.64

Винник Тетяна
кандидат економічних наук, доцент
доцент кафедри економіки та фінансів
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
Тернопіль, Україна
Tetiana Vynnyk
PhD (Economics), Docent
Associate Professor Department of Economics and Finance
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

НЕТИКЕТ ЯК ЗАСІБ ЕФЕКТИВНОЇ БІЗНЕС-КОМУНІКАЦІЇ
NETIGUETTE AS A WAY OF EFFECTIVE BUSINESS-COMMUNICATION

Інтегрованість сучасного світу розширює міжнародні контакти на різних рівнях і в різних сферах економіки, а засобом комунікації, в тому числі бізнес-комунікації, дедалі частіше стає глобальна система Інтернет. Пандемія коронавірусу пришвидшила процес цифрової трансформації як економіки, так і суспільства загалом.

Бізнес-комунікації господарюючого суб'єкта мають велике значення для реалізації його стратегічних та тактичних цілей, однак комунікація – це не лише процес передачі інформації. Комунікація – це взаємний обмін порозумінням, яке починається з отримувача інформації [1]. Характерна особливість сучасних комунікаційних засобів полягає в тому, що вони впливають не на окремі органи чуття людини, а на всю нервову систему в цілому.

Ще у 80-х рр. XX ст. з'явився термін нетикет або мережевий етикет (від англ. net «мережа» та фр. etiquette «етикет») на позначення особливостей правил поведінки під час електронної комунікації: диференціювання адміністративних, технічних, психоемоційних і моральних засад комунікації [2].

Оскільки, в сучасному світі інформаційні процеси виступають невід'ємною частиною організаційного розвитку підприємства, господарюючим суб'єктам важливо дотримуватися нетикету (мережевого етикету), адже в сучасних умовах без дотримання правил електронної комунікації неможливо не лише вести переговори, а й забезпечити ефективність бізнес-процесів в цілому.

Нетикет в механізмі забезпечення ефективності бізнес-комунікаційного процесу спрямований на забезпечення виконання наступних функцій [3]:

1) якісна та безпосередня підтримка внутрішньої діяльності підприємства, тобто спосіб управління діяльністю підприємства, що відображається у всесторонньому розгляді таких питань як: загальна управлінська політика, формування основної стратегії та тактики, рівень найму працівників, якість підготовки та навчання персоналу, проведення різноманітних тренінгів на ділову тематику, вивчення міжнародного досвіду тощо;

2) якісна та безпосередня підтримка зовнішньої діяльності підприємства, тобто процес, за допомогою якого керівництво підприємства взаємодіє із закордонними партнерами, міжнародними організаціями тощо;

3) забезпечення принципів правильності та чіткості інформаційних та комунікаційних процесів, за допомогою чого персонал підприємства підтримуватиме морально-психологічний та етично-діловий клімат взаємодіючи з партнерами, клієнтами, споживачами тощо;

4) «ціннісна порада», що означає сприйняття та адекватність оцінки клієнтом щодо загального рівня розвитку підприємства;

5) якість досвіду, тобто загальна оцінка результативності застосування рекомендацій керівництва підприємства з позиції інтересів клієнта тощо.

Вважаємо, що дотримання мережевого етикету є вкрай важливим, адже етична поведінка підприємства чи в он-лайн, чи в офф-лайн форматі – це дієвий спосіб організації ефективного бізнес-комунікаційного процесу, що сприяє формуванню позитивного ділового іміджу та впливає на результати діяльності підприємства.

Перелік використаних джерел:

1. Руда М.В., Лев Н.Ю. Міжнародні бізнес-комунікації в системі інформаційного забезпечення підприємства. URL: http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/23565/1/28-182-189.pdf.

2. Харчук Л. Мережевий мовленнєвий етикет в умовах сучасної комунікації. Information, communication, society (ICS-2020). (Chynadiyovo, 21-23 May 2020). Chynadiyovo, 2020. С. 128-129. URL: http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/52767/2/2020_Kharchuk_L-Merezhevyi_movlennievyi_128-129.pdf.

3. Винник Т., Константюк Н. Інформаційні процеси в сфері управління фінансами підприємств в умовах невизначеності. URL: http://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/35254/2/NFEPSEV_2021_Vynnyk_T-Information_processes_in_99-103.pdf.

УДК 338.488

Владимир Ольга
кандидат економічних наук, доцент
доцент кафедри управління інноваційною діяльністю та сферою послуг
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна
Субчак Назарій
студент-магістр кафедри управління інноваційною діяльністю та сферою послуг
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя,
м. Тернопіль, Україна
Olga Vladymyr
PhD (Economics), Docent
Associate Professor of Department of Innovation Management and Services
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine
Nazarij Subchak
master's student of Department of Innovation Management and Services
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

ОКРЕСЛЕННЯ ОСНОВНИХ ПРОБЛЕМ ЗРОСТАННЯ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА У СКЛАДНИХ УМОВАХ СЬОГОДЕННЯ ТА ВИЗНАЧЕННЯ НАПРЯМІВ ЇХ ПОДОЛАННЯ
DEFINITION OF THE MAIN PROBLEMS OF GROWTH OF RESTAURANT INSTITUTIONS IN DIFFICULT CONDITIONS PRESENT AND DETERMINATION OF DIRECTIONS FOR OVERCOMING THEM

Сучасні процеси світового економічного розвитку наочно свідчать про посилення ролі сфери гостинності у сучасному суспільстві, причому саме дана сфера стає домінуючим елементом як системи національних, так і загальносвітових господарських зв'язків. При

цьому, одним з найбільш динамічно розвиваючих сегментів ринку споживчих послуг у світі є ресторанний бізнес. Ресторанний бізнес представляє собою сукупність економічних взаємозв'язків, що виникають між економічними суб'єктами господарювання (виробники, постачальники, споживачі, конкуренти, владні структури), що передбачають здійснення комплексного взаємодії з приводу виробництва, реалізації та споживання результатів діяльності підприємницьких структур, що мають специфічну форму "продукт-послуга".

Аналізуючи стан ресторанного ринку, можна відмітити, що він прямо залежить від платоспроможності споживачів послуг, а також від менталітету жителів України, які усе більше орієнтуються на західні стандарти споживання, тобто перш за все оцінюють якість надання послуг, різноманітність набору страв в меню, тощо. Витрати українців на харчування поза межами сім'ї стабільно зростали, до настання кризового стану в Україні [1, с. 19]. Рівень обслуговування в ресторанах по всій території України загалом непоганий, однією проблемою яка спостерігається у більшості закладах громадського харчування є персонал, або ж не належний зовнішній вигляд, або ж манери спілкування з людьми.

Усі ресторанні заклади та підприємства повинні конкурувати на високому рівні. Ресторанні підприємства розвинених регіонів України, таких як Київського, Львівського, Харківського та інших пропонують гостям страви кухонь понад 30 держав світу, у тому числі, української, російської, грузинської, узбецької, польської, югославської, угорської, грецької, єврейської, французької, іспанської, італійської, ірландської, ліванської, тайської, китайської, корейської, японської, індійської, в'єтнамської, арабської тощо.

У сучасних умовах ринкової економіки серед різноманітності проблем, пов'язаних із забезпеченням нормального та ефективного розвитку підприємств та організацій, однією із головних є проблема управління персоналом. Усе більше управління персоналом визнається як одна з найбільш важливих сфер життєдіяльності організації, здатної підвищити її ефективність і продуктивність функціонування. Для її характеристики можна привести слова Джона Сторея про те, що управління людськими ресурсами – це "особливий підхід до управління людьми в організації, спрямований на досягнення конкурентних переваг шляхом стратегічного розміщення кваліфікованого й лояльного персоналу, що використає цілісний набір культурологічних, структурних і кадрових технік" [4].

Якість страв звичайно залежить від типу ресторанного підприємства, це логічно, що у вишуканому ресторані страви будуть виготовлені відмінно, а ось у звичайному кафе та барі можна зустріти страви, які виготовлені найчастіше з неякісної сировини і продуктів. Найчастіше проблеми починаються, коли приходить літо, тобто час, коли продукти швидко псуються і втрачають свої властивості, як смакові так і харчові. Тому можна сміло сказати що немає досконалого ресторану чи іншого закладу без проблем чи то в обслуговуванні чи то в якості приготованих страв. У загальному, споживачів в ресторанах можна розподілити на три сегменти: елітний сегмент (високий); середній сегмент; низький сегмент [1, с. 21].

З початку кризи в 2014 році сегмент елітних ресторанів постраждав. Поки що обороти закладів впали лише на 10-15% [3]. Очевидним є те, що споживачі елітного сегменту, навіть втративши якусь частину капіталу, навряд чи перестануть відвідувати ресторани і проводити в них своє дозвілля і при цьому витрачати на це значні кошти 2-3 рази в тиждень. Зменшення клієнтів в елітних закладах можна пояснити тим, що клієнти ресторанів високого сегменту – це, як правило, банківський топ-менеджмент і голови компаній, які зараз зайняті в основному вирішенням ,бізнесових проблем. Також компанії, які раніше замовляли банкети в дорогих закладах, перейшли в середньо цінові ресторани. Таким чином, на ресторанному ринку визначилася ще одна тенденція – перетікання частини аудиторії з ресторанів високого цінового сегменту в дешевші заклади. Ще однією причиною зменшення клієнтів в елітних закладах є скорочення представницьких витрат в компаніях, тобто сьогодні українські компанії не мають змоги витрачати кошти на корпоративні зустрічі з іноземними партнерами.

В умовах сьогоднішньої кризи найбільше постраждали заклади, орієнтовані на середній сегмент споживачів. Саме в таких закладах спостерігається найбільше зменшення

клієнтів. Клієнтами таких ресторанів є добре оплачувані категорії працівників різних фірм, банків, страхових агенцій, консалтингових груп, які від нинішньої кризи постраждали першими – одних звільнили, іншим зменшили зарплату. Багато із тих, хто зберегли свої посади, змінили заклади громадського харчування на більш дешеві. Вже на початку листопада 2019 року обороти деяких столичних мереж, що позиціонують у середньо ціновому сегменті, впали на 40-50%. Ще гірше середньо цінові заклади відчувають себе в регіонах України.

Поки-що криза, яка почалась восени 2014 року, менше всього вплинула на недорогі заклади харчування. Багато клієнтів із середньо цінових ресторанів звертаються до низько цінових. Досить впевнено в сьогоднішній ситуації почувають себе фаст-фуди. Зменшення клієнтів у таких закладах не спостерігається. Хоча і цей сегмент закладів криза все таки та торкнеться. У грошовому вираженні ресторанний ринок розвивався досить помірно, без змін. Клієнти витрачали значні кошти на харчування у всіх роках. Активно почали відкриватись вуличні точки, або так звані кіоски швидкого продажу, хоча про якість їжі у них всім відомо, але люди свідомо обирають їх, тому що ціни низькі для сьогоднішнього життя. Наразі не спостерігається значне збільшення кількості ресторанів у жодному сегменті.

Як би не намагалися хоч би зовні зберегти байдужість підприємства ресторанного типу в нинішній ситуації, багато хто з них серйозно заклопотаний пошуком способів утримання клієнтів у своїх ресторанах. Слід зазначити, що дуже часто методи, що успішно працюють в закладах одного цінового сегменту, для ресторанів іншого цінового сегменту неприйнятні. Наприклад, для елітного ресторану які-небудь скидки або цінові акції не мають змісту. Переваги такого закладу не в ціні, а в якості страв, інтер'єрі, уваги до клієнтів. Власне такий заклад в роботі з клієнтом може використовувати лише індивідуальний підхід: індивідуальні дзвінки чи адресні розсилки. А ось у середньоцінових закладах могли б спрацювати будь які цінові акції: дисконт, тимчасові акції по пониженню ціни на певні страви або напої "новинки меню". Клієнтів, що обережно відносяться до витрат, можна заманити в ресторан новими стравами, які буде широко проафішовані. Тому коли клієнт приходить, щоб спробувати новинку, він починає замовляти ще й інші страви, хоча інструментом привабливості слугує саме нова страва.

Один із способів зменшити собівартість страви на 30-40% і, тим самим, отримати можливість без втрат прибутку вводити дисконт або проводити цінові акції – перейти за деякими позиціями з імпортних продуктів на вітчизняні. І якщо в елітних ресторанах це зробити практично неможливо, то в середньо цінових – сповна можливо. Річ у тому, що часто шеф-повара або закупники домовляються з постачальниками імпортних продуктів за визначені "відкати", хоча на вітчизняному ринку існують аналоги не гіршої якості і дешевше. Якщо раніше власники ресторанів навіть і не думали про такий шлях закупок, то тепер почнуть відноситись до цього більш ретельно.

Деякі середньоцінові заклади намагаються заманити клієнтів флаєрами, обіцяючи кожному пред'явнику знижку 20%. Ресторани, які ще не ввели дисконтні картки, терміново планують їх ввести. На сьогоднішній день введення дисконтних карток на скидки в розмірі 10-20% – це необхідність. Хоч би невеликий дисконт вводити потрібно, і широко його анонсувати. Так, великого збільшення клієнтів від цих дій не буде, але все ж таки це хороший спосіб збільшити кількість клієнтів хоча б на кілька відсотків, ніж просто очікувати їх зменшення нічого не роблячи. Але просте пониження, так само як і підвищення ціни в меню недоцільно. Робити це можна лише через проведення акцій. Не дуже хороший ефект дає і зменшення порції без зниження ціни. Така хитрість просто відштовхне клієнта. Що стосується низькоцінових закладів, то в них дуже добре працює реклама тих страв, які дешевше аналогічних у конкурентів. Але при цьому особливо витрачати кошти на просування таких страв не потрібно: достатньо будь якої зовнішньої реклами біля входу в заклад.

В умовах жорсткої конкуренції, необхідно вдосконалювати свій ресторанний бізнес, домагатися довірливих відносин з клієнтами, розвивати якісне обслуговування клієнтів у

всіх сферах діяльності, тобто необхідний комплекс заходів, спрямованих на підвищення конкурентоспроможності, здійснюваних самою підприємницької структурою [2, с. 94]. У зв'язку з цим, пропонуємо наступну систему заходів: впровадження інформаційних технологій в управління ресторанним бізнесом; розроблення маркетингової стратегії по просуванні позитивного іміджу ресторанного бізнесу як об'єкту туризму; ефективна програма маркетингового просування підприємств ресторанного бізнесу у ЗМІ; підготовка висококваліфікованих кадрів даної сфери; проведення аналізування ринку ресторанного бізнесу; підтримка виставково-ярмаркової діяльності; розвиток сімейного підприємництва тощо. Рестораторам також слід сфокусувати увагу на інструменті інтернет-маркетингу, що передбачає просування ресторанного продукту, самого підприємства ресторанного бізнесу та його бренду за рахунок використання соціальних медіа, контент яких створюється чи оновлюється за рахунок зусиль власників і відвідувачів, а саме на соціальному медіа-маркетингу (Social Media Marketing, SMM).

Перелік використаних джерел:

1. Бутенко О. П., Стрельченко Д. О. Стан ресторанного господарства України та перспективи його розвитку. Вісник економіки транспорту і промисловості. № 56, 2016. С. 18-24.

2. Організація обслуговування у закладах ресторанного господарства: підруч. За ред. П'ятницької Н.О. К.: Центр учбової літератури, 2011. 584 с.

3. Ресторанний бізнес: провал – 2014, прогнози – 2015. Акцент [Електронний ресурс]. URL: http://fbc.net.ua/video/11437.

4. Управління персоналом в ресторанному бізнесі. [Електронний ресурс]. Меркурій. Гроші у всі часи. URL: http://mercury.kiev.ua/upravlinnja-personalom-v-restorannomu-biznesi/.

УДК 331.56-042.2:338.3(100+477)

Гаврилова Анна
заступник директора з виховної роботи
Уманська загальноосвітня школа I–III ступенів № 3
Уманської міської ради Черкаської області
м. Умань, Україна
Білошкурський Микола
учень 10-Д класу
Уманська загальноосвітня школа I–III ступенів № 3
Уманської міської ради Черкаської області
м. Умань, Україна
Anna Havrylova
Deputy Director for Educational Work
Uman General Education School of Stages I–III No. 3,
Uman city council, Cherkasy region
Uman, Ukraine
Mykola Biloshkurskyi
senior middle school student
Uman General Education School of Stages I–III No. 3,
Uman city council, Cherkasy region
Uman, Ukraine

ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ ВПЛИВУ БЕЗРОБІТТЯ НА СУСПІЛЬНЕ ВИРОБНИЦТВО: ГЛОБАЛЬНИЙ І НАЦІОНАЛЬНИЙ РІВНІ
A COMPARATIVE ANALYSIS OF THE UNEMPLOYMENT IMPACT ON SOCIAL PRODUCTION: GLOBAL AND NATIONAL LEVELS

Вперше взаємозалежність між безробіттям і суспільним виробництвом обґрунтував Артур М. Оукен на прикладі США за 1947–1960 роки [1]. Методологія Оукена стала надзвичайно популярною і донині носить назву «Закон Оукена». У праці [1] доведено, що в

США упродовж 55 кварталів 1947–1960 років зростання фактичного рівня безробіття за квартал, що перевищувало природній рівень безробіття (близько 4 %) на 1 %, спричиняло скорочення реального валового внутрішнього продукту (ВВП) на 3,3 % за цей же період часу.

Методологію закону Оукена розвинули у своїх працях А. Ґрант [2], М. Данова та І. Кравчакова-Возарова [3], а ідеї щодо визначення природнього рівня безробіття втілили Р. Холл [4], О. Васильєв [5], Р. Мудрак, В. Лагодієнко та Н. Лагодієнко [6]. Проте, порівняльному аналізу дії закону Оукена на глобальному та національному рівнях приділено недостатньо уваги. Тому головною метою дослідження є порівняння параметрів лінійних моделей впливу безробіття на суспільне виробництво, побудованих на прикладі зведених даних Світового банку [7] для усіх країн світу (глобальний рівень) загалом та України (національний рівень) зокрема. При цьому вихідними показниками взято рівень безробіття (за методологією Міжнародної організації праці) та реальний ВВП у цінах 2010 року (дол. США).

Вплив безробіття на суспільне виробництво згідно з законом Оукена визначається за формулою:

$$\Delta Y = \beta \Delta U + \alpha, \qquad (1)$$

де ΔY – ланцюговий темп приросту (% до попереднього року) реального ВВП;

ΔU – приріст рівня безробіття, порівняно з попереднім роком, %;

β – емпіричний коефіцієнт чутливості реального ВВП до динаміки безробіття, який показує, на скільки процентів зменшується реальний ВВП при зростанні рівня безробіття на 1 %;

α – процентний приріст реального ВВП, коли $\Delta U = 0$, тобто рівень безробіття залишається незмінним, що може свідчити про відносну повну зайнятість, або ж досягнення природного рівня безробіття.

З використанням підходу А. Оукена [1] оцінюються параметри лінійної залежності ВВП від рівня безробіття за формулою (1), тобто знаходяться параметри β і α після моделювання лінійної залежності темпів приросту реального ВВП у цінах 2010 року (дол. США) від рівня безробіття (за методологією Міжнародної організації праці) на глобальному та національному рівнях за 1995–2020 рр., а також порівнюються одержані результати (рис. 1 і рис. 2).

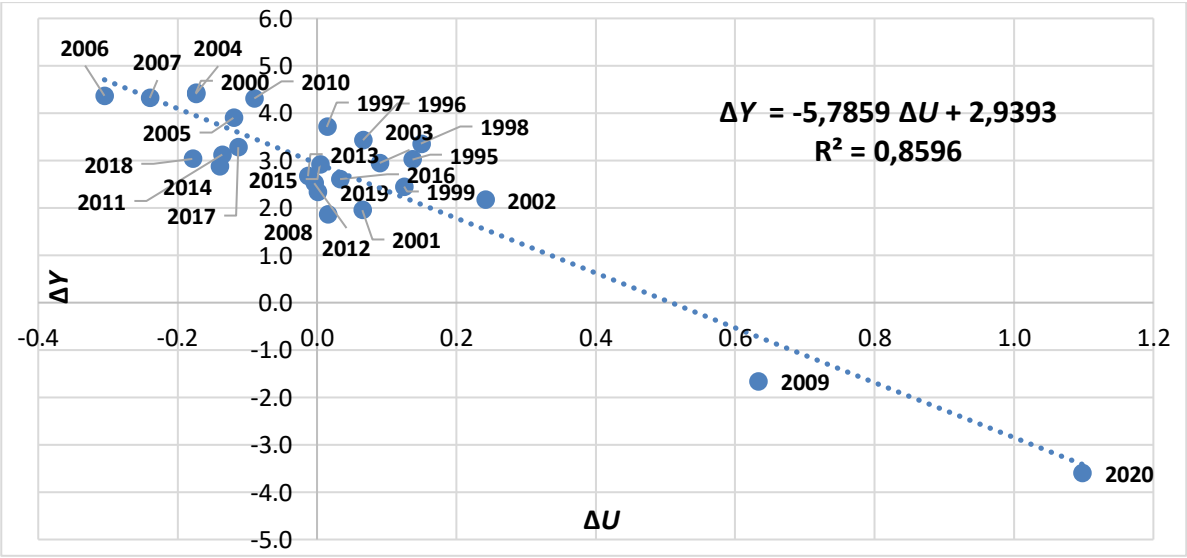


Рис. 1. Лінійна залежність світового ВВП у цінах 2010 р. (дол. США) від світового рівня безробіття (за методологією Міжнародної організації праці) за 1995–2020 рр.

Джерело: розраховано за даними Світового банку [7].

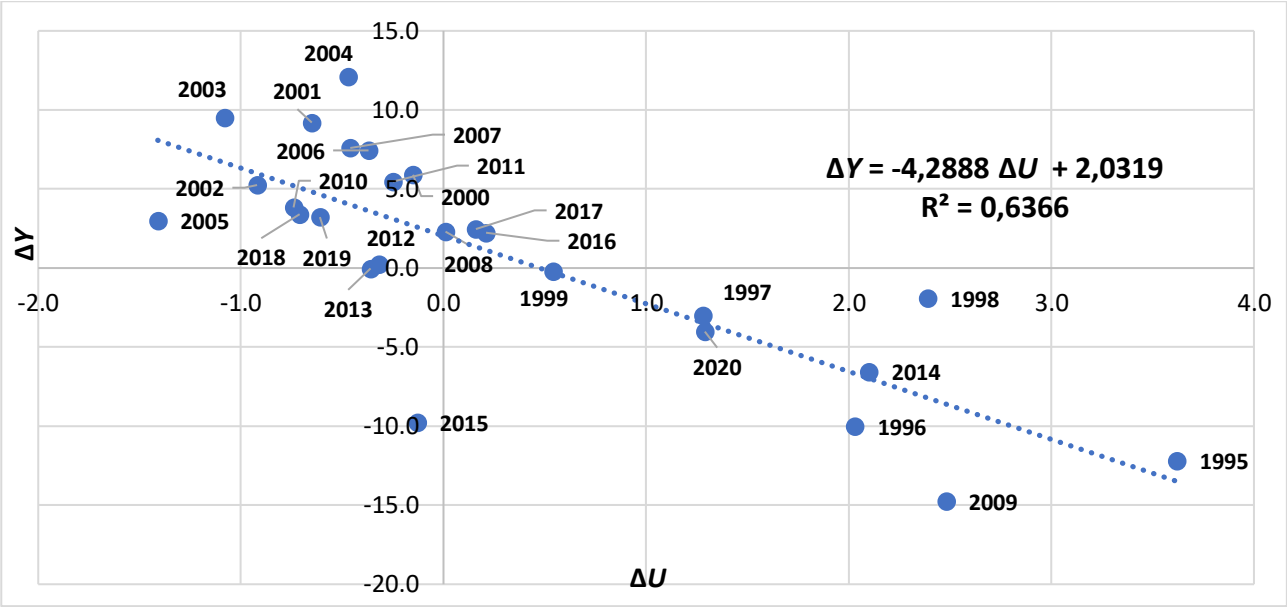


Рис. 2. Лінійна залежність ВВП України у цінах 2010 р. (дол. США) від рівня безробіття (за методологією Міжнародної організації праці) України за 1995–2020 рр.

Джерело: розраховано за даними Світового банку [7].

Отже, упродовж 1995–2020 рр. найбільші втрати реального ВВП від безробіття були на глобальному рівні. Так, 1 % світового рівня безробіття (за методологією Міжнародної організації праці) був еквівалентним 5,8 % світового ВВП у цінах 2010 р. (дол. США) і навпаки – при зростанні ВВП на 1 % рівень безробіття скорочується на 0,17 %. В умовах відносної повної зайнятості або ж досягнення природнього рівня безробіття додатковий приріст реального ВВП склав 2,9 %. На національному рівні коефіцієнт чутливості реального ВВП до динаміки безробіття був нижчим, порівняно з глобальним рівнем, на 1,5 %, тобто в Україні втрати ВВП у цінах 2010 р. (дол. США) склали 4,3 % при зростанні рівня безробіття (за методологією Міжнародної організації праці) на 1 %, також 1 % економічного зростання забезпечив скорочення рівня безробіття на 0,23 %. В умовах відносної повної зайнятості або ж досягнення природнього рівня безробіття додатковий приріст реального ВВП складає 2 %.

Перелік використаних джерел:

1. Okun A. M. Potential GNP: Its measurement and significance. *American Statistical Association: Proceedings of the Business and Economic Statistics Section.* 1962. P. 98–104. URL : https://milescorak.files.wordpress.com/2016/01/okun-potential-gnp-its-measurement-and-significance-p0190.pdf

2. Grant A. L. The Great Recession and Okun's law. *Economic Modelling*. 2018. Vol. 69. P. 291–300. DOI : http://dx.doi.org/10.1016/j.econmod.2017.10.002

3. Daňová M., Kravčáková Vozárová I. Regional disparities in the relationship between economic growth and unemployment. *Scientific Papers of the University of Pardubice, Series D: Faculty of Economics and Administration*. 2020. Vol. 28. No. 2. 900. DOI : https://doi.org/10.46585/sp28020900

4. Hall R. E. A theory of the natural unemployment rate and the duration of employment. *Journal of Monetary Economics*. 1979. Vol. 5. No. 2. P. 153–169. DOI : https://doi.org/10.1016/0304-3932(79)90001-1

5. Васильєв О. Прогнозування рівня безробіття в Україні. *Економіка України*. 2012. № 4. С. 41–46.

6. Mudrak R., Lagodiienko V., Lagodiienko N. Impact of aggregate expenditures on the volume of national production. *Економічний часопис – XXI*. 2018. Вип. 172. № 7–8. С. 44–50. DOI : https://doi.org/10.21003/ea.V172-08

7. World Bank Open Data : The World Bank. URL : https://data.worldbank.org/

УДК 330.341:658.1

Голич Наталія
доктор філософії з економіки
викладач економічних дисциплін
Відокремлений структурний підрозділ «Гусятинський фаховий коледж
Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя»
смт. Гусятин, Україна
Nataliia Holych
PhD (Economics)
Teacher of Economic disciplines
Husiatyn applied college Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Husyatin, Ukraine

КОНЦЕПТУАЛЬНІ АСПЕКТИ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ МАЛОГО БІЗНЕСУ
CONCEPTUAL ASPECTS OF SMALL BUSINESS ECONOMIC SECURITY

Формування економічної безпеки України є досить актуальним питанням, адже завдяки вигідному географічному положенню до держави завжди виникав підвищений інтерес з боку закордонних країн. Однак через невизначеність і відсутність власних перспективних планів розбудови економіки, Україна завжди виступала на світовій арені як економічно залежна держава. В таких умовах дуже складно і водночас важливо контролювати державну економічну безпеку через її головні прояви. Вважаємо, що таким ключовим елементом є підприємницький сектор, зокрема малий бізнес. Тому, для забезпечення стабільної й найбільш ефективної діяльності та високого потенціалу подальшого розвитку країни першочерговим завданням виступає контроль економічної безпеки саме малого бізнесу.

Сьогодні підприємства малого бізнесу є основою економіки України, їхню структуроутворюючу роль неможливо переоцінити. Вона проявляється в тому, що завдяки таким підприємствам відбувається:

– поглинання надлишкової робочої сили та створення нових робочих місць, що сприяє ефективному розв'язанню проблем зайнятості й безробіття, насамперед у кризові періоди;

– насичення споживчого ринку якісними товарами та послугами, задоволення індивідуального попиту та стимулювання сукупного попиту в цілому;

– розширення бази оподаткування для державного та місцевого бюджетів;

– швидке реагування на зміни ринкової кон'юнктури, зростання гнучкості та динамізму;

– підвищення рівня добробуту населення та скорочення бідності;

– формування підприємницького прошарку як основи середнього класу;

– пом'якшення соціальної напруги у суспільстві, демократизація ринкових відносин, забезпечення соціально-економічної та політичної стабільності;

– надання сучасній економіці конкурентного характеру й послаблення монопольних тенденцій тощо [1].

Підприємства малого бізнесу є найбільш ефективною формою ведення господарської діяльності в країні, про, що свідчать останні дані Державної служби статистики України [2] (рис. 1). Тому, відповідно, суб'єкти господарювання потребують й найбільшої державної підтримки для забезпечення економічної безпеки.

Аналізуючи рисунок 1 бачимо, що протягом досліджуваного періоду, зокрема до порушення макроекономічної стабільності внаслідок поширення пандемії COVID-19, зберігається незначна, однак позитивна тенденція розвитку кількості малих підприємств.

Рис. 1. Динаміка кількості малих підприємств в Україні (2010-2020 рр.)

Примітка: джерело [2]

Актуалізація вивчення в останні роки поняття «економічної безпеки малих підприємств» як на теоретичному, так і на практичному рівнях зумовлена процесами, що відбуваються у середовищі їхньої діяльності:

- мінливість зовнішнього та внутрішнього середовища діяльності підприємства малого бізнесу суттєво пришвидшилася, підприємства не встигають пристосовуватися до змін, усвідомити їх настання, оцінити наслідки та сформувати свою лінію поведінки;
- невизначеність зовнішнього та внутрішнього середовища діяльності підприємства провокує зменшення періоду прогнозованості, характеру, масштабу та наслідків різних процесів;
- недостатня кваліфікація працівників малих підприємств спричиняє недосконалу оцінку характеру змін у середовищі їхньої діяльності та, відповідно, прийняття неправильних рішень щодо діяльності підприємства за нових умов;
- недосконаліть законодавства, яке регулює відносини у сфері підприємництва призводить до розвитку «нелегального» бізнесу;
- недосконаліть судової та правоохоронної системи в державі;
- криміналізація бізнесу, що зумовлює високий рівень злочинності, налагоджені кримінальні зв'язки, які формують умови для поширення економічної злочинності та іншої протиправної діяльності.

Враховуючи значення малого бізнесу в економіці держави, можна говорити, що безпечне підприємницьке середовище – це основа соціально-економічного розвитку країни, а тому саме на його створення та підтримання має спрямовуватися значна увага. Держава та бізнес – це два союзники, які повинні об'єднуватися для створення заможної та успішної країни. Органи державної влади на основі вивчення закордонного досвіду провідних країн світу можуть створити власну концепцію економічної безпеки України, яка буде направлена на досягнення стійкого та ефективного розвитку економіки.

Перелік використаних джерел:

1. Красота О.В., Кір'єв І.С. Особливості розвитку малого підприємництва в умовах порушення макроекономічної стабільності. *Електронне фахове видання «Ефективна економіка»*. 2021. № 2. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=8&w=%D0%9E.+%D0%92.+%D0%9A%D1%80%D0%B0%D1%81%D0%BE%D1%82%D0%B0
2. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/

УДК 330.88

Демкура Тарас
кандидат економічних наук
Тернопільське регіональне представництва «ICC Ukraine»
м. Тернопіль, Україна
Маркович Ірина
кандидат економічних наук, доцент
доцент кафедри економіки та фінансів
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна
Taras Demkura
PhD (Economics)
Ternopil Regional Office "ICC Ukraine"
Ternopil, Ukraine
Iryna Markovych
PhD (Economics), Docent
Assosiate Professor of Economics and Finance Department
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

НЕЙРОЕКОНОМІКА В СИСТЕМІ НАУКОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ
NEUROECONOMICS IN THE SYSTEM OF SCIENTIFIC RESEARCH

Науки, які виникають на перетині окремих галузей, завжди викликають особливий інтерес, адже вони поєднують досягнення не тільки одного напрямку досліджень, а відразу декількох.

Загалом, поведінкова економіка намагається пояснити особливості нераціональності поведінки людини, доводить, що ця ірраціональність є системною та її можна прогнозувати.

Важливе місце у дослідженнях такого типу відводиться нейроекономіці. Нейроекономіка (англ. Neuroeconomics) – міждисциплінарний напрямок в науці на перетині предметів економічної теорії, нейробіології та психології. Вона вивчає процес прийняття рішень при виборі альтернативних варіантів, розподілу ризику та винагороди. Нейроекономіка використовує економічні моделі для вивчення мозку й досягнення нейробіології для створення економічних моделей [1].

В літературі можна знайти і таке визначення. Нейроекономіка – напрямок дослідження економічної поведінки, зокрема прийняття рішень, із застосуванням сучасних інструментальних методів спостереження і виміру процесів, які відбуваються в мозку людини [2].

Усю сукупність інструментів, які використовуються в нейроекономіці, можна поділити на інвазивні та неінвазивні.

Інвазивні методи передбачать дослідження поведінки суб'єктів із фізіологічними порушеннями нервової системи, в результаті чого можна простежити, наприклад, яка залежність існує між певними поведінковими патернами та функціональними порушеннями мозку.

Неінвазивні методи є більш зручними для організації та проведення планових контрольованих досліджень, адже можуть враховувати задачі, які ставлять дослідники. Інструментарієм цих методів є магніто-резонансна томографія, транскраніальна магнітна стимуляція мозку і т.д.

Також цікавою групою досліджень є біохімічні та генетичні методи, в основі яких покладено виявлення впливу гормонів та біохімічних процесів на характер поведінки суб'єкта.

Тобто, нейроекономіка показує, як зароджується реакція людини на певний стимул з нейробіологічної точки зору, далі психологічні елементи досліджень вказують на причини конкретного вибору, а економічні підходи дозволяють зрозуміти який вплив це матиме на економічну ситуацію.

Перелік використаних джерел:

1. Consumer Neuroscience [Electronic resource] / H. Plassmann, C. Yoon, F. M. Feinberg, B. Shiv // International Encyclopedia of Marketing (eds. Bagozzi and Ruvio), John Wiley & Sons. URL:http://www.researchgate.net/publication/227991842_Consumer_Neuroscience/file/ 9c96052264acf84a57.pdf
2. Kalenscher T. Is a bird in the hand worth two in the future? The neuroeconomics of intertemporal decision-making / Tobias Kalenscher, Cyriel M.A. Pennartz / Progress in Neurobiology. 2008. № 84. P. 284–315

УДК 005:658

Кіш Галина
кандидат економічних наук, доцент
доцент кафедри туристичної інфраструктури та готельно-ресторанного господарства
Ужгородський національний університет
м. Ужгород, Україна
Нагорняк Галина
студентка-магістр кафедри туристичної інфраструктури
та готельно-ресторанного господарства
Ужгородський національний університет
м. Ужгород, Україна
Halyna Kish
PhD (Economics), Docent
Associate Professor of Department of Tourist Infrastructure and Hotel and Restaurant Management
Uzhhorod National University
Uzhhorod, Ukraine
Halyna Nahornyak
master's student of Department of Tourist Infrastructure and Hotel and Restaurant Management
Uzhhorod National University
Uzhhorod, Ukraine

СУТНІСТЬ І СПЕЦИФІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ЗАКЛАДАМИ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА У СТРУКТУРІ ГОСТИННОСТІ УКРАЇНИ

ESSENCE AND SPECIFIC FEATURES OF MANAGEMENT INSTITUTIONS OF HOTEL FACILITY IN THE STRUCTURE OF HOSPITALITY OF UKRAINE

На сучасному етапі розвитку суспільства готельна індустрія змінилася до невпізнанності. Стрімкими темпами вона намагається задовольнити усі зростаючі потреби населення й, звичайно ж, одержати дохід. На сьогоднішній день у цій сфері діяльності є величезні можливості як для успіху, так і для невдач. Для цього на підприємствах готельного господарства створюються нові надавані послуги. Сучасні клієнти очікують від готельного підприємства, чия основна увага донедавна була зосереджено на певному управлінні виробництвом, нових цілей та завдань. Готельна сфера має невичерпний потенціал для прогресу та робить вагомий внесок в економіку країни. Сучасні умови господарювання характеризуються глобалізацією економіки та інформатизацією суспільства, зростанням значення сфери послуг для розвитку економіки країни, пред'явленням нових вимог держави і споживачів до суб'єктів ринкових відносин. Сьогоднішній етап розвитку управління підприємствами готельного господарства неможливий без обізнаності е питаннях менеджменту, без вміння самостійно й оперативно приймати вірні рішення з урахуванням інноваційних процесів та новітніх тенденцій розвитку бізнесу. Сутність та специфіка

готельної діяльності пов’язана з керівництвом та управлінням людьми, регулюванням їх поведінки.

Загалом готельно-ресторанний бізнес є однією з найбільш значущих складових індустрії харчування, відпочинку та гостинності. Даному виду бізнесу притаманні особливості. З одного боку, він є одним із засобів висококваліфікованого використання капіталу, а з іншого – середовищем з високим ступенем конкуренції. У всьому світі він є одним з найбільш розповсюджених видів середнього бізнесу, тому заклади та підприємства ведуть між собою постійну боротьбу за сегментацію ринку, за пошук нових та утримання постійних споживачів їхньої продукції та послуг. На рис. 1 наочно показано місце готельно-ресторанного господарства у структурі гостинності України.

Індустрія гостинності є збірним поняттям, що охоплює різні форми діяльності в сфері послуг, пов’язані з прийомом і обслуговуванням гостей з метою отримання прибутку [1].

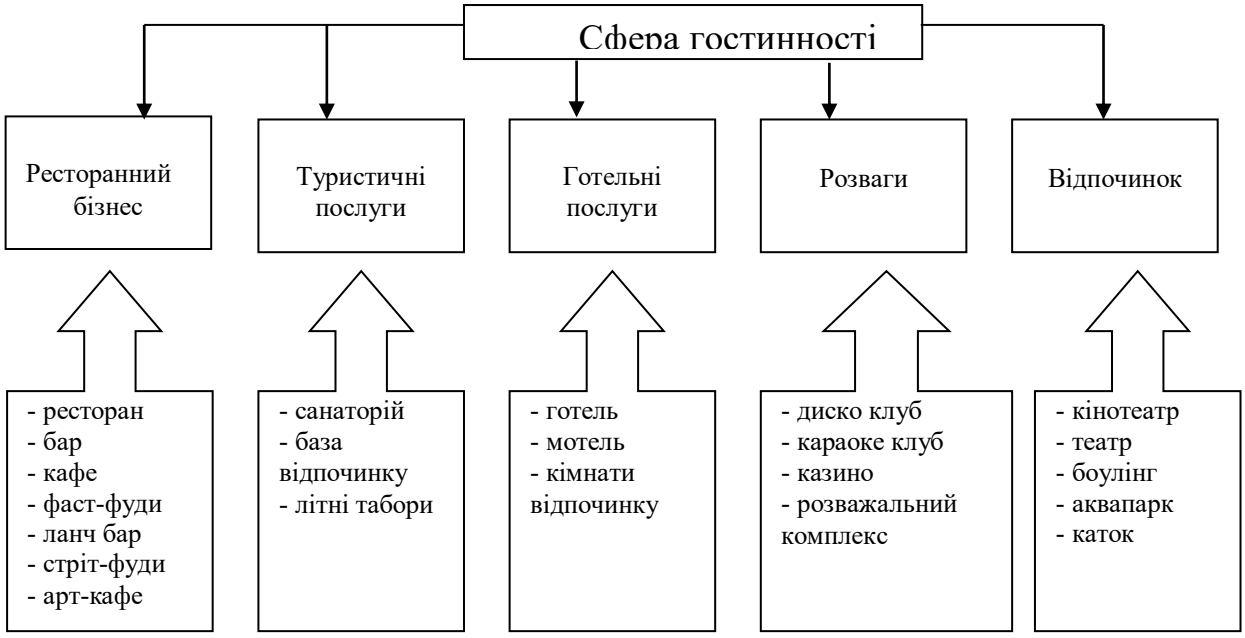


Рисунок 1 – Місце готельно-ресторанного господарства
у структурі гостинності України (сформовано автором)

Сьогодні багатьма науковцями поняття “індустрія гостинності” й “індустрія туризму” сприймаються як ідентичні, тому потрібно позначити чітку роль готельно-ресторанного господарства в економіці країни, регіону. Варто акцентувати увагу на тому, що послуги гостинності, крім туристів, надаються іншим категоріям мандрівників, які, згідно зі статистикою Всесвітньої туристичної організації (ЮНВТО), об’єднані у поняття “відвідувачі” [2].

Для всіх готелів передбачені загальноприйняті обов'язкові вимоги: наявність умов для розміщення, харчування, побутового обслуговування. Крім основних послуг, сучасні готелі представляють широкий спектр додаткових: спортивні, розважальні, оздоровчі, торгівельні тощо [5, с. 49]. Особливістю готельного господарства є те, що тут створюються послуги нематеріального характеру, які надаються безпосередньо клієнтам. Тому у процесі обслуговування порівняно невелику роль відіграють предмети праці, однак вирішальну роль відіграють засоби праці та жива праця. При дослідженні засобів праці розуміємо, що тут переважають оснащення приміщення, будівлі, санітарно-технічне устаткування, тобто “пасивні” фонди. Тут обмежені можливості механізації процесу обслуговування. Більш сприятливі умови для механізації операцій існують при резервуванні місць й обліку послуг, а також у деяких допоміжних видах діяльності. У той же час, будівлі, будинки, що становлять основну частину матеріально-технічної бази засобів розміщення, порівняно повільно морально та фізично зношуються, протягом тривалого періоду обслуговують процес розміщення.

Імідж готелю виражається у способі, яким він представляється людям, і в тому обличчі, у якому він сприймається ними при описі. Це побічний продукт його розташування, зручностей та обслуговування, але він підсилюється такими факторами, як зовнішній вигляд, назва, атмосфера, пов'язані з ним асоціації – у тих, хто живе й харчується там; тим, що він розповідає про себе й що говорять про нього інші люди. Ціна готелю виражає його вартість, обумовлену його зручностями, розташуванням, іміджем, обслуговуванням і задоволенням, одержуваними його клієнтами від усієї сукупності цих складових. Певні елементи можуть мати для різних людей різне значення [3, с. 127]. Одна людина може відноситися до розташування, як до першорядного фактору, і якщо воно його задовольняє, може зневажити іншими факторами, наприклад, іміджем, оскільки ціна перебуває у межах тієї суми грошей, яку він готовий витратити. Однією з важливих проблем у галузі послуг для розміщення є маленький рівень якості обслуговування, відсутність професійного підходу в управлінні якістю обслуговування. На практиці існує безліч найрізноманітніших проблем, пов'язаних з даним питанням, особливо у сегменті готелів. Розглянемо деякі з них.

- здатність повторного виробництва послуг на однаково високому рівні, або тривалість якості;
- дискретність виробництва послуг і цілісність їх споживання, що проявляється як певне протиріччя у вирішенні завдань управління якістю продукту;
- відносність (суб'єктивність) сприйняття якості.

Таким чином, готельний продукт – це сукупність того, що можна запропонувати на ринку увазі клієнта для придбання, використання або споживання. Він включає фізичні об'єкти, місця, послуги, організацію й ідеї. Наприклад, формування загального враження для туриста або бізнесмена про перебування у готелі починається задовго до початку поїздки й містить інформацію про візи, способи подорожі, особливості національної культури, кухню, розваги тощо. Різноманітність комбінацій готельного продукту обмежена лише можливостями творчої уяви людини. Якщо готельне підприємство вважає, що варіанти комбінацій своїх власних послуг є вичерпані, то можна розробити нові послуги разом з неконкуруючими фірмами, наприклад, включити в пакет разом з номером послуги ресторану, оренду автомобіля, театральний квиток, екскурсію тощо [4, с. 299].

Менеджери готельного бізнесу повинні думати про продукт у чотирьох напрямках: основний продукт, що супроводжує продукт, додатковий продукт і продукт у розширеному розумінні цього слова. Усе це робить сприйняття якості послуг готельного підприємства багато в чому суб'єктивним, що залежать від конкретних характеристик кожного клієнта, а, виходить, робить суб'єктивною і технологію створення психологічного комфорту для кожного відвідувача. Крім того, є ще додаткові фактори, як є специфічними для сфери готельних послуг у великій ступені, що впливають на створення високого рівня продукту, який здатний задовольнити потреби найбільш вимогливого ділового клієнта. Готельні послуги представляють собою комплекс послуг, надаваних клієнтам закладами гостинності. Особливості готельних послуг полягають у тому, що їх можна оцінити лише після надання, їх не можна зберегти або консервувати. Попит на готельні послуги не є постійний, а залежить від ряду факторів, у тому числі, й від сезону, а також від потреб туристів. Ринок послуг зовсім не схожий на інші ринки, головним чином, з двох причин. По-перше, послуга не існує, поки вона не є представлена. Тому її неможливо порівнювати та дати їй оцінку до отримання. І порівняти можна лише очікувані й отримані вигоди. По-друге, у послуги існує високий ступінь невизначеності, що ставить клієнта у невигідне положення, а продавцям ускладнює просування послуг на ринок. По-третє, якість може розглядатися, як технічна та функціональна. Технічна якість торкається матеріальної складової послуги. Технічна якість виробництва розміщення – ця якість номера, інфраструктури (постільна білизна, меблі, архітектура та дизайн будівлі) й інших матеріальних атрибутів послуг (наприклад, якість харчування).

Перелік використаних джерел:

1. Круль Г.Я. Основи готельної справи. URL: http://bib.convdocs.org/v29984/круль_г.я._основи_готельної_справи.
2. Международные рекомендации по статистике туризма, 2008 год URL: http://armstat.info/file/doc/99475913.pdf
3. Нечаюк Л. І., Нечаюк Н. О. Готельно-ресторанний бізнес: менеджмент: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закладів. К.: Центр навч. літератури, 2006. 346 с.
4. Онищук Н.В. Розвиток індустрії гостинності в Україні та світі. Східна Європа: економіка, бізнес та управління, 2019. № 4 (21). 297-304.
5. Шишкина Л. Международные стандарты ISO серии 9000. Путь к повышению качества услуг гостиничной индустрии. Гостиничный и ресторанный бизнес, 2008. № 1. С. 46-51.

УДК 658.6

Кузь Тетяна
кандидат економічних наук
асистент кафедри управління інноваційною діяльністю та сферою послуг
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна
Tatiana Kuz
PhD (Economics)
Assistant of Department of Innovation Management and Services
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine
Чумак Мар'яна
студентка-магістр кафедри управління інноваційною діяльністю та сферою послуг
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна
Mariana Chumak
master's student of Department of Innovation Management and Services
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

ЗАСТОСУВАННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА ЯК ЗАПОРУКА УСПІШНОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ ГАЛУЗІ ГОСТИННОСТІ
APPLICATION OF ENTERPRISE QUALITY MANAGEMENT SYSTEM HOTEL AND RESTAURANT AS A GUARANTEE SUCCESSFUL HOSPITALITY FUNCTIONING

Готельно-ресторанне господарство України розбудовується у динаміці та фінансується, як важлива галузь індустрії туризму та національного господарства, яка здатна приносити більший прибуток й активно сприяти економічному розвитку суспільства. Під час зростання чисельності туристів і посилення конкурентної боротьби на ринку туристичних послуг з проблемою якості послуг зіштовхнулися всі вітчизняні готельні та ресторанні підприємства. Ефективне управління якістю виробництва та послуг надає пріоритет споживачам і мотивує підприємства готельно-ресторанної сфери розробляти комплексну політику якості, що охоплює соціальні, економічні, технічні, правові аспекти.

Рівень якості – це кількісна характеристика міри придатності того чи іншого виду продукції для задоволення конкретного попиту на неї порівняно з відповідними базовими показниками цього ж виду продукції, якою вже користується споживач [3, с. 106].

Продукт індустрії гостинності виготовляється та споживається одночасно, що обмежує можливість контролювати якість послуг. На виробничому підприємстві час, який потрібен, щоб перевірити й усунути недоліки та дефекти наданих послуг або переробити

погано надану послугу не представляється можливим. Нерозривність виробництва та споживання є саме тим фактом послуги, що виявляється дійсно послугами та відрізняє їх від товару в матеріальній формі. Коли клієнт виїжджає, скажімо, з готелю, у нього немає нічого матеріального, крім сплаченого готельного рахунку. Але в людини, що купила будь яку послугу, залишається ще враження, яким вона може поділитися з іншими.

Подібно до спортсмена, який повинен постійно покращувати свої показники, щоб залишатися на п'єдесталі, кожний бізнес, зокрема діяльність закладу ресторанного господарства, щоб зберегти конкурентоспроможність, повинен постійно вдосконалювати свої характеристики. У сьогоднішніх умовах глобальної конкуренції, що дедалі посилюється, навіть ринковий лідер не може собі дозволити "спочивати на лаврах" [1, с. 127]. На сьогодні спостерігається розширення мережі закладів ресторанного господарства і, щоб успішно функціонувати у цій галузі потрібно запропонувати відвідувачам не лише якісне обслуговування, високий рівень організації виробництва, надання додаткових послуг, але мати своєрідну "родзинку".

Управління якістю готельно-ресторанних послуг повинно бути направленим на продукування управлінських рішень і здійснення комплекс управлінських дій по створенні, наданні та планування послуг високого рівня якості. Нормативні документи, які регламентують значення параметрів або показників якості продукції (стандарти), потрібно розглядати, як важливу частину програми управління якістю продукції. Метою управління якістю готельно-ресторанних послуг є поліпшення форм і методів процесу управління, який спрямований на поліпшення якості та забезпечення стійкого конкурентного статусу підприємства. Для досягнення цієї мети адміністрація готельних і ресторанних підприємств повинна забезпечити організацію всіх органів управління та підрозділів закладу, скоординовану на створення системи управління якістю. Управління якістю послуг представляє собою вивчення ринку послуг гостинності, проведення маркетингових досліджень, відповідно до яких поліпшення якості готельно-ресторанних послуг повинно здійснюватися у відповідності до потреб споживачів. Планування якості продукції та послуг охоплює ідентифікацію, класифікацію й оцінювання якості, встановлення цілей і нормування вимог до якості продукції або процесів. Розроблення плану якості процесів охоплює підготовку програми якості, вироблення пропозицій по поліпшенню якості, підготовку застосування системи якості, яка включає складання стандартних графіків її запровадження у дію та застосування.

Принципами управління якістю на основі впровадження системи якості є відповідальність керівництва за формування політики у галузі якості послуг і забезпечення задоволення потреб споживачів. На впровадження системи якості та виконанні певних завдань у галузі якості керівництво повинно забезпечити необхідні ресурси (кваліфіковані трудові та матеріально-технічні ресурси). Між споживачами готельних послуг і працівниками готельно-ресторанного закладу повинна бути налагоджена ефективна взаємодія, орієнтована на визначення процесу управління якістю послуг і структури системи якості. Готельно-ресторанне підприємство для здійснення процесу надання послуг повинно розробити, документально оформити, впровадити та забезпечити дієвість системи якості для реалізації поставлених завдань.

Одним з ефективних методів приваблення відвідувачів є системи знижок та картки постійних клієнтів [2; 3]. Частково уникнути конкуренції можна, якщо акцентувати увагу на концепції закладу. Концептуальним готельно-ресторанним закладам простіше витримати конкурентну боротьбу, але ніша таких закладів заповнена всього на 5-10%. Оскільки Україна перебуває на шляху до перетворення на туристичну країну, то до відповідності європейським стандартам необхідно подолати нелегкий шлях. Враховуючи, що наша країна володіє високим потенціалом, необхідно розширювати інфраструктуру закладів ресторанного та готельного бізнесу, створювати заклади для навчання персоналу та підвищення його кваліфікації. На першому етапі постає необхідність розроблення власної нормативно-правової бази, яка б регулювала якість надання послуг у сфері готельно-ресторанного

бізнесу. Система управління якістю послуг готельно-ресторанного господарства повинна гарантувати клієнту задоволення його потреб під час обслуговування у готелі та ресторані на усіх його етапах і у всіх ланках. Тому особливого значення набуває проблема розроблення та практичного застосування внутрішніх стандартів підприємств, які визначають загальні складові якості надання готельно-ресторанних послуг.

Якість може сприйматися як властивості й особливості послуги, які викликають задоволення споживача, а також як відсутність недоліків, що підсилює почуття задоволення у клієнта. Стосовно до послуги, якість визначається як захід корисності, сукупності властивостей послуги, її здатності задовольняти суспільні й особистісні потреби. Процес управління якістю послуг готельно-ресторанного підприємства охоплює стратегію реалізації якості, що визначає основні напрямки та мету закладу у сфері якості, офіційно закріплені керівництвом з урахуванням бажань клієнтів, завдань у галузі якості, методів їх виконання, ролі персоналу в реалізації стратегії, іміджу тощо. На підприємствах галузі послуг, особливо у періоди підвищеного попиту, досить важко забезпечити контроль якості. При цьому якщо розглядати підприємства обслуговування з погляду динаміки їх розвитку, якість буде впливати на їхню життєздатність. Успішна діяльність фірми, на думку Міжнародної організації по стандартизації, забезпечується реалізацією товарів або наданням послуг, які відповідають запитам суспільства; відповідають застосовуваним стандартам і технічним умовам; відповідають чітко певним потребам; враховують вимоги охорони навколишнього середовища; задовольняють очікуванням споживачів; є економічно доцільними; пропонуються споживачу за конкурентоспроможними цінами.

У виробництві та споживанні готельних послуг найважливішу роль відіграють питання якості. Без них якісне обслуговування підприємство не здатне домагатися своїх головних цілей. Історія розвитку різних готельних корпорацій і ланцюгів, звичайно, свідчить, що прибуток є результатом якості. Перед готельним підприємством постає завдання надання та підтримання якості обслуговування на високому рівні, своєчасного усунення недоліків у наданні послуг, розроблення стратегії поліпшення обслуговування. Стратегія готельного підприємства у галузі якості може бути здійснена шляхом послідовної реалізації короткострокової або довгострокової мети та передбачати: поліпшення економічних показників функціонування готелю, досягнення високого рівня якості послуг з рівня провідних готелів, орієнтування на задоволення потреб певних категорій споживачів або відділів ринку, розвиток і поліпшення якості додаткових послуг.

Формально рівень якості визначається, як відповідність властивостей послуг вимогам стандарту. У сучасному розумінні у багатьох авторів якість розуміється по-різному. По-перше, як властивість і характерна риса товару, які викликають задоволення у клієнтів, і як відсутність недоліків, що підсилюють почуття задоволення споживачів. По-друге, може розглядатися, як технічне й функціональне. А для деяких авторів це показник переваги.

У досвіді функціонування підприємств готельно-ресторанного господарства усі проблеми управління якістю приходиться нівелювати до поняття визначення функцій, які виконуються суб'єктом управління у процесі управління якістю. Для правильної організації управління якістю в готельно-ресторанному закладі вирішальне значення має виявлення обсягу, структури та характеру функцій. Вивчення функцій управління якістю дозволяє визначити обсяг функцій, виконуваних суб'єктами управління у готельно-ресторанному підприємстві, визначає структуру управління, провести розподіл функцій між органами управління, якісно організувати сам процес управління. Тому, функції управління допомагають формуванню системи управління якістю послуг як структури і її організації як процесу.

Управління якістю послуг є різновидом управлінської діяльності, що виникла внаслідок поглиблення поділу праці та спеціалізації функцій управління підприємством. Функція управління якістю послуг повинна діяти на всіх стадіях життєвого циклу послуги. При реалізації функція управління проходить кілька етапів: ухвалення рішення, здійснення управлінського впливу, збір, оброблення та передача інформації, складається з елементів

виробничо-експлуатаційного, технічного, економічного й правового характеру. До характеристик послуги відносять:

- доступність – бажання допомогти споживачу та якісне обслуговування. Тут дуже важливу роль відіграє персонал підприємства. Поведінка персоналу і його здатність спілкуватися з клієнтами – показник якості обслуговування. Легкість встановлення зв'язків з персоналом обслуговування;

- люб'язність – рішучість допомогти клієнту та без затримки виконати послугу, оскільки під час обслуговування дуже часто виникають конфлікти, позаштатні ситуації або у клієнта з'являються особливі бажання, то в таких випадках дуже важливо знайти неординарне й ефективне рішення, щоб утримати клієнта, інакше він (клієнт) буде загублений;

- надійність – здатність виконати послугу точно та ґрунтовно. У самому закладі повинні бути чітко визначені параметри якості й обґрунтованості. Якщо керівництво готелю гарантує, що речі, здані в хімчистку, будуть вичищені протягом 7 год., то це зобов'язання повинно бути виконане, причому речі повинні бути дійсно чистими;

- довіра – уміння працівників викликати довіру. У довірчості величезну роль відіграють зовнішні ознаки. Клієнт бачить, що у готелі всі добре, і тому варто довіряти;

- комунікативність – здатність забезпечити таке обслуговування, яке виключає непорозуміння між працівником і відвідувачем за рахунок того, що необхідна інформація буде надаватися клієнтам вчасно та без додаткового запиту з їхнього боку;

- уважне ставлення – індивідуальне обслуговування й увага, яке підприємство повинно проявляли стосовно гостя. Тут важливо показати кожному відвідувачу, що він є цінний для готельно-ресторанного закладу, і його потреби будуть обов'язково виконані;

- переконливість – компетентність, відповідальність, упевненість і ввічливість обслуговуючого персоналу. Працівник підприємства готельно-ресторанного господарства повинен знати найцінніші властивості головних послуг, а також найбільш вигідні їхні характеристики. Причому всі ці властивості повинні бути запропоновані, як коштовні не з погляду фірми, а з погляду гостей: наскільки вигідно володіти даною послугою, які переваги гість від цього отримує.

Спеціальні функції управління якістю послуг характеризують окремі сторони управлінської діяльності та відображають вплив управлінської системи на окрему частину об'єкта управління. Специфічні функції змінюються під впливом нововведень на ринку (удосконалювання управління якістю з використанням автоматизованого оброблення інформації), поглиблення спеціалізації, управління сертифікацією, сертифікація системи якості, прогнозування потреб і рівня якості послуг, аналіз і дослідження операцій у галузі якості планування покращення якості послуг, організація системи маркетингових досліджень, техніко-економічний аналіз покращення якості.

Надання послуг вищої якості є основною частиною постійної уваги адміністрації готельно-ресторанного закладу незалежно від форми власності. Досягнення якості у галузі обслуговування – найважливіше завдання, вирішення якого забезпечує підприємницький успіх Діяльність у галузі гостинності припускає високий рівень контакту та координації між працівниками та клієнтами. Що найчастіше зустрічаються дії у цьому розумінні, які спрямовані на поліпшення та контроль якості послуг готельно-ресторанних підприємств (температура гарячої води, кількість рушників, умови готування їжі тощо). Але якість послуг готельно-ресторанної сфери полягає не лише у вирішенні технічної сторони справи. Зусилля підприємств готельно-ресторанної індустрії, як правило, повинні бути спрямовані на залучення гостей, на максимальне виконання побажань клієнтів, завоювання їх довіри, а це може гарантувати лише їх повне задоволення. Тому стратегія розвитку готельно-ресторанного підприємства повинна також враховувати й, більше того, робити особливий акцент на вдосконалювання відносин і спілкування між клієнтами й готельним підприємством.

Перелік використаних джерел:

1. Бичківський Р. Управління якістю: навч. посіб. Л.: ДУ "Львівська політехніка", 2000. 329 с.
2. Бульдович С., Заклецький А., Марков Ю., Хмель В. Пропагування якості: практичні заходи її реалізації. Стандартизація. Сертифікація. Якість, 2008. №3. С. 52-54.
3. Друзюк В., Федак О. Система управління якістю – інвестиція в майбутнє. Стандартизація. Сертифікація. Якість, 2009. №1. С. 51-54.

УДК 338.001.36

Кузьменко Володимир
курсант
Військовий інститут Київського національного університету ім. Тараса Шевченка
м. Київ, Україна
Сизов Алім
кандидат економічних наук
начальник кафедри фінансового забезпечення військ
Військовий інститут Київського національного університету ім. Тараса Шевченка
м. Київ, Україна
Volodymyr Kuzmenko
cadet
Military Institute of Kyiv National University named after Taras Shevtchenko
Kyiv, Ukraine
Alim Syzov
PhD (Economics)
Head of the Department of Financial Support of Troops
Military Institute of Kyiv National University named after Taras Shevtchenko
Kyiv, Ukraine

КОНКУРЕНТНІСТЬ НАЦІОНАЛЬНОЇ БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ
COMPETITIVENESS OF UKRAINIAN NATIONAL SECURITY

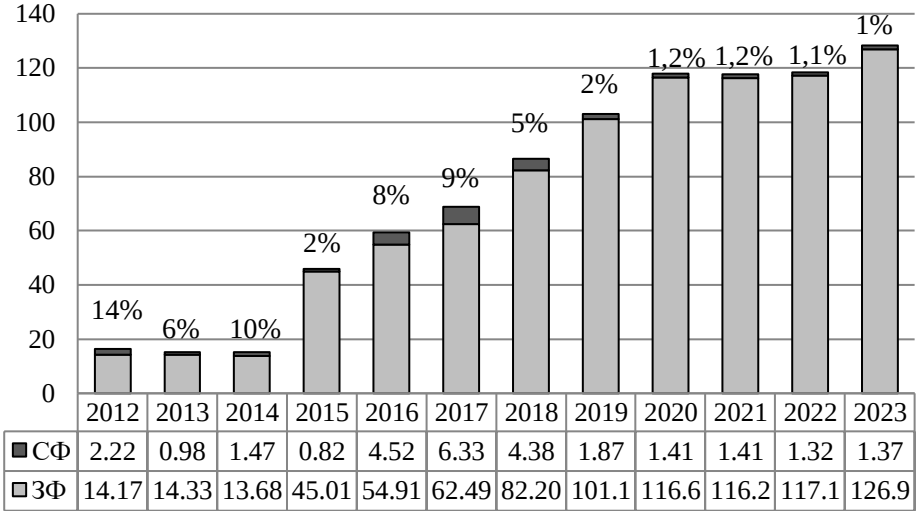
Запорука недоторканності, територіальної цілісності й суверенітету кожної держави полягає не тільки в її військовому потенціалі, велику роль відіграє й економічний аспект, адже основою для створення сучасної боєздатної армії є економічний потенціал країн. Світ двадцять першого століття став високотехнологічним та глобальним, соціо-культуро-економічні процеси виходять на інтернаціональний рівень та стають взаємопов'язаними один з одним. Економічна ситуація в Україні перебуває в стані рецесії, піддається впливу системі як зовнішньо-, так і внутрішньоекономічним факторам: Революція гідності, анексія Кримського півострова, "гібридна війна" на сході держави, пандемія - усі вони роблять свій внесок у сповільнення зростання економіки, державного бюджету, розвитку державного сектору, зокрема і Збройних Сил України.

Така економічна ситуація призводить до феноменальних економічних явищ, наприклад, – парадоксу підвищення тарифних ставок – підвищення соціальних гарантій населення шляхом збільшення тарифної ставки (посадового окладу) працівника першого тарифного розряду, на основі якого розраховується тарифна сітка, що призводить до зменшення заробітної плати працівників через дефіцит бюджету та через зниження роботодавцями додаткових видів заробітної плати. У цей нелегкий час, з одного боку, міжнародне середовище бажає допомогти Україні як країні, що потрапила в економічну халепу, адже кожна держава у свій час може опинитися на її місці, проте, з іншого боку, мало хто знає, що допомога Міжнародного валютного фонду виправдовується лише в 1-2% випадків, тобто, беручи зовнішню позику, Україна садить себе на "кредитну голку": загальний обсяг державного боргу та гарантованого державою боргу на кінець бюджетного періоду не може перевищувати 60% річного номінального обсягу валового внутрішнього продукту України.

Станом на 2020 рік цей показник знаходиться на рівні 60,8% [21]. Тому, виходячи з цього, нашій державі необхідно покладатися більше на власні потужності, аніж здійснювати зовнішні позики. У державному секторі потрібно шукати шляхи для збільшення бюджетних асигнувань, зокрема і в Міністерстві оборони, ефективним застосуванням усіх наявних ресурсів, зокрема збільшенням надходжень спеціального фонду.

Щоб ефективно проаналізувати використання ресурсів для забезпечення національної безпеки України, потрібно здійснити аналіз формування та обліку бюджету одного з відомства забезпечення національної безпеки і оборони, зокрема Міністерства оборони України (далі - МОУ).

Для початку проаналізуємо структуру бюджету МОУ. Це допоможе зробити Рисунок 1.



	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
СФ	2.22	0.98	1.47	0.82	4.52	6.33	4.38	1.87	1.41	1.41	1.32	1.37
ЗФ	14.17	14.33	13.68	45.01	54.91	62.49	82.20	101.1	116.6	116.2	117.1	126.9

Рис. 1. Частина спеціального та загального фонду номінального бюджету МОУ в абсолютних та відносних показниках за 2012-2023 рр., млрд. грн./%

Джерело: складено автором на основі [1-7; 9-11; 12].

Ураховуючи дані за останні 10 років, оборонний бюджет містить усередньому 5,75% видатків спеціального фонду. Це на 4,25% менше видатків спеціального фонду ДБУ. Наступним етапом дослідження бюджету МОУ є верифікація планових та звітних показників, що можна зробити за допомогою Рисунку 2.

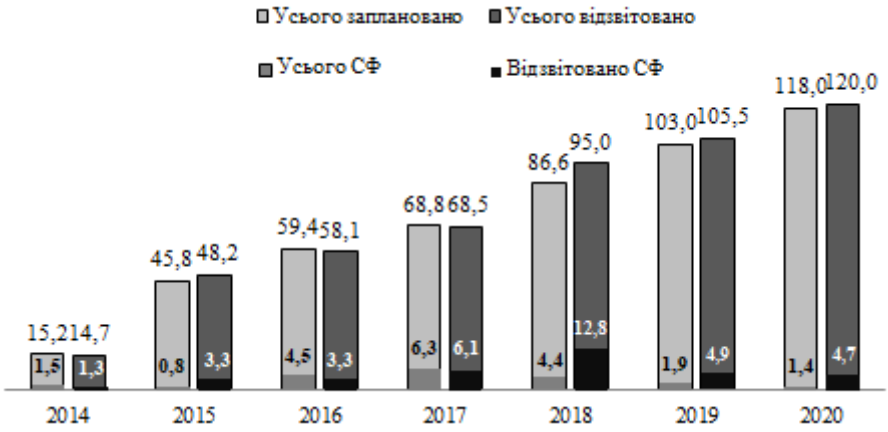
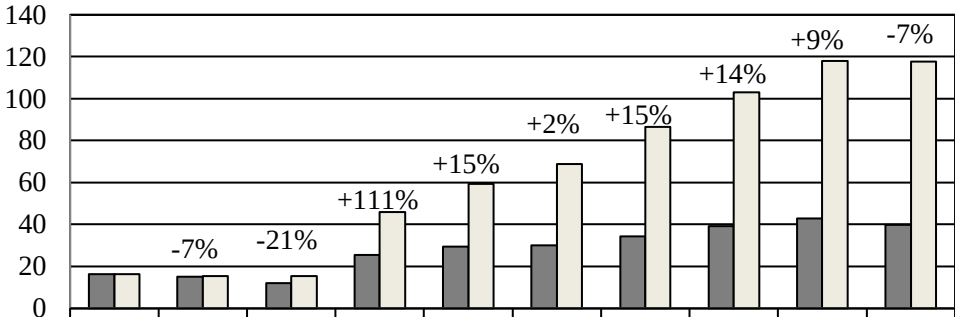


Рис. 2. Виконання оборонного бюджету України за період 2014-2020 рр., млрд. грн.

Джерело: складено автором на основі [5-11; 9-11; 13-18; 20].

Як бачимо, бюджет МОУ має тенденцію перевиконання в декілька разів, що спричинено, перш за все, великою кількістю благодійної допомоги за цей час та перевищенням фактичних доходів спеціального фонду над плановими.

Досить часто офіційні джерела висвітлюють інформацію щодо основних показників бюджету МОУ. На жаль, левова частка таких даних оприлюднюються в номінальній формі, а не в реальній (з урахуванням інфляції за попередні роки). Тому маємо можливість також порівняти значущість відхилень бюджетних показників під впливом подорожчання цін на прикладі Рисунку 3.



	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Реальний бюджет МОУ	16.39	15.24	12.07	25.48	29.39	29.93	34.30	39.21	42.78	39.73
Номінальний бюджет МОУ	16.39	15.32	15.51	45.83	59.43	68.82	86.58	103.01	118.01	117.63

Рис. 3. Номінальний та реальний бюджет МОУ 2012-2021 рр., млрд. грн., із зазначенням реального приросту, %

Джерело: складено автором на основі [1-7; 9-11; 19].

Проаналізувавши Рисунок 3, можна сказати, що, починаючи з 2015 року, внаслідок реагування на системні соціо-культуро-економіко-політичні події в Україні оборонний бюджет нашої держави набув зростаючого характеру: рельний бюджет МОУ 2021 року, у порівнянні з 2012 роком, зріс на 242%. Збільшенню видатків на сектор оборони також сприяла нормативно-правова база шляхом встановлення індикативного регулювання: так 21.06.2018 Верховною радою України було прийнято Закон України № 2469-VIII "Про національну безпеку України", яким встановили мінімальний розмір оборонних видатків – 3% від запланованого ВВП на відповідний бюджетний рік [8, ст. 35]. Зростання оборонних видатків призвело до того, що Україна займає 25 місце в Military Strength Ranking – 2021 [22]. Також важливо підкреслити, що бюджет МОУ 2021 року втратив свій зростаючий характер, зменшившись на 7% у порівнянні з 2020 роком: причиною стала світова економічна криза як наслідок глобальної пандемії.

Також для повного усвідомлення загальної картини стану оборонного бюджету здійснено його аналіз в розрізі видатків споживання та розвитку, Рисунок 4.

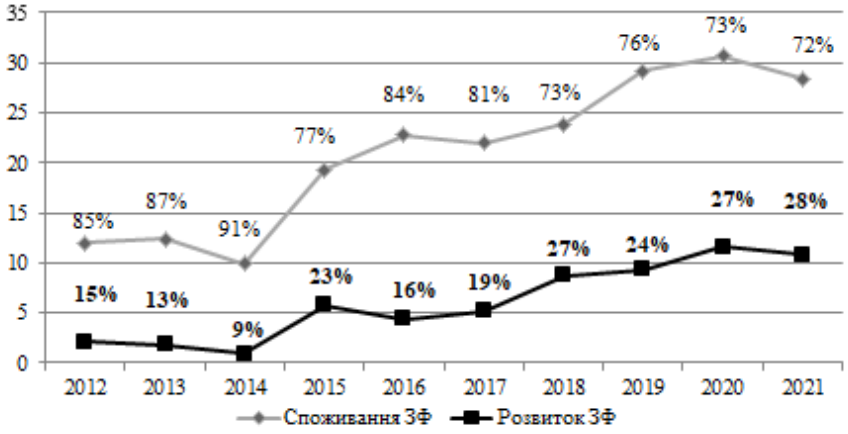


Рис. 4. Структура загального фонду ДБУ в розрізі видатків споживання та розвитку, млрд. грн./%

Джерело: складено автором на основі [1-7; 9-11].

Розглянувши Рисунок 4, можна зрозуміти, що зі зростанням загального фонду бюджету МОУ відбувається зростання видатків розвитку ще з більшим прискоренням. У цьому плані МОУ займає передові позиції серед інших міністерств та відомств, адже, наприклад, видатки розвитку ДБУ на 2021 рік становлять всього лиш 8,5%. Важливо зауважити, що починаючи з 2018 року відбулась конвертація бюджету МОУ з бюджету "проїдання" до бюджету "розвитку": видатки розвитку перевищили поріг у 20%. Але, незважаючи на це, оборонний бюджет все ще потребує збільшення надходжень для капітальних інвестицій та задоволення потреб ЗСУ.

Отже, здійснивши аналіз економічного змісту національної безпеки України на прикладі Міністерства оборони України, можна сказати, що останні сім років у нашій державі відбулося підвищення конкурентності національної безпеки як в кількісних, так і в якісних показниках. Проте все ще є куди розвиватись. Та головне, що вектор розвитку обрано та перебуває в процесі постійного виконання. Тільки таким шляхом зміцнення конкурентності національної безпеки України набуде системного характеру.

Перелік використаних джерел:

1. Закон України від 22.12.2011 № 4282-VI "Про Державний бюджет України на 2012 рік". - Редакція від 08.12.2012.
2. Закон України від 06.12.2012 № 5515-VI "Про Державний бюджет України на 2013 рік". - Редакція від 29.12.2013.
3. Закон України від 16.01.2014 № 719-VII "Про Державний бюджет України на 2014 рік". - Редакція від 15.04.2016.
4. Закон України від 28.12.2014 № 80-VIII "Про Державний бюджет України на 2015 рік". - Редакція від 29.12.2015.
5. Закон України від 25.12.2015 № 928-VIII "Про Державний бюджет України на 2016 рік". - Редакція від 01.02.2020.
6. Закон України від 21.12.2016 № 1801-VIII "Про Державний бюджет України на 2017 рік". - Редакція від 02.12.2017.
7. Закон України від 07.12.2017 № 2246-VIII "Про Державний бюджет України на 2018 рік". - Редакція від 13.12.2018.
8. Закон України від 21.06.2018 № 2469-VIII "Про національну безпеку України". - Редакція від 24.10.2020.
9. Закон України від 23.11.2018 № 2629-VIII "Про Державний бюджет України на 2019 рік". - Редакція від 13.12.2019.
10. Закон України від 14.11.2019 № 294-IX "Про Державний бюджет України на 2020 рік". - Редакція від 10.12.2020.
11. Закон України від 15.12.2020 № 294-IX "Про Державний бюджет України на 2021 рік". - Редакція від 31.01.2021.
12. Бюджетний запит Міністерства оборони України на 2021-2023 роки індивідуальний, Форма 2021-2.
13. Звіт про виконання паспорта бюджетної програми Міністерства оборони України станом на 1 січня 2015 року.
14. Звіт про виконання паспорта бюджетної програми Міністерства оборони України станом на 1 січня 2016 року.
15. Звіт про виконання паспорта бюджетної програми Міністерства оборони України станом на 1 січня 2017 року.
16. Звіт про виконання паспорта бюджетної програми Міністерства оборони України станом на 1 січня 2018 року.
17. Звіт про виконання паспорта бюджетної програми Міністерства оборони України станом на 1 січня 2019 року.
18. Звіт про виконання паспорта бюджетної програми Міністерства оборони України станом на 1 січня 2020 року.
19. Державна служба статистики України. Офіційний сайт. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/.
20. Міністерство оборони України. Офіційний сайт. URL: http://www.mil.gov.ua/.
21. Міністерство фінансів України. Офіційний сайт. URL: https://www.mof.gov.ua/uk.
22. GlobalFirepower - 2021 World Military Strength Rankings. URL: https://www.globalfirepower.com/countries-listing.php.

УДК 339:972

Майорова Ірина
доктор економічних наук, професор
професор кафедри експлуатації суднових енергетичних установок
Азовський морський інститут Національного університету
«Одеська морська академія»
м. Маріуполь, Україна
Irina Mayorova
Doctor of Economics, Professor
Professor of the Department of Operation of Ship Power Plants
Azov Maritime Institute of the National University
"Odessa Maritime Academy"
Mariupol, Ukraine

ВІТЧИЗНЯНІ РЕАЛІЇ «ЗЕЛЕНОЇ ЕКОНОМІКИ»
DOMESTIC REALITIES OF "GREEN ECONOMY"

На наступному етапі розвитку людство стикається з численним колом криз, що є одним із наслідків сучасних глобалізаційних процесів, неспроможністю знайти вирішення питань ґрунтуючись на колишніх економічних ученнях неокейнсіанської економічної теорії. За спостереженнями нобелівських лауреатів Г. Саймоном, Д. Нортом, Т. Шульцем, Дж. Неша, Дж. Харшані, А. Сени, Дж. Стигліца походить, що у XXI ст. відбулося фактичне «скорочення» часу і «стиснення» простору, а глобалізація почала поступово переходити з екстенсивної у інтенсивну фазу розвитку [1, с. 27]. Сучасна економічна глобалізація підвищує мобільність виробництва, капіталу, товарів, послуг і людей [2, с. 236], спричинює постійне зростання потоку чотирьох «і» (інвестицій (investments), промисловості, індустрії (industries), інформації (information), індивідів (individuals) через національні кордони [3, с. 25], сприяє формуванню нового типу соціальних відносин, з посиланням на джерело [1, с. 27].

В науковій публікації Ковтун Т.В. [5] з посиланням на експертів Фонду Еллен МакАртур (Ellen MacArthur Foundation) знаходимо таке: «…в 2025 році циркулярна економіка може щорічно забезпечувати приріст доходу світової економіки понад 1 трлн. доларів США. Крім цього, перехід до циркулярної економіки створить величезні можливості для модернізації виробництва і впровадження промислових інновацій, забезпечуючи щорічний приріст ВВП на 7 %» [6], [5, с.31].

Визначити ступінь екодеструктивного впливу на довкілля дозволяє спеціальний показник – екологічний слід, що відображає попит людської популяції на природний капітал, який може навіть перевищувати екологічну спроможність планети до регенерації цього капіталу. Термін «екологічний слід» був введений в обіг у 1992 році канадським професором Вільямом Різом [7], [5, с.36]. «Це умовне поняття, що відображає споживання людством ресурсів біосфери та вимірюється площею (в га) продуктивної території, необхідної для ресурсного забезпечення життєдіяльності людства, а також для поглинання та переробки відходів. Концепція розрахунку екологічного сліду швидко поширилася завдяки регулярним доповідям «Жива планета» («Living Planet Report») Всесвітнього фонду дикої природи (World Wildlife Fund, WWF), в останній з яких стверджується, що людський слід перевищив біопотенціал планети на 20 %» [5, с.32].

Екологічний слід в Україні становить 3,19 га на особу. Сьогодні кожна людина потребує в середньому 2,7 га, щоб забезпечити себе ресурсами і позбутися відходів, що значно більше спроможностей планети. Ідеальним у світі вважається екослід 1,8 га, який відображає реальні можливості планети. Таким чином, Україна опинилася на 51-у місці серед 149 країн за площею, яку використовує одна людина для споживання [5, с.28]. Вплив середнього українця на довкілля перевищує порогове значення в 1,88 рази. Відповідно до

доповіді ООН «Перспективи зростання населення в світі» («World Population Prospects») [9] до 2030 року населення планети Земля зросте до 8,3 млрд. осіб, до середнього класу приєднається не менше 2,5 млрд. нових споживачів. Для задоволення їх потреб необхідно з урахуванням споживання первинних ресурсів, за оцінками експертів [10; 11], чотири таких планети, як Земля вже до 2050 року [5, с.28].

В науковому дослідженні Петрушенко М.М. [12] проведено аналіз податкових надходжень на розв'язання екологічних проблем, і як висновок, автор констатує, що «На сьогодні в Україні склалася ситуація, в якій конфліктний потенціал еколого-економічних проблем досяг певного критичного рівня, тобто існує реальна загроза настання екологічної кризи на певних територіях країни; при цьому може взагалі не відбутися стадія активізації (соціального «розкриття») прихованих конфліктів, в якій з'явилася б можливість уникнути вказаних кризових станів» [12,с. 102].

Протягом років незалежності в Україні, враховуючи перманентно складний фінансовий стан підприємств державної форми власності, з одного боку, та «номінальне» ставлення держави до завдань екологічної політики, з іншого, ставки плати за забруднення були суттєво занижені. На наш погляд, конфліктність такого підходу полягає в тому, що він спричинив демотивацію винуватців забруднення здійснювати реальні заходи з попередження забруднення. Більше того, саме ставлення до проблеми утворення відходів стало безвідповідальним, що призвело до ще більшого забруднення довкілля. Отже, крім того, що внаслідок такої «політики» спостерігається зниження надходжень у державний і місцевий бюджети від екологічних податків, нівельована роль останніх як мотиваційного інструменту, покликаного впливати на діяльність винуватців забруднення в напрямку підвищення якості довкілля. Така ситуація може бути змінена шляхом суттєвого підвищення ставок за розміщення відходів із введенням одночасно пільгових форм екологічного оподаткування для відповідальних та ініціативно-результативних учасників економічних відносин [12, с.104].

Перелік використаних джерел:

1. Потапенко В.Г. Стратегічні пріоритети безпечного розвитку України за засадах «зеленої економіки»: монографія [за наук. ред. д.е.н., проф. Є.В. Хлобистова]. К.: НІСД, 2012. 360с.
2. Арсеенко А. Г. Вызовы глобализации и Украина.– К. :Инс-т социол. НАН Украины, 2011.517 с.
3. Kanter R. M. Globalization: New Worlds for Social Inquiry / R. M. Kanter, T. L. Pittisky // Berkeley Journal of Sociology. 1995-1996. – Vol. 40. – P. 1-20.
4. Стігліц Дж. Глобалізація та її тягар / Д. Стігліц : [пер. з англ.]. К.: Вид. дім «КМ Академія», 2003. 252 с.
5. Ковтун Т.А. Впровадження принципів циркулярної економіки для досягнення цілей сталого розвитку // Розвиток методів управління та господарювання на транспорті: Зб. наук. праць, 2020. № 3 (72). С. 22-42. DOI 10.31375/2226-1915-2020-3-22-42.
6. Ellen MacArthur Foundation: Towards a Circular Economy: Business Rationale For An Accelerated Transition. 2015. URL: https://www.ellenmacarthur foundation.org/assets/downloads/TCE_Ellen-MacArthur-Foundation9-Dec-2015.pdf.
7. Освіта в інтересах сталого розвитку в Україні. URL: http://ecoosvita.org. ua/ calc.
8. Цели в области устойчивого развития // Организация Объединенных Наций. URL: http://www.un.org/sustainable development/ru/summit.
9. United Nations, Department of Economic and Social Affairs, Population Division (2015). World Population Prospects: The 2015 Revision, Key Findings and Advance Tables. Working Paper No. ESA/P/WP.241. URL: https:// esa.un.org/unpd/wpp/publications/files/key_findings_wpp_2015.pdf
10. Brinkman, J. Waste to Wealth / Accenture. URL: ec.europa.eu/environment/integration/green_semester/pdf/07_09_2015/5.%20Accenture%20-%20 Waste%20to%20wealth%20-%20creating%20advantage-final.pdf
11. Moriguchi, Y. Material flow indicators to measure progress toward a sound material-cycle society // Journal of Material Cycles and Waste Management. 2007. № 9(2). P. 112–120. DOI: https://doi.org/10.1007/s10163-007-0182-0.
12. Петрушенко М.М. Екологічна конфліктність у сфері поводження з відходами: питання управління та оподаткування. Вісник економічної науки України. 2019. № 1(36). с. 101-105.

УДК 330

Маряш Микола
студент групи ПП-21
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль Україна
Науковий керівник: Панухник Олена
доктор економічних наук, професор
завідувачка кафедри економіки та фінансів
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна
Mykola Mariash
student of the group PP-21
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine
Scientific supervisor: Olena Panukhnyk
Doctor of Sciences (Economics), Professor
Head of the Department of Economics and Finance
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

ВІДКРИТТЯ РИНКУ ЗЕМЛІ В УКРАЇНІ: НЕБЕЗПЕКА ЧИ ШАНС НА УСПІХ? LAND MARKET OPENING IN UKRAINE: DANGER OR CHANCE TO SUCCESS?

Український аграрний сектор економіки завжди викликав жвавий інтерес у багатьох інвесторів, але невизначеність законодавства впливала на те, що ринок землі був закритим і не розвивався у повній мірі. Здебільшого, власники паїв здавали свої землі в оренду, що дозволяло їм отримувати пасивний дохід. Незважаючи на це, не всіх цікавила така можливість: багато громадян-власників земельних паїв мали бажання продати свої ділянки та вкласти гроші в інші прибуткові справи. Лише на початку 2020-х років в Україні внесено зміни до законодавчих актів щодо обігу земель сільськогосподарського призначення, які скасовують мораторій на продаж сільськогосподарської землі. Вже з 2024 року землі сільськогосподарського призначення зможуть купувати юридичні особи (з обмеженням обсягу до 10 тисяч гектарів), а іноземці (без українського паспорта) зможуть отримати таке право лише у випадку, якщо відповідне рішення буде прийнято на загальноукраїнському референдумі.

Закон «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо умов обігу земель сільськогосподарського призначення» [1] у певній мірі спрощує діяльність підприємців в аграрній сфері: вони не будуть змушені постійно віддавати величезну кількість коштів за оренду, а зможуть поступово викупити земельні ділянки. Цей фактор дозволить з часом здешевити виробництво, що, відповідно, призведе до зниження ціни на сировину. Здавалося б, що від відкриття ринку землі очікується лише низка позитивних наслідків, яка дасть шанс на активізацію підприємницької діяльності в аграрному секторі, збільшення кількості робочих місць та покращення економіки загалом. Однак, великий ризик можуть понести інвестори, які спроможні скупляти великі площі земельних угідь. Першим мінусом є високий попит на українську землю. Вже на цей момент можна помітити тенденцію на швидке збільшення угод про купівлю землі. Так, 07 вересня 2021 року їх кількість перевищила 13 тис. угод, а до 20 вересня цього ж року вже зросла аж до 18 771 [2]. Мінус полягає в тому, що орієнтовно ринок землі активізується з 2024 року і з цього часу невідомо, наскільки сильно можуть зрости ціни на землю. Знавці прогнозують максимальну активізацію ринку землі саме у той період, коли буде знята заборона на продаж землі юридичним особам, і ринок землі увійде в активну фазу. Також за прогнозами, до зазначеного пікового періоду ціна на землю зростатиме приблизно на 20 % щороку. Таким

чином, до 2024 року вона підніметься приблизно до 2200 дол. за гектар [3, 4]. Така активність може призвести до збільшення попиту на гроші та, відповідно, до зростання інфляції.

Таким чином, відкриття ринку землі є дуже цікавою ідеєю, яка може принести нашій державі як багато позитивних моментів, так і низку проблем. Тим не менше, на нашу думку, зміна законодавства про використання земельних ресурсів буде штовхати вітчизняну економіку вперед, адже українська земля залишається її самим потужним ресурсом і рушійною силою.

Перелік використаних джерел:

1. Закон «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо умов обігу земель сільськогосподарського призначення». URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/552-20#Text

2. «Економічна правда» розділ «Земельний гід». URL: https://www.epravda.com.ua/news/2021/09/20/677981/

3. «Коли в Україні ціна на землю різко піде вгору?». Журнал «Пропозиція». URL: https://propozitsiya.com/ua/koli-v-ukrayini-cina-na-zemlyu-rizko-pide-vgoru

4. Проект Закону про Фонд часткового гарантування кредитів у сільському господарстві. URL: https://www.kmu.gov.ua/bills/proekt-zakonu-pro-fond-chastkovogo-garantuvannya-kreditiv-u-silskomu-gospodarstvi

УДК 005:93

Нагорняк Галина
кандидат технічних наук, доцент
доцент кафедри управління інноваційною діяльністю та сферою послуг
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна
Малий Олександр
студент-магістр кафедри управління інноваційною діяльністю та сферою послуг
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя,
м. Тернопіль, Україна
Halyna Nahornyak
PhD (Technics), Docent
Associate Professor of Department of Innovation Management and Services
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine
Olehandr Maliy
master's student of Department of Innovation Management and Services
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

ЗНАЧЕННЯ СИСТЕМИ ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ В ЕФЕКТИВНОМУ ЗРОСТАННІ ВІТЧИЗНЯНОГО ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ
THE IMPORTANCE OF THE MANAGEMENT DECISION-MAKING SYSTEM IN THE EFFECTIVE GROWTH OF THE DOMESTIC HOTEL AND RESTAURANT BUSINESS

Дослідження у сфері аналізу якості обумовлене потребою у сьогоднішніх умовах переходу до трансформаційних відносин, пошуком правильних управлінських рішень, удосконалення управління у сфері гостинності. Теоретично будь яка організація може досягнути найбільших цілей, будь яких доходів при наявності однієї умови – якщо у неї є працівники, які здатні вирішувати поставлені завдання [4, с. 176]. Розвиток ринку викликає

поява нових завдань. Це викликає необхідність удосконалення управління. Важливо розуміти те, що необхідно постійно покращувати управління якістю обслуговування, приділяти увагу його розвитку, здійснювати реконструкції приміщень, впроваджувати нові технології тощо. Обслуговування готелю та ресторану містить у собі наявність конкретних готельно-ресторанних послуг, їх якість, виражені у таких показниках, як формальне та неформальне обслуговування, моторність і діловитість, а також ступінь уваги персоналу.

Керівництво вітчизняного готельно-ресторанного комплексу прагне покращити свою якість надання послуг тому, що в умовах сьогодення якість продукції формується під впливом таких важливих чинників: активне прагнення підприємств готельно-ресторанного господарства до оперативного використання досягнень науково-технічного прогресу; ретельне вивчення вимог внутрішнього і міжнародного ринків, а також потреб різноманітних категорій споживачів; інтенсивне використання творчого потенціалу персоналу через навчання, виховання, систематичне підвищення кваліфікації, різноманітну мотивацію матеріального та морального характеру. Тому керівництво бажає підвищити якість послуг до міжнародних стандартів ISO серії 9001. Стандарт ISO 9001 регламентує такі аспекти діяльності підприємства: визначення політики і цілей; розроблення планів; аналіз їх виконання і вимірювання ефективності; проведення коригувальних і попереджуючих дій. В українських готелях є певні стандарти якості, які регламентують усім працівникам роз'яснення щодо понять якості послуг. На сьогодні керівництво більшості готелей має наміри впровадити систему якості ISO серії 9001, але для цього необхідно ще впровадити деякі зміни.

Останнім часом на готельному ринку спостерігається ріст пропозицій при одночасному скороченні попиту на послуги розміщення. Усім відомо, що успіх будь якого бізнесу залежить від його правильної організації. Готельний бізнес не виключення. Тому організаційна структура у дуже великому ступені впливає на більшість показників підприємницької діяльності. Одним з основних напрямків формування стратегічних конкурентних переваг у готельному бізнесі – це надання послуг кращої якості у порівнянні з конкурентами. Щоб швидко й якісно надавати клієнтам широкий діапазон послуг, готель повинен буде мати чітко налагоджений механізм надання цих послуг. Виходячи із цього, люди обирають виробника послуг і після їхнього надання порівнюють своє враження про отриману послугу зі своїми очікуваннями. Невдоволення послугою призводить до величезних втрат на ринку. І тому виробник послуг повинен дуже точно виявити потребу своїх клієнтів.

Прийняття рішень є важливою частиною управлінської діяльності готельно-ресторанного комплексу. Управлінське рішення – це творчий акт, спрямований на усунення проблем, що виникли в готелі. Потреба у прийнятті рішення постає тоді, коли є кілька можливих варіантів, з яких потрібно обрати найприйнятніший. Вибір відповідного варіанту рішення здійснюється з урахуванням системи критеріїв та з дотриманням заздалегідь установленого порядку на основі науково обґрунтованих принципів. Важлива роль належить якості рішення, яка виражається через його економічність та своєчасність. Економічність рішення характеризується ефективністю використання залучених в обіг трудових, матеріальних, фінансових та інших ресурсів виробництва, а своєчасність – співвідношенням між часом виникнення проблеми та часом прийняття рішення. Якість управлінського рішення визначає кінцеві результати управління.

За значущістю та часовими параметрами управлінські рішення у готелі та ресторані поділяються на поточні, які приймають для вирішення проблем, що виникають безпосередньо господарської діяльності, і стратегічні, котрі вирішують перспективні проблеми. Рішення, як правило, приймається самим керівником на основі принципу єдиноначальності, але при цьому неможна не приділяти увагу значенню колегіальності, бо вона є перевіреним засобом вироблення найбільш правильних і обґрунтованих рішень. Ці два принципи нерозривно пов'язані і не суперечать один одному. У готелі управління здійснюється на основі колегіальності, тобто для ухвалення рішення глобального характеру

застосовуються обговорення і підготовка рішень широким колом осіб на засіданні загальних зборів, а для ухвалення рішення щодо поточної діяльності здійснюється одноосібно, директором готелю.

У готелі та ресторані часто нижчестоящі керівники мають тенденцію не брати на себе вирішення питань, пов'язаних з ризиком припустити серйозних помилок. Однак кількість таких помилок може бути зменшена при чіткому визначенні кола завдань, що вимагають попереднього узгодження з вищими органами, кваліфікованим методичним керівництвом, а також дослідження причин помилок, щоб уникнути їх у майбутньому. Регламентація означає встановлення і чітке виконання певних правил, положень, вказівок, інструкцій, нормативів, параметрів тощо для кожного елемента організації праці. Встановлена регламентація відображається у відповідних нормативних документах: зміст праці – у положеннях про підрозділи і посадові інструкції; зміст, об'єм і форми інформації – у типових системах інформації; організація робочих місць – у ескізах планування і переліку обладнання; умови праці – у встановлених нормах і параметрах, організація процесів праці – у процедурах їх виконання.

Методи управління у сучасних вітчизняних готельно-ресторанних комплексах представляють собою систему управлінських прийомів, сприяючих забезпеченню високої ефективності діяльності. За допомогою правильного вибору методів управління забезпечується чітка організація процесу управління і всієї виробничо-економічної діяльності. У готельно-ресторанному закладі застосовуються наступні методи управління адміністративні; економічні; правові; соціологічні; психологічні. Сукупність застосовуваних методів управління у готельно-ресторанному комплексах покликана забезпечити: цілеспрямованість колективу; організованість; чіткість і злагодженість роботи; оперативність і своєчасність рішень; розпорядливість, гнучкість, дисциплінованість і ініціативність [2, с. 211].

Таким чином, управлінське рішення у тій або іншій мірі завжди містить пропозиції, які практика може не підтвердити, тому що не існує і не може існувати так званих ідеальних управлінських рішень, а достатньо обумовленими можуть вважатися такі рішення, які не відображають окремих деталей події, але правильно фіксують їх загальну направленість і переважні тенденції, залишаючи свободу дій для безпосередніх виконавців. Важливою передумовою підвищення ефективності управлінських рішень, що здійснюються, є визначення складу показників, які контролюються, у ході виконання рішень, результативності їх реалізації. технологія використання інформації для корегування управлінського рішення дозволить приймати дієві та ефективні рішення в умовах дефіциту часу та відсутності великого обсягу інформації [3, с. 264].

Сутність і значення управління якістю послуги у готелі – одна з частин механізму управління, спосіб організації діяльності готельного підприємства [1, с. 116]. Управління якістю послуг охоплює коректування відносин між учасниками процесу надання послуг, між підприємством і споживачами послуг, формами та методами впливу на процес виробництва та реалізації послуг, організаційною структурою управління й умовами стимулювання персоналу. При управлінні якістю безпосередніми об'єктами управління, звичайно, є процеси, від яких залежить якість продукції. Керівні рішення виробляються на підставі порівняння інформації про фактичний стан керованого процесу з його характеристиками, заданими програмою управління.

Взагалі у світі не зустрічається керівника, якому притаманний конкретний стиль керівництва, оскільки кожна людина є індивідом і має власні неповторні риси характеру, погляди, думки тощо, тому тому часто керівники поєднують два, а інколи й усі три стилі керівництва. Часто директор поєднує два стилі керівництва – авторитарний (директивний) та демократичний (колегіальний). Авторитарний чи директивний стиль керівництва базується на тому, що люди за своєю природою ледарі і не люблять брати на себе відповідальність, та управляти ними можна лише за допомогою грошей, погроз та покарання. Цей стиль керівництва характеризується високою централізацією керівництва (усі рішення приймає

директор закладу), жорстким контролем за діяльністю підлеглих (щомісяця керівники відділів подають звіти про діяльність підрозділу). Методи керівництва, що використовує директор підприємства: накази, розпорядження, зауваження, догани, погрози, зняття пільг. У спілкуванні з працівниками характерна чітка мова, недоброзичливий настрій, різкість, нетактовність і навіть грубощі. При цьому, у такого директора іноді проявляються риси демократичного стилю керівництва, зокрема – розподілом повноважень та відповідальності між своїм заступником та керівниками відділів та між керівниками відділів і їх підлеглими. Директор іноді спілкується з працівниками (керівниками відділів та їх заступниками) на рівні "дорослий – дорослий", який дозволяє вільно спілкуватись, виражати власну думку, але все залежить від настрою директора. При здійсненні контролю директор звертає особливу увагу на кінцевий результат. Авторитет посади директора підкріплюється особистим авторитетом.

Перелік використаних джерел:

1. Бичківський Р. Управління якістю: навч. посіб. Л.: ДУ "Львівська політехніка", 2000. 329 с.
2. Нечаюк Л. І., Нечаюк Н. О. Готельно-ресторанний бізнес: менеджмент: навч. посібник для студ. вищ. навч. закладів. К. : Центр навч. літератури, 2006. 346 с.
3. П'ятницька Г. Т., Коваленко А. М. Стратегічні альтернативи розвитку ресторанів в умовах конкуренції. Торгівля і ринок України: темат. зб. наук. праць з проблем торгівлі і громад. харчування. Вип. 15. Донецьк: ДонДУЕТ ім. М. ТуганБарановського, 2003. Т.1. С. 258–267.
4. Расулова А. М. Роль персоналу у забезпеченні конкурентоспроможності ресторану. Вісн. ДонДУЕТ. №3 (23), 2004. С. 174-180.

УДК 330.341

Надоленко Геннадій
Директор дипломатичної академії України
імені Геннадія Удовенка
м. Київ, Україна
Hennadii Nadolenko
Director Of Hennadii Udovenko
Diplomatic Academy of Ukraine
Kyiv, Ukraine

ПРІОРИТЕТИ УКРАЇНИ В КОНТЕКСТІ СВІТОВИХ ДИСБАЛАНСІВ
UKRAINE'S PRIORITIES IN THE CONTEXT OF WORLD IMBALANCES

Анотація. *Наведені основні тенденції, що визначають майбутній світовий порядок особливості взаємодії міжнародних інституцій. Окреслені пріоритете зовнішньої та внутрішньої політики України.*

Ключові слова: *міжнародне середовище, нестабільність міжнародних відносин, інформаційно-цифровий простір, внутрішня та зовнішня політика. економічна дипломатія.*

Annotation. *The main determinants of the future world order and the characteristics of the interaction of international institutions are outlined. The priorities of Ukraine's foreign and domestic policy are identified.*

Keywords*: International environment, instability of international relations, information and digital space, domestic and foreign policies, economyc diplomacy.*

У сучасному міжнародному середовищі простежується нестабільність та послаблення міжнародних інституцій, які повинні бути на сторожі міжнародного права та координувати міжнародні зусилля щодо подолання глобальних викликів. На фоні пандемії COVID-19 загострилися питання протекціонізму та гіпернаціоналізму в зовнішньоекономічних відносинах. Зменшилась мобільності населення та актуалізувались процеси регіоналізації. Нові лінії напруги у системі міжнародних відносин створює протистояння між Сполученими Штатами Америки та Китайською Народною Республікою. Для України, як, власне і для всієї Європи, до списку зовнішніх викликів та загроз додається політика агресії з боку

Російської Федерації. Розширюється перелік країн, які володіють ядерною зброєю, а відповідно, посилюється загроза її застосування. Всі ці та інші виклики посилюють конфліктогенність та дисбаланси міжнародного правопорядку. І саме в таких умах ми повинні не просто втримувати свої позиції, але й рухати суспільство, країну в напрямку якісних трансформацій.

Дипломатичною академією України за підтримки Представництва Фонду ім. Фрідріха Еберта та у співпраці з Ukraine Analytica реалізовувався дослідницький проект «Концепція зовнішньої політики України», який визначив доволі суперечливі світові тенденції [1]:

- тотальна втрата взаємної довіри: виборці, за рідким виключенням, не довіряють політичним партіям і урядам, країни – одна одній, члени світової спільноти – міжнародним організаціям. Внаслідок цього, на внутрішньополітичному рівні спостерігається зростання націоналістичних, правих та лівих популістських рухів навіть у країнах з міцними демократичними традиціями. На зовнішньополітичному рівні спостерігається зменшення ролі міжнародних інституцій та поваги до взятих на себе міжнародних зобов'язань.

- Підрив поваги до норм та нехтування принципами міжнародного права, ігнорування виконання домовленостей та договорів, що призводить до трансформації системи міжнародного права.

- Глобальна криза лідерства. Зокрема, спостерігається конкуренція у різних частинах світу щодо регіонального лідерства.

- Небачене зростання нерівності як всередині окремих суспільств, так і між країнами та регіонами, що призводить до виникнення протестів та силового протистояння, яке часто має наслідком зміни правлячих режимів [1].

- Початок нового сировинного супер циклу та загострення боротьби за ресурси. Серед ключових гравців – Китай, США, ЄС, Росія, Туреччина.

- Технологічний розвиток, який, з одного боку забезпечує перехід до нового промислового укладу, а з іншого – створює нове поле для агресивних дій, на межі з війною, а у соціальному плані - віртуалізує життя людини, суспільства та країни.

- Нова ера мега-регіональних альянсів – «Пояс і шлях», RCEP, B3W, що не може не вплинути на перерозподіл сил та ресурсів в світі.

Дедалі більшого значення набуває інформаційно-цифровий простір, який перетворюється на місце глобального суперництва держав. Разом із розвитком цифрових технологій і штучного інтелекту, набувають масштабу і нові виклики, зокрема феномен постправди.

У міжнародному середовищі найбільш впливовими факторами соціальної динаміки стають інформація, наука і освіта. Конкурентоспроможною в майбутньому буде людина, яка опанувала основи наук, володіє новітніми способами сприйняття й передачі інформації, освічена і практично підготовлена, насамперед у професійному, мовному та світоглядному контексті. У звязку із цим, Аналітики прогнозують розмежування держав на три великі групи. Першу з них становитимуть народи, інтелектуальна еліта яких здатна створювати і впроваджувати високі технології; другу – держави, які матимуть можливість користуватися цими надбаннями; третю – народи і культури переважно споживацького, дотаційного розвитку [3]. Українцям потрібно визначитися де хочемо опинитися ми.

На сучасному етапі необхідно впроваджувати комплексну зовнішню та внутрішню політику. Зокрема:

- вимагають критичного аналізу та визначення візії щодо подальшого формування українсько-російські відносини. Чинні відносини з агресором мають стати предметом політичного та економічного аудиту, прийняття відповідних урядових і законодавчих рішень [2]. Для цього насамперед важлива синергія влади, науково-експертних кіл та громадянського суспільства;

- у контексті вектору європейської та євроатлантичної інтеграції необхідна докорінна перебудова українського соціуму, відносин між громадянами та між

громадянином і державою, що сприятиме розширенню міжнародної підтримки Україні у питанні протидії агресії та пришвидшенні реформ;

- успіхи на економічному напрямі вимагають принципового визначення сфер застосування дипломатичних та економічних інструментів, які є в наявності у держави. Важливим і необхідним компонентом у цьому питанні є активна діяльність інституту торговельного представника України [2];

- окремої уваги потребує енергетична безпека України як пріоритетна сфера зовнішньополітичної діяльності з огляду на її особливу роль у зміцненні державності та сталому розвитку.

- важливим також є іміджевий інструмент, або міжнародний бренд України, вагому роль у створенні якого забезпечує дипломатична активність, зокрема, публічна дипломатія МЗС, зовнішньо дипломатичні установи та Дипломатичної академії України.

Перелік використаних джерел:

1. Концепція зовнішньої політики України. Експертні рекомендації. Під загальною редакцією Є. Габер, С. Корсунського, Г. Шелест. Вид-во Фонду ім. Фрідріха Еберта, Жовтень 2020, 108 с.

2. Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 30 липня 2021 року «Про Стратегію зовнішньополітичної діяльності України»: Указ Президента України №448/2021 від 26 серпня 2021 р. URL: https://www.president.gov.ua/documents/4482021-40017

3. Стив Фуллер — против того, во что вы верите URL: https://www.colta.ru/articles/society/22087-stiv-fuller-protiv-togo-vo-chto-vy-verite

УДК 005:351

Паляниця Віктор
кандидат економічних наук, доцент
доцент кафедри управління інноваційною діяльністю та сферою послуг
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна
Михайлишин Марта
студентка-магістр кафедри управління інноваційною діяльністю та сферою послуг
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна
Victor Palyanytsia
PhD (Economics), Docent
Associate Professor of Department of Innovation Management and Services
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine
Marta Mikhailishin
master's student of Department of Innovation Management and Services
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

РОЗШИРЕННЯ СФЕР ВИРОБНИЦТВА ТА НАДАННЯ ПОСЛУГ ПІДПРИЄМСТВАМИ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА ЯК МОЖЛИВІСТЬ ЇХ СТАЛОГО РОЗВИТКУ У СИСТЕМІ СЕРВІСНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

EXPANSION OF THE FIELDS OF PRODUCTION AND PROVISION OF SERVICES ENTERPRISES OF HOTEL AND RESTAURANT AS A POSSIBILITY OF THEIR SUSTAINABLE DEVELOPMENT IN THE SERVICE SUPPLY SYSTEM

На сучасному етапі підприємства готельно-ресторанного господарства функціонують в умовах мінливого середовища, тому в управлінні підприємствами готельно-ресторанного

господарства необхідно враховувати специфіку, тому що від цього залежить не лише рівень ефективності діяльності підприємства, але й стійкий розвиток управління підприємства та утримання його позицій на ринку. Варто зосередити увагу на тому, що сутність послуги гостинності полягає у тому, що вона є тим, що створює у гостя (клієнта) уявлення про підприємство готельно-ресторанного господарства. Водночас необхідно завжди пам'ятати про те, що підприємство надає послуги, схожі з тими, які пропонують клієнтам конкуруючі фірми. Коли клієнт прямо отримав сервіс, то він отримує лише те, що вимагає, а також те, про що просить. Коли ж клієнту надається гостинність, то співробітники запитують "гостя" про те, що можна для нього зробити, і саме це і робиться. Ось чому вищою метою ділової активності у сфері гостинності є задоволення потреб клієнта, і тільки потім – збільшення доходів підприємства [3, с. 37].

Згідно з Наказом Державної туристичної адміністрації України від 16 березня 2004 року № 19 готель – це підприємство будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, що складається із шести і більше номерів та надає готельні послуги з тимчасового проживання з обов'язковим обслуговуванням. Згідно з ДСТУ 4281:2004 ресторанне господарство – це вид економічної діяльності суб'єктів господарської діяльності щодо надавання послуг стосовно задоволення потреб споживачів у харчуванні з організуванням дозвілля або без нього. Ресторан – це заклад ресторанного господарства з різноманітним асортиментом продукції власного виробництва і закупних товарів, високим рівнем обслуговування і комфорту у поєднанні з організуванням відпочинку і дозвілля споживачів [1].

Готельно-ресторанне господарство, згідно з чинною класифікацією видів економічної діяльності (КВЕД) України, ідентифікується як "тимчасове розміщування й організація харчування". Готельно-ресторанне господарство на законодавчому рівні в Україні, згідно зі ст. 5 Закону України "Про туризм" від 15 вересня 1995 року № 324/95-ВР у поточній редакції від 11 лютого 2015 року, відноситься до туристичних послуг і визначається, як учасник та суб'єкт процесу: "учасниками відносин, що виникають при здійсненні туристичної діяльності, є юридичні та фізичні особи, які створюють туристичний продукт, надають туристичні послуги з тимчасового розміщення, харчування".

Автоматизація виробничих процесів зумовила суттєве зростання продуктивності праці, що своєю чергою призвело до абсолютного витіснення робочої сили за межі матеріального виробництва, до переливу її до сфери послуг. Такі зміни у суспільному виробництві отримали назву "софтизація" – процес зростання ролі нематеріальних ресурсів у забезпеченні суспільного відтворення, під яким розуміють насичення економіки науково-технічними розробленнями, інформацією, сучасними засобами зв'язку, оптимізацію та оперативність управління, зростання значення послуг із консалтингу, інжинірингу тощо [3, с. 90].

Дослідження показують, що основною причиною того, чи вдостоює споживач своїм відвідуванням підприємство обслуговування ще раз чи ні, є гарне або погане обслуговування, яке йому надане. У перший раз клієнта можна залучити вдалою рекламою, інтер'єром, меню, але вдруге він приходить завдяки професійній роботі персоналу та високій якості обслуговування, отриманого раніше. Чому якість має таке велике значення? Якщо ми будемо розглядати підприємства сфери обслуговування з погляду динаміки їх розвитку, то якість буде виявляти найбільший вагомий вплив на їхню життєздатність. Успішна реалізація якісного продукту клієнту є головним джерелом існування фірми [2, с. 85]. Дослідження чинників розвитку сфери послуг дозволяє схарактеризувати роль сфери послуг у національному господарстві. Сфера послуг посідає чільне місце у розвитку людського капіталу; впливає на функціонування та розвиток матеріального виробництва; сприяє збільшенню вільного часу; створює можливості для глибшого задоволення та розвитку потреб людей і суспільства; є найважливішим елементом формування сучасної якості життя; забезпечує якість економічного зростання та підвищення конкурентоспроможності країни [3, с. 292].

Під якістю додаткових послуг розуміється комплекс їх корисних якостей, нормативно-технологічних характеристик обслуговування, завдяки яким суспільні та індивідуальні потреби задовольняються на рівні встановлених вимог, порівняних як з національними традиціями, так і зі світовими стандартами. Якість має на увазі відповідність надаваних послуг очікуваним або встановленим стандартам. Система заходів, що забезпечує високий рівень комфорту у господарських запитах, які задовольняють різноманітні побутові потреби гостей, називається у готельно-ресторанному господарстві сервісом. Висока якість обслуговування клієнтів забезпечується колективними зусиллями працівників усіх служб готелю, постійним й ефективним контролем з боку адміністрації, проведенням роботи з удосконалювання форм і методів обслуговування, вивченню й впровадженню передового досвіду, нової техніки та технології, розширенню асортиментів і вдосконалюванню якості надаваних послуг. Надаючи будь які послуги, персонал повинен проявляти тактовність і коректність. При наданні послуг головним є не лише їх кількість, але і якість. Тому в багатьох готелях проживаючим при від'їзді дають заповнити невеликі анкети, які здаються разом з ключами у службу приймання та розміщення, а потім їх вивчають у службі реклами та у. Отже, можемо зробити висновок, що сутністю готельно-ресторанної послуги є задоволеність потреби клієнтів у розміщенні та харчуванні, тобто у тимчасовому проживанні у житловому приміщенні, а також у супутніх до проживання послугах.

Послуги, надавані у готелях, поділяються на основні та додаткові. Вони можуть бути безкоштовними та платними. До основних послуг відносяться проживання та харчування. Оформлення клієнтів у готелі повинно проводитися цілодобово. В організаціях громадського харчування, зв'язку та побутового обслуговування, розміщених у готелі, особи, що проживають у готелі, обслуговуються позачергово. Безкоштовно гостям можуть бути надані наступні види послуг: доставка у номер кореспонденції при її отриманні; розбудження до певного часу; користування медичною аптечкою; виклик швидкої допомоги; надання окропу, голок, ниток, одного комплекту посуду та столових приладів. Крім обов'язкових і безкоштовних послуг, готель надає цілий комплекс усіляких інших послуг, які оплачуються додатково. Перелік таких послуг може доповнюватися, видозмінюватися та диференціюватися залежно від розмірів готелю, його місця розташування та цільового призначення. Найчастіше готель пропонує своїм гостям скористатися такими послугами, як: торговельних автоматів; харчування (бару, ресторану, кафе, у, коктейль-бару,) продуктового та сувенірного магазинів; провести вільний час та відпочити можна на дискотеці, у казино, нічному клубі, залі ігрових автоматів, залі відеоігор, більярдної та кегельбані.

Для аматорів активного відпочинку деякі вітчизняні готелі пропонують скористатися послугами: басейну (відкритим, критим і дитячим); сауни, лазні, масажної. До схожих послуг також відносяться: дитячі площадки; міні-гольф; можна також відвідати салон краси, перукарню; спортзали; скористатися послугами медпункту, обміну валют, пункту замовлення квитків (на літак, поїзд, автобус, таксі тощо); тренажерний зал, майданчика для гольфа, у, волейболу, настільний теніс, пляж на морському, озерному, річковому узбережжі, а також устаткування для водного та підводного видів спорту; бюро подорожей та екскурсій, пункту прокату автомобілів, автостоянкою і паркуванням автомобілів, гаражем, чищенням взуття. До послуг ділових людей відносяться наступні: у номерах гостям пропонується додатковий посуд у номер, праску, телевізори, холодильники тощо; зал нарад, концертний зал, бізнес-центри, копіювальний апарат, факс, місцевий і міжнародний телефон.

Якість і перелік надання платних додаткових послуг повинен відповідати вимогам готелю із середнім і високим рівнем комфортабельності, для якої характерна наявність величезного переліку додаткових послуг: послуги організацій громадського харчування (бар, ресторан, кафе, буфет, пивний бар); інфраструктура розваг (дискотека, казино, нічний клуб, зал ігрових автоматів, більярдна); магазини (сувенірний, продуктовий), торгівельні автомати; екскурсійне обслуговування, послуги гідів-перекладачів; організація продажу квитків у театри, цирк, на концерти тощо; купівля та доставка квітів; транспортні послуги (бронювання квитків на всі види транспорту, замовлення автотранспорту за заявкою гостей,

виклик таксі); побутове обслуговування (ремонт і чищення взуття; ремонт і прасування одягу; послуги хімчистки та пральні; зберігання речей і цінностей; розвантаження, навантаження та доставка багажу в номер; прокат предметів культурно-побутового призначення – телевізори, посуд, спортивний інвентар тощо; ремонт годинників, побутової техніки, радіоапаратури; послуги перукарні, манікюрного та масажного кабінетів й інші побутові послуги); продаж сувенірів, листівок й іншої друкованої продукції; послуги салону краси; сауна, баня, басейни, тренажерний зал; оренда залів переговорів, конференц-залу; послуги бізнес-центру.

Перелік використаних джерел:

1 ДСТУ 4281:2004. Заклади ресторанного господарства. Класифікація [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://dbn.at.ua/load/normativy/dstu/5-1-0-939.

2. Основні проблеми економіки розвитку: пер. з англ. Філіпенко А., Геєць В., Крючкова І., Ліанова Е., Опарін В., Федорова В. К.: Либідь, 2003. 684 с.

3. Остафійчук Я. В. Потенціал сфери послуг у стимулюванні розвитку регіонів шляхом формування міжрегіональних науково-освітньо-виробничих кластерів з урахуванням принципу поляризованого просторового розвитку. Національне господарство України: теорія та практика управління: зб. наук. праць. Вип. 84. К.: Рада по вивченню продуктивних сил України НАН України, 2009. С. 86-91.

УДК 338.1: 658.531

Потьомкін Микола
аспірант
Херсонський національний технічний університет
Херсон, Україна
Potomkin Mykola
Post-graduate student
Kherson National Technical University
Kherson, Ukraine
Науковий керівник: Шандова Наталія
доктор економічних наук, професор
Scientific supervisor: Nataliya Shandova
Doctor of Sciences (Economics), Professor

УМОВИ І ФАКТОРИ ТРАДИЦІЙНОГО ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПЕРЕРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ
CONDITIONS AND FACTORS OF TRADITIONAL INCREASE OF COMPETITIVENESS OF PROCESSING ENTERPRISES IN UKRAINE

Оптимальний вибір споживання продукції (як соціально - економічної системи), переробного підприємства залежить від тривалості традиційних макро-і мікроциклів. Тому перелік можливих варіантів споживання продукції повинен бути взаємопов'язаний з зручним способом її придбання споживачем і ефективних стратегій розвитку аналізованого типу підприємств. Одночасно необхідно формувати логічні системи різноманітних варіантів споживання в різні пори року.

Для об'єктивної характеристики умов підвищення рівня конкурентоспроможності українських підприємств необхідно розглядати різноманітні групи населення за групами споживання продукції властивою українському суспільству: поширена, що пристосовується, інтелігентна, престижна, вишукана, комбінована.

Найбільшою групою споживачів продукції є перша, названа нами «Поширена». Вона характеризується споживанням дешевих товарів в значних для здійснення нормальної

життєдіяльності обсягах, а так же товарів з простроченим терміном придатності для їх швидкого вживання. Характерними рисами цієї групи є наступні:

1) тривалий пошук дешевих продуктів харчування з метою їх зберігання в домашніх умовах;

2) практична відсутність придбання товарів значними за обсягом партіями з метою їх заморожування в аналогічних умовах;

3) постійна економія фінансових коштів для придбання продуктів харчування;

4) пошук товарів за зниженими цінами для їх консервації, копчення та інших способів тривалого зберігання.

Економічна сутність другої групи споживачів, яку ми назвали «пристосовуватися» полягає в наступному. Вони вважають за краще споживати готову їжу поза домом, ніж значно збільшують особистий вільний час. У рідкісних випадках розглянутий тип споживача готує їжу вдома з напівфабрикатів або аналогічних замінників, що характеризує його соціально - економічний рівень. Ці товари широко представлені в торговельній мережі, охоче купуються споживачами і приносять певний обсяг прибутку переробним підприємствам і дохід торговим закладам.

Економіко-організаційним проявом третьої групи споживачів під назвою «Інтелігентна» є споживання сучасної органічної продукції. Вона характеризується тим, що в процесі вирощування та виготовлення продуктів харчування заборонено застосування мінеральних хімікатів, стимуляторів росту та аналогічних хімічних інгредієнтів.

В сучасних умовах на національному ринку представлено незначна кількість такої продукції. Її виробництво на присадибних ділянках суттєво на економічні показники не впливає. Характерною особливістю є більш висока ціна в порівнянні зі звичайною продукцією, що значно знижує обсяги її реалізації.

Четвертою групою споживачів продукції, обмежених виробничою потужністю переробних підприємств, є «Престижна». До складу цих споживачів необхідно віднести частину населення, яка споживає делікатесні продукти з метою придбання ділового статусу в вищому суспільстві і підтримки власного іміджу. Питома вага даної групи дуже низький і істотного впливу на розвиток підприємств не робить.

П'ята група споживачів «Вишукана». Основними характерними рисами її є наступні:

1) обґрунтоване планування харчових покупок з урахуванням зіставлення роздрібних цін і користі від споживання товару;

2) неодноразове придбання однорідних товарних груп з неякісними харчовими добавками;

3) необхідність задоволення природної потреби в харчовій продукції з урахуванням прихильності до строго обраним фірмам;

4) медичне обмеження споживання певної продукції з точки зору поліпшення власного здоров'я і працездатності без урахування смакових якостей;

5) тимчасове обмеження обсягу харчового споживання з метою епізодичного святкового застілля з властивим делікатесним ухилом.

Остання шоста група споживачів - «Комбінована» включає в себе всіх споживачів, розглянутих раніше груп. Споживачі рідко знаходяться в складі однієї групи. Численні процеси банкрутства підприємств, зниження рівнів грошового забезпечення, несподіваного додаткового заробітку обумовлюють їх переміщення з однієї групи в іншу (часто через кілька ступенів) і повернення в колишню.

Не менш важливим фактором, який впливає на механізм забезпечення конкурентоспроможності переробних підприємств, є сукупність зовнішніх і внутрішніх факторів, що на нього як зовнішнє, так і внутрішнє вплив. До їх числа ми можемо віднести такі:

1) рівень економічного розвитку переробного підприємства;

2.) рівень розвитку транспортної інфраструктури;

3.) рівень інвестиційної діяльності;

4.) рівень конкуренції між переробними підприємствами;

5) рівень зміни роздрібного товарообігу;

6) рівень постачання підприємства;

7) рівень керованості підприємства.

Для кожного з перерахованих вище групових факторів, на основі експертних суджень, нами складена відповідна система показників. Аналіз цих показників доцільно проводити за допомогою таксономічного методу і методу провідних домінант.

Економічна сутність першого методу полягає в оцінці рівня впливу зовнішніх і внутрішніх факторів на конкурентоспроможність переробних підприємств. А другого - зменшення кількості вищезазначених чинників до їх мінімальної кількості без погіршення якісних характеристик.

Відповідно комбінацію цих двох методів необхідно розглядати, як можливість оцінки рівня конкурентоспроможності аналізованих підприємств на основі мінімальної кількості факторів, що максимальний вплив на ці підприємства. Зазначений комплексний підхід значно підвищує точність оцінки за рахунок зниження трудомісткості економічного аналізу, можливості застосування комп'ютерної техніки, точності бухгалтерського обліку та інших компонентів.

В процесі проведення аналізу спочатку необхідно встановити показники, які мають найбільший вплив на сукупність з п'яти чинників. Потім здійснити оцінку їх впливу на конкурентоспроможність підприємства. Визначення кінцевого результату впливу розглянутих факторів так само здійснюється за допомогою розглянутого економіко-статистичного методу, який детально обґрунтований виходячи з теоретичних міркувань.

Одночасно необхідно підкреслити, що комбінації провідних домінант можна здійснити досить точну оцінку впливу розглянутих факторів на конкурентоспроможність переробного підприємства.

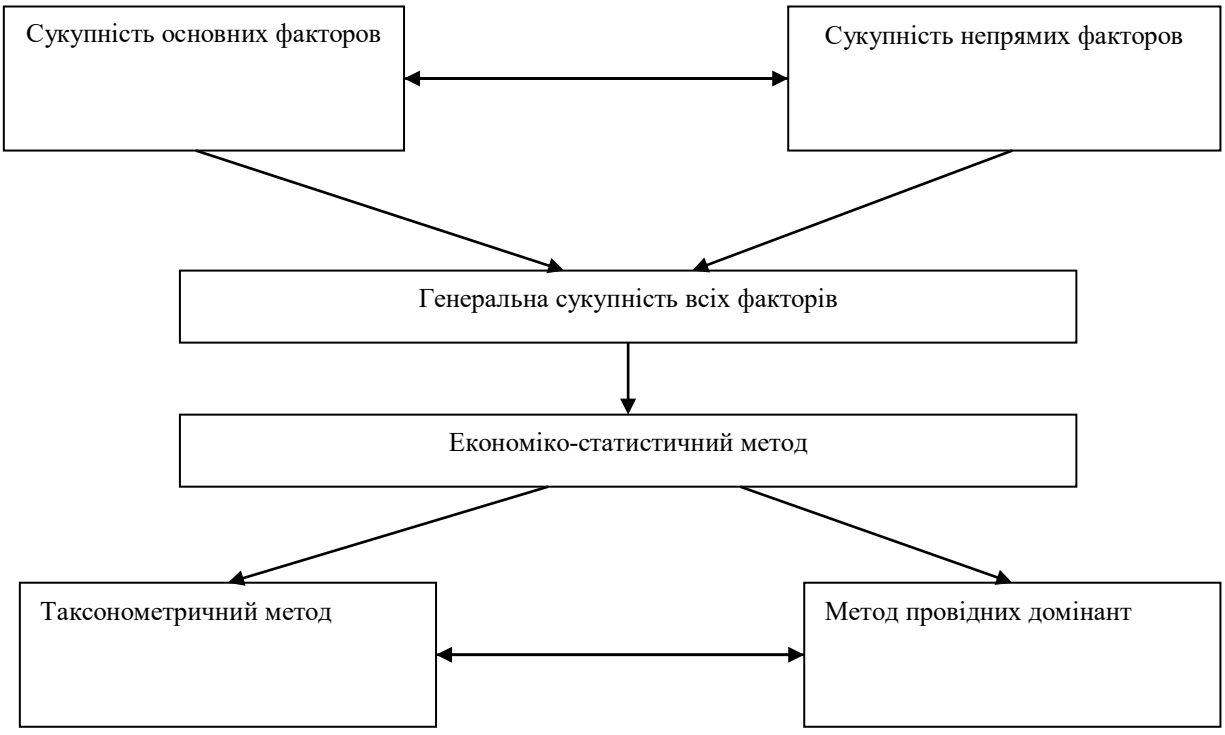


Рис. 1 Схема оцінки ступеня впливу основних і непрямих факторів на рівень конкурентоспроможності переробних підприємств

За допомогою такого комплексного підходу можна додатково досліджувати внутрішній економічний потенціал підприємства з урахуванням впровадження традиційних

соціально - економічних систем. А так же підвищити ефективність позитивних домінант підприємства і знизити негативний вплив – негативних.

Для досягнення мети аналізу впливу досліджуваних факторів на конкурентоспроможність переробних підприємств Одеської області нами обрано 10 підприємств. За допомогою спеціальних методів дослідження (провідних домінант, розрахункових показників, і інших) ми визначили їх місце за рівнем конкурентоспроможності (табл. 1).

Таблиця 1

Вплив факторів, що впливають на конкурентоспроможність переробного підприємства

№ підприємства	Роки дослідження						Місце підприємства		
	2018		2019		2020				
	О средне.	О лідера.	О средне..	О лідера..	О средне.	О лідера..	2018	2019	2020
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	12,8	2,3	12,4	2,5	12,6	2,7	3	3	4
2	11,3	3,8	11,8	3,1	12,9	2,4	4	4	3
3	8,4	6,7	8,8	6,1	9,6	5,7	7	7	8
4	14,5	0,6	14,8	0,1	15,3	-	2	2	1
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
5	15,1	-	14,9	-	15,0	0,3	1	1	2
6	8,3	6,8	8,4	6,5	9,8	5,5	8	8	7
7	7,9	7,2	8,2	6,7	8,7	6,6	9	9	10
8	10,8	4,3	11,1	3,8	11,8	3,5	5	5	5
9	7,8	7,3	8,0	6,9	8,9	6,4	10	10	9
10	9,5	5,6	9,4	5,5	11,7	3,6	6	6	6
Середнє значення	10,64	-	10,78	-	11,63	-	-	-	-

Процес констатації місця переробного підприємства в системі ринкового господарства взаємопов'язаний з наявністю спеціальної методики. На даний час вона відсутня. Зазначене стан справ зумовлений різночитання застосовуваних методів оцінки економіко-фінансових та інших показників; точністю їх оцінки; визначення системи показників і їх зміни (без зниження рівня вмісту, повноти інформації та практичної значущості).

Наукове обстеження десяти переробних підприємств Одеси дозволило визначити наступні способи визначення рівня їх конкурентоспроможності.

Найбільш поширеним (60% обстежених підприємств) способом визначення рівня конкурентоспроможності підприємства, є спосіб, який базується на двох традиційних економічних показниках:

1) зміна (+, -) кількості проданої продукції (КПП);

2) частка реалізованої продукції підприємства до її загального обсягу реалізації на даному ринку.

Економічна сутність цього способу полягає в тому, що зазначені показники зіставляються між собою, тобто (1):

$$У_к = \frac{\Delta ПП}{\frac{O_{р.п.п.}}{\sum O_{р.п.п.}}} * 100 \qquad (1)$$

де: $\Delta ПП$ - приріст (зниження) кількості проданої продукції переробного підприємства;

$О_{р.п.п.}$ - обсяг реалізації продукції переробного підприємства;

$\sum О_{р.п.п.}$ - загальний обсяг реалізації аналогічної продукції на конкретному ринку.

Підприємства, які займають більшу частину ринку необхідно вважати більш конкурентоспроможними.

Кілька менше поширення (40% від загальної кількості обстежених підприємств) отримав метод, заснований на зіставленні двох економічних показників: якісного і ціноутворюючого. На переробних підприємствах він розраховується наступним чином:

$$У_{конк.} = \frac{ТПв(1)}{Ц_{опт}} \qquad (2)$$

де: $У_{конк.}$- рівень конкурентоспроможності підприємства;

$ТПв(1)$ - диференційований обсяг товарної продукції вищого сорту. З метою підвищення економічного аналізу можливо поєднання розглянутого показника з обсягом товарної продукції першого сорту;

$Ц_{опт.}$- оптова ціна продукції відповідно вищого і першого сортів.

Економічна сутність цього способу полягає в наступному. Чим більше різниця між ціною кожного виду продукції (за номенклатурою) вищого і першого сортів і відповідної повної її собівартістю тим вище рівень конкурентоспроможності підприємства.

УДК 330

Решетуха Станіслав
студент групи ПП-31
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна
Науковий керівник: Маркович Ірина
кандидат економічних наук, доцент
доцент кафедри економіки та фінансів
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна
Stanislav Reshetukha
Student of the group PP -31
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine
Scientific supervisor: Iryna Markovych
PhD (Economics), Docent\
Associate Professor of Economics and Finance Department
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

ВПЛИВ КОГНІТИВНИХ ОБМЕЖЕНЬ НА ПРИЙНЯТТЯ РІШЕНЬ ЛЮДИНОЮ
IMPACT OF COGNITIVE BIAS ON PEOPLE'S DECISIONS

В основі економічної теорії закладений принцип того, що людина є максимально раціонально. Вона максимізує корисність на рівні споживання, а прибутки — на рівні підприємства. Проте стандартна економічна теорія не враховує того, що людина часто робить свій вибір на основі різних упереджень, стереотипів, хибної чи недостатньої інформації та надмірної самовпевненості.

Одним із чинників, що призводить до прийняття ірраціональних рішень та отримання хибних висновків можуть бути когнітивні обмеження. Вони допомагають впоратись із

наступними проблемами: надто велика кількість доступної інформації, складність розуміння, необхідність швидкої реакції на події та неможливість запам'ятати усю інформацію, що надходить до людини.

Для того, щоб впоратись із постійним потоком стимулів, людський мозок використовує певні методи та прийоми, щоб обрати та запам'ятати саме ту інформацію, яка можу знадобитись у майбутньому із найбільшою ймовірністю. Це призводить до того, що повсякденні речі приваблюють значно менше уваги, ніж щось нове, цінність нового сприймається у порівнянні із старим. Також людина більш зацікавлена у тій інформації, котра здатна підтвердити уже сформовані ідеї та переконання.

Людина схильна постійно шукати логіку та причино-наслідкові зв'язки між подіями навіть за умови недостатньої кількості даних та намагається компенсувати недостачу інформацію своїм минулим досвідом, стереотипами або узагальненнями. Крім того, людина часто спрощує числа та ймовірності для того, щоб було легше про них думати та їх аналізувати. Наслідком когнітивних обмежень є і проектування нинішнього образу думок на минуле та майбутнє, а також не точна оцінка того, наскільки повільно або швидко події розгортаються в часі.

Людина часто змушена приймати рішення в умовах недостатньої кількості часу та інформації. Саме тому людина вимушена шукати способи вплинути на ситуації таким чином, щоб досягти найкращого результату та передбачити максимальну кількість можливих наслідків у майбутньому. Це приводить до того, що більша перевага надається однозначним та простішим варіантам вибору. Для людини характерно цінувати речі та події в сьогоденні більше, ніж очікувані в майбутньому. Також людина може діяти лише в тому випадку, коли вона усвідомлює свою можливість щось змінити, та важливість рішень, які вона приймає. Крім того, наявна схильність завершувати ті завдання, у які вже були вкладені певні зусилля та час, незважаючи на їх можливу малу корисність.

Обсяг інформації, що надходить до людини перебільшує можливості мозку щодо запам'ятовування. Саме тому, людині легше запам'ятати одне узагальнення, ніж декілька конкретних прикладів. Також людям властиво змінювати та підсилювати спогади про події, які вже відбулись та спрощувати ситуації до ключових моментів. Це призводить до того, що кожне наступне відтворення інформації все менше схоже на оригінальну подію. Крім того, людина схильна по-різному запам'ятовувати спогади в залежності від того, у якій ситуації був отриманий досвід.

Отже, підсумовуючи вище зазначене, можна зробити висновок про те, що часто людина може діяти нераціонально. Надмірна кількість інформаційних стимулів призводить до того, що людський мозок змушений адаптовуватись та вдаватись до спрощень, поспішних висновків та некоректних рішень, щоб збільшити швидкість прийняття рішень та впевненості в тому, що ці рішення є правильними. Більшість когнітивних обмежень є прикладом поведінки, що склалась в умовах еволюції.

Саме тому, необхідно враховувати ірраціональність людей, яка часто викликана когнітивними упередженнями, при будуванні різного роду економічних моделей, адже це веде до збільшення їх точності.

Перелік використаних джерел:

1. Д. Канеман, П. Словик, А. Тверскі Прийняття рішень в умовах невизначеності: Правила на упередження

2. Д. Пристай. Як працюють когнітивні упередження або чому наші раціональні рішення не завжди раціональні? URL: https://suspilne.media/174811-afera-po-ukrainski-ak-osukuut-ukrainskih-zarobitcan/

3. І. Полтавець. Народженні упередженими або як можна утримати об'єктивність. URL: https://uacrisis.org/uk/narodzheni-uperedzhenymy-yak-utrymaty-ob-yektyvnist

4. П. Шерегій. Когнітивні спотворення: чому наш мозок створює собі проблеми? URL: https://lviv.com/statti/kohnityvni-spotvorennia-chomu-nash-mozok-stvoriuie-sobi-problemy/

УДК 640.41

Северіна Юлія
аспірантка 1-го року навчання
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
Науковий керівник: Малюта Людмила
д.е.н., професор
професор кафедри управління інноваційною діяльністю та сферою послуг
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
Тернопіль, Україна
Julia Severina
graduate student of the 1st year of study
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Scientific Supervisor: Liudmyla Maliyta
D.Sc.(Econ.). Prof., Professor of Innovation Activity
and Services Management Department
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

ВПЛИВ ТА НАСЛІДКИ ПАНДЕМІЇ COVID - 19 НА РОЗВИТОК ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ

THE IMPACT AND CONSEQUENCES OF THE COVID-19 PANDEMIC ON THE DEVELOPMENT OF THE TOURISM INDUSTRY

В кінці 2019 році жодна людина в світі не змогла б повірити наскільки сильно нова хвороба сколихне світ. Нова пандемія Covid - 19 – вже у 2020 році заполонила майже кожну країну та завдала сильного удару багатьом галузям, у тому числі й індустрії туризму.

В перший час від початку карантинних обмежень, все населення країни та світу, першочергово, почало турбувати питання про медицину та соціальну галузь. А от питання стосовно підприємницької діяльності не піднімалось, хоча вона займає одну з головних ланок у фінансуванні держави. Епідемічна ситуація розвивалась з космічною швидкістю, що неможливо було передбачити всю ситуацію наперед, і заклади, які відносяться до туристичної галузі, не встигали перероблювати роботу згідно нових санітарних умов. Також не все населення країни та об’єкти підприємницької діяльності були готові реагувати на постійні зміни карантинних умов, і це викликало додаткові складнощі при плануванні подальшої роботи.

Найсильнішого удару серед усіх галузей економіки пандемія Covid-19 нанесла індустрії туризму України, яка ще до 2019 р. керувала часткою до 10% від глобальної економіки. Хоча не дивлячись на цей показник, ця індустрія майже не береться до уваги до розробки економічної політики на державному рівні. Дана галузь економіки виявилась найчутливішою серед інших, що зазнали впливу карантинних обмежень у 2020 році. До того ж варто зазначити, що протягом останніх років туристична індустрія України змогла розвинутись до значного рівня та об’єднатись зі світовою туристичною індустрією та виокремити себе як один з перспективних напрямків розвитку економіки вітчизняних країн. Незважаючи на позитивні тенденції розвитку туризму всі зусилля повернулись майже на початкові точку після ситуації з карантинними обмеженнями в 2020 році. Всесвітня туристична організація (UNWTO) зазначає, що з врахуванням минулорічних результатів клопіткої роботи, внаслідок Covid - 19 індустрія туризму затримається в розвитку мінімум на п’ять – сім років [1].

З початку кризової ситуації UNWTO розпочала плідну співпрацю з більш широкою системою Організації Об'єднаних Націй, в тому числі безпосередньо зі Всесвітньою організацією охорони здоров'я (ВООЗ), щоб спрямовувати галузь у правильне русло розвитку, розробляти основні рекомендації як для керівників галузі, так і для споживачів її послуг. До того ж ООН створила Комітет з глобальної кризи туризму, для того щоб краще розробляти та посилювати заходи з боротьбою проти наявної кризи [1].

Голова Держагентства розвитку туризму України Мар'яна Олеськів відвідала пресконференцію за темою «Оцінка впливу COVID-19 на готельну індустрію України» та виокремила тему про завдані збитки від пандемії для туристичної галузі. Вона заявила, що у світі втрати індустрії туризму склали близько 800 млрд. доларів, а в Україні за підрахунками агентства - близько 60 млрд. доларів. На фоні світових збитків, Україна здається не в такому ж крутому стані. Але враховуючи загальну ситуацію стосовно економіки країни, то утворилась відчутна яма, на закриття якої потрібно багато часу та зусиль. У даному контексті важливе значення відіграє держава, бо наразі вона регулює всі нюанси стосовно відкриття кордонів, умов в'їзду тощо [2].

Відновлення закордонних подорожей після пандемії відбувається досить складно та важко. Адже передусім потрібно продумати всю складну систему із забезпеченням санітарних норм для безпечності поїздок та відпочинку. Як зазначають усі експерти, у туризмі найголовніше – це безпека – вона є першою і основною вимогою у індустрії гостинності. Протягом кількох довгих місяців, Україна відкрила повітряний простір для очікуваних туристичних поїздок – це сталося 15 червня 2020 року. І це була важлива дата, бо багато туристів вже не могли дочекатись свого відпочинку. З кінця червня- початку липня почали відкриватись кордони до найпопулярніших країн, таких як Туреччина та Єгипет – дві улюблені країни серед українців.

Хоч весь туристичний бізнес зрадів відкриттю кордонів, але за короткий час всі підприємства галузі відчули певні труднощі у роботі після карантинних обмежень. Більшість людей просто налякалась пандемії і не мала бажання їхати закордон, посилаючись на нестабільність ситуації. І дійсно, нестабільність в роботі сильно відчувалась через те, що постійно змінювались умови виїзду та в'їзду в країни, що дуже сильно збивало з пантелику як працівників сфери так і самих туристів.

Згідно з останніми дослідженнями Всесвітньою туристичною організацією (UNWTO), близько 54 мільйонів туристів перетнули міжнародні кордони тільки в липні 2021 року. Це на 67% менше у порівнянні з тим самим місяцем 2019 року, але це найвищий показник з квітня 2020 року. Також організація провела дослідження, за результатами яких у 2020 році орієнтовно 62 млн. людей втратило роботу, яка пов'язана з туристичною індустрією [3]. Ситуація, як бачимо, є справді невтішною. Однак працювати, жити й рухатись вперед ми поступово повинні

Відродження ефективної діяльності підприємств, які відносяться до індустрії туризму, повинно здійснюватись контрольовано, дії всіх учасників управління мають бути спрямовані до конкретної мети. Створення умов для плідної роботи індустрії туризму закладає в основу впровадження креативних технологій у розробку алгоритмів систем і управління на кожному етапі виходу з кризового становища. При правильному плануванні заходів з покращення після карантинної ситуації, туризм зможе відновитись швидшими темпами, ніж це прогнозується експертами.

Перелік використаних джерел:

1. International tourist arrivals could fall by 20-30% in 2020: [Електронний ресурс]. URL: https://www.unwto.org/news/international-tourism-arrivals-could-fall-in-2020).
2. Український туризм через пандемію втратив близько 60 мільярдів: [Електронний ресурс]. URL: https://www.slovoidilo.ua/2021/01/20/novyna/suspilstvo/ ukrayinskyj-turyzm-cherez-pandemiyu-vtratyv-60-milyardiv
3. Стали відомі втрати туризму від пандемії у 2021 році: [Електронний ресурс]. URL: https://www.slovoidilo.ua/2021/10/17/novyna/svit/staly-vidomi-vtraty turyzmu-pandemiyi-2021-roczi

УДК 338

Химич Ірина
кандидат економічних наук
доцент кафедри управління інноваційною діяльністю та сферою послуг
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя,
м. Тернопіль, Україна
Владимир Ольга
кандидат економічних наук, доцент
доцент кафедри управління інноваційною діяльністю та сферою послуг
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя,
м. Тернопіль, Україна
Голойда Олександр
студент групи ПФ-21
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, м. Тернопіль,
Україна
Iryna Khymych
PhD (Economics)
Associate Professor of Innovation Activity and Services Management
Ternopil Ivan Puluj National Technical University, Ternopil, Ukraine
Olha Vladymyr
PhD (Economics)
Docent, Associate Professor of Innovation Activity and Services Management
Ternopil Ivan Puluj National Technical University, Ternopil, Ukraine
Oleksandr Holoida
Student of the group PF-21
Ternopil Ivan Puluj National Technical University, Ternopil, Ukraine

ЕКОЛОГО-ЕКОНОМІЧНІ ТРЕНДИ XXI СТОЛІТТЯ
THE ECOLOGICAL AND ECONOMIC TRENDS OF 21th CENTURY

«Природа завжди стежить за збереженням Всесвіту»
(Роберт Бойл)

Протягом тривалого часу природоохоронні питання висвітлювалися на певних виступах, полягали в гучних закликах, згадувалися в політико-наукових розмовах, проте, не в таких масштабах як на даний час: відбуваються певні конкретні дії, адже, екологічна ситуація надзвичайно загострилася в світі та має безліч суттєво негативних, а по декуди й катастрофічних наслідків для світу. Тому, на даний час тема екології стала надзвичайно актуальною та відображається як один із важливих чинників щодо трансформаційних процесів світової економіки в цілому. На виникнення такої ситуації вплинуло ряд моментів [3], а саме:

1) значне посилення проявів, що стосуються кліматичних змін по всій планеті;

2) наявність пандемії, що змінила усталений спосіб життя;

3) необхідність формування та застосування кардинально нових та ефективно-дієвих моделей щодо відновлення світової економіки в цілому на фоні пандемії;

4) необхідність розробки «нової якості» щодо економічного зростання;

5) збалансування економічної конкуренції між розвиненими країнами;

6) «правильність» обрання шляхів щодо стратегічного прагнення розвинених країн до власної ресурсної незалежності, зокрема, енергетичної незалежності;

7) виникнення та загострення світової проблеми щодо нестачі ресурсів усіх видів;

8) формування певних шляхів щодо можливостей збереження та відновлення, а також альтернативності природних ресурсів на планеті.

Варто відзначити, що саме Європейський Союз (ЄС) утримує першість в еколого-економічному тренді в світі. Про таку позицію свідчить, зокрема, те, що в кінці 2019 року ЄС затвердив так званий «Європейський зелений курс» [3], який відображає собою план певних дій щодо приведення Європейського континенту до кліматичної нейтральності до 2050 року. Затвердивши даний курс, ЄС впевнено прямує до досягнення такої мети, не дивлячись на наявні різні «пандемійні перипетії», що відбуваються в світі. А також допомагає та сприяє запровадженню та виконанню таких дій і в інших країнах тощо.

Доцільно зауважити, що великого розголосу набрав так званий проект «Регламент щодо вуглецевого податку на кордоні ЄС» (CBAM) [3], який зазнав значної критики від урядів інших країн. Адже, даний проект тягне за собою низку змін, що не надто добре відобразяться на стані економіки багатьох країн, зокрема, можливе стрімке зростання цін на споживчі продукти тощо.

В табл. 1 представлено основні шляхи та проблеми різних країн, що відображають сутність боротьби за кліматичну нейтральність.

Таблиця 1

Шляхи (проблеми) боротьби країн за кліматичну нейтральність

Назва	Шляхи (проблеми)
США	Повернення до Паризької угоди
Європейський Союз (ЄС)	EU Gran Deal Carbon Border Adjustment Mechanism, CBAM)
Україна	Запущено систему моніторингу викидів парникових газів Наявність кризи в регулюванні відновлюваної енергетики, що є передумовою процесів декарбонізації Дискус щодо можливостей України в контексті «зелених» амбіцій ЄС
Китай	Запущено національну систему торгівлі викидами парникових газів Намір досягти вуглецевої нейтральності до 2060 року (після піку викидів парникових газів у найближче десятиліття)
Російська Федерація (РФ)	Тестується система торгівлі викидами парникових газів (о. Сахалін) Розглядається перенаправлення експортних потоків для уникнення CBAM

Примітка: сформовано на основі [3]

Отже, як видно із наведеної інформації шляхи та проблеми щодо кліматичної нейтральності в різних країнах є дещо і різними, і дещо однаковими, а, подекуди й спільними.

США відновили власну участь в Паризькій угоді, у зв'язку із чим провели 22 квітня 2021 року онлайн саміт, головним питанням якого були клімат та кліматичні зміни. Основними завданнями, які представлено урядом США щодо вирішення цієї проблеми являються: зменшення викидів парникових газів, а також декарбонізація економіки країни терміном до 2050 року. Проте, на практиці виникла низка протиріч: власний вуглецевий податок на кордоні США відхилено Білим домом, адже, це може призвести до зростання цін на споживчі товари; із врахуванням світового зростання цін на природний газ, уряд практикуватиме стимулювання внутрішнього та іноземного видобування викопних (природніх) видів палива.

Уряд Китаю також переглянув власний економічний план країни на 2021-2025 роки, в якому зазначив про власні способи щодо екологічної та природної трансформацій, зокрема, про перехід до вуглецевої нейтральності до 2060 року.

Російська Федерація займає дещо критичну позицію в даній ситуації, адже, має власні викопні види палива, які виступають одним із основних елементів її економіки, а також дотримується власної думки про те, що ліси Сибіру мають поглинальну здатність щодо викидів парникових газів. Проте, все ж на високому управлінському рівні РФ застосовується ціла низка певних заходів, найважливішими із яких є такі: проходить тестування системи торгівлі викидами парникових газів на о. Сахалін; розглядається переспрямування експортних потоків до Азійсько-Тихоокеанського регіону із менш суворим вуглецевим

регулюванням; проводяться переговори із ЄС щодо проекту «СВАМ»; здійснюється розвивання «безвуглецевих промислових зон».

Враховуючи теперішню екологічну ситуацію, що набула кризовості через ресурсну вичерпність та забрудненість, сучасний світ, а також і бізнес у тому числі, все більше опираються на те, що необхідним виступає так звана декарбонізація світової економіки (економічної діяльності) в цілому. На даний час в різних сферах впроваджуються кардинально нові рішення щодо «виправлення» такої наявної проблеми. Варто відмітити про те, що створено першу в світі партію безвуглецевої сталі, проводиться подальше тестування прототипу бетонної дороги, яка здатна заряджати електромобілі в русі, впроваджуються технології промислового вловлювання та зберігання вуглецю, здійснюються певні науково-технічні дослідження щодо застосування «блакитного» та «зеленого» водню як однієї із альтернатив природному газу тощо. Значна увага приділяється природним екосистемам (болота, луки, ліси) з точки зору їх можливості до поглинання вуглекислого газу із атмосфери та як певної передумови щодо збереження біорізноманіття. Крім цього, сучасні заклики, що звучать від міжнародних організацій щодо остаточного «виведення» вугілля із економічного обігу як одного зі способів, що сприятимуть запобіганню зміни клімату, спричиняють значні занепокоєння серед працівників таких галузей. Доцільно наголосити на тому, що новітні глобально-масштабні економічні трансформації відобразяться і на способі життя, і на побуті, і на видах діяльності в цілому. Хорошим прикладом такої трансформаційної зміни виступає всезростаюча популярність щодо використання електромобілів. Одним із етапів згідно планів Європейської комісії виступає повне виведення до 2035 року із економічного обігу всіх автомобілів, що мають двигуни внутрішнього згорання, а також запровадження оподаткування викидів парникових газів від морського та авіаційного транспорту, впровадження персонального обліку вуглецевого сліду тощо.

Україна не є винятком, і також у своїх кроках економічній трансформації намагається дотримуватися курсу щодо запобігання кліматичних змін. Адже, ця проблема світових масштабів, а не тільки країн-лідерів. Проте, в Україні існує ряд причин, що обмежують пришвидшення таких трансформаційних заходів, зокрема, це відсутність достатнього фінансування. Варто зазначити, що в Україні затверджено Другий національний визначений внесок, згідно якого потрібно скорочувати викиди парникових газів. Короткий історичний екскурс про те, як проходив та відбувався процес підготовки Другого національного визначеного внеску України до Паризької угоди має ряд важливих етапів [4].

Проте, для початку доцільно нагадати, що власне сама Паризька угода була прийнята в 2015 році, а набрала чинності в 2016 році, в рамках якої, від 01.01.2021 року, країни почали приймати власні цілі, що стосувалися або скорочення, або обмеження викидів парникових газів. Крім цього, варто згадати і про те, що до 31.12.2020 року зобов'язання країн щодо скорочень та обмежень викидів парникових газів встановлювалися тільки в рамках так званого Кіотського протоколу.

До головних цілей Паризької угоди належать:

1) стримування щодо зростання глобальних середніх температур значно нижче 2°С понад доіндустріальний рівень та докладання усіх зусиль із метою обмежень щодо зростання температури до 1,5°С понад доіндустріальний рівень, визнаючи, що це все значно суттєво скоротить ризики та й наслідки кліматичних змін;

2) підвищення здатності щодо адаптування до несприятливих наслідків кліматичних змін, а також сприяння низьковуглецевому розвитку, не піддаючи під загрозу продовольче виробництво;

3) забезпеченість щодо узгодженості фінансових потоків в напрямку низьковуглецевого розвитку.

Що стосується України, то тут такі зміни розпочалися з вересня 2015 року, коли за розпорядженням Кабінету Міністрів України від 16 вересня 2015 року № 980-р відбулося схвалення очікуваного національного визначеного внеску України до проекту нової

глобальної кліматичної угоди. І відповідно, опісля набуття статусу чинності Паризької угоди 4 листопада 206 року, даний внесок став першим національним визначеним внеском України до Паризької угоди, згідно із яким Україна зобов'язалася не перевищувати 60 відсотків у 2030 році відносно рівня викидів парникових газів 1990 року.

Основними обов'язками України щодо виконання Другого національного визначеного внеску України до Паризької угоди є наступні «готувати, повідомляти та підтримувати послідовні національні визначені внески, які потрібно досягати щодо зменшення викидів парникових газів, а також вживати ряд внутрішніх заходів для пом'якшення кліматичних змін для досягнення цілей таких внесків. Кожен із наступних національних визначених внесків має представляти собою прогрес в порівнянні із поточним національним визначеним внеском, а також відображати найбільш можливі амбіції та ряд відповідних можливостей на фоні національних обставин. Повідомляти національний визначений внесок потрібно кожних п'ять років».

В 2018 році в Україні розпочався сам процес щодо підготовки Другого національного визначеного внеску, що здійснюється за технічної підтримки проекту ЄБРР «Підтримка Уряду України з оновлення Національного визначеного внеску» та фінанси Уряду Швеції. Процес моделювання здійснює команда науковців з Інституту економіки та прогнозування НАН України. Для ефективного здійснення цього процесу сформовано команду, що складається із національних та міжнародних експертів, а також робочу групу із підготовки НВВ2, до складу якої входять приблизно вісімдесят представників від місцевих та центральних органів влади, неурядових організацій, бізнесу, наукових установ тощо.

Протягом 26 листопада 2020 року відбулося засідання даної робочої групи, головними питаннями якого були: презентація результатів моделювання, пропонування політики та заходів, що потрібні для ефективної реалізації сценаріїв розвитку, розрахунок обсягу необхідних інвестиційних ресурсів.

Протягом 1 січня 2021 року відбулися ряд засідань цієї робочої групи, на яких в основному висвітлювалися питання, що стосувалися нормативно-правової бази, а також міжнародних зобов'язань України щодо формування НВВ2, його структури та змісту, методологічних підходів та модельного інструментарію для здійснення сценарної оцінки динаміки результатів викидів парникових газів в Україні при підготовці НВВ2, підходів до формування макроекономічних сценарії, презентації попередніх результатів моделювання тощо.

До 1 травня 2021 року Міністерство довкілля підготувало проект розпорядження Кабінету Міністрів України «Про схвалення Другого національного визначеного внеску України до Паризької угоди», який був надісланий на погодження із зацікавленими ЦОВВ та опублікований для проведення консультацій із громадськістю.

Протягом 30 липня 2021 року Урядом України затверджено нову кліматичну ціль, що передбачає необхідність до 2030 року скоротити викиди парникових газів до рівня 35 відсотків в порівнянні із 1990 роком [4].

Крім цього, варто зауважити про те, що в 2021 році в Україні наявна значна кризова ситуація в секторі, що стосується розвитку відновлюваної енергетики, передумовою якої виступає процес декарбонізації. Проте, національний бізнес активно реагує на запропонований СВАМ, досліджує можливі втрати та збитки, й намагається сформувати якісні шляхи щодо їхнього скорочення. Про це свідчить те, що з початку 2021 року в Україні запущено процес моніторингу, звітності та верифікації щодо викидів парникових газів, що, в свою чергу, сприятиме формуванню «фундаменту» для національної системи торгівлі викидами.

Варто наголосити і на тому, що саме бачення того, яким повинен бути, а також здійснюватися процес декарбонізації в Україні знаходиться на стадії формування [1].

Уряд країни представив п'ять основних напрямів щодо «декарбонізації економіки», основну сутність яких відображено на рис. 1 [1].

Оскільки, ЄС затвердив та представив стратегічний курс на перехід до безвуглецевої економіки до 2050 року, так звана, «Зелена угода» (2020 р.), що включає заміщення енергетичних систем на викопному паливі відновлювальною електроенергією та відновлювальними газами (водень, біометан, синтетичний метан), тому дане рішення вступає певною основою національних та корпоративних цілей, довготривалих стратегій, інвестиційної політики із застосуванням інноваційних технологій, що передбачають сталий безвуглецевий розвиток. Сучасні нафтові компанії з врахуванням цього, до 2050 року мають розглядатися не лише як одні із джерел забруднення навколишнього середовища, а як ключова умова для досягнення цілей такого Зеленого курсу.

Рисунок 1. Основні напрями «декарбонізації економіки» України

Примітка: сформовано на основі [1]

З врахуванням цього ТОВ «ОГТСУ» (2019 р.) [2], національний монополіст, що здійснює транспортування природного газу для споживачів країни, транзит природного газу через територію України до країн Центральної та Західної Європи, використовує у власній стратегії діяльності напрям на декарбонізацію, про що свідчить й факт його приєднання до Європейського альянсу з чистого водню (2020 р.). Стратегічний план «Декарбонізація та чистий розвиток» ТОВ «ОГТСУ» включає реалізацію наступних його аспектів (рис. 2) [2].

Але все ж не дивлячись на гучні розмови та заклики про боротьбу із кліматичними змінами, багато важливих питань мають статус «відкритих», в основному, це стосується, так званої, «кліматичної справедливості». На цій основі Українська асоціація бізнесу та торгівлі» (UBTA) [5], що представляє собою незалежну платформу експортно-орієнтованого українського бізнесу, та основною ціллю створення якої виступає авторитетне представлення інтересів своїх членів та партнерів в інституціях ЄС та серед європейського бізнесу, вважає,

що підґрунтям економічного процвітання, передусім, виступають правильно заплановані результати, а не надія на «щасливі» випадковості.

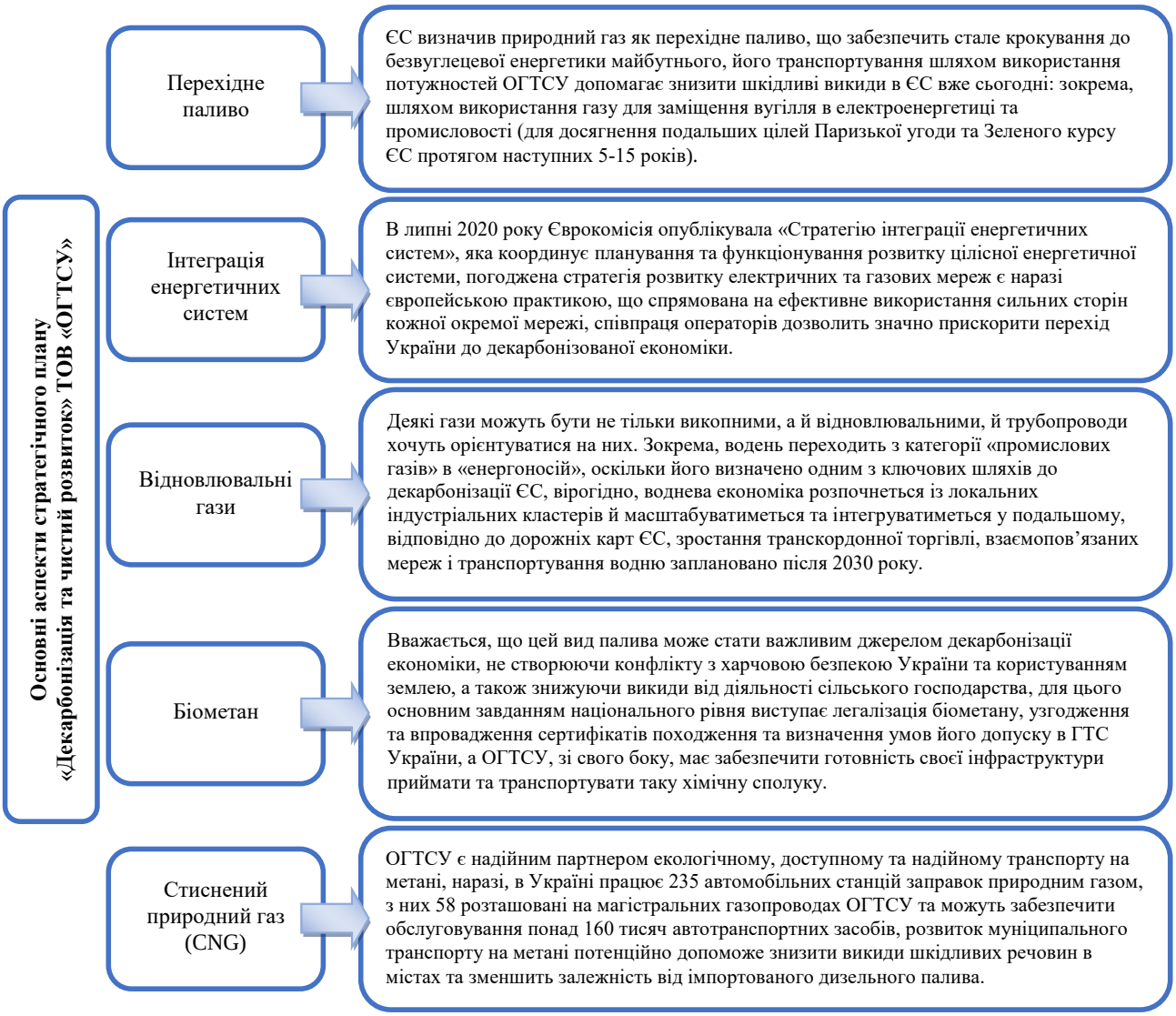


Рисунок 2. Стратегічний план «Декарбонізація та чистий розвиток» ТОВ «ОГТСУ»
Примітка: сформовано на основі [2]

Отже, Уряду України разом із національним бізнесом варто прикладати спільні зусилля для отримання позитивних результатів для країни на її шляху в цьому «зеленому переході», а також застосовувати правильне мотиваційне фінансове стимулювання для подальшої трансформації економіки держави в цілому.

Перелік використаних джерел:

1. «Декарбонізація економіки»: Мінекоенерго презентувало Концепцію зеленого енергетичного переходу (2020). URL: https://glavcom.ua/new_energy/news/dekarbonizaciya-ekonomiki-minekoenergo-prezentuvalo-koncepciyu-zelenogo-energetichnogo-perehodu-658848.html

2. Декарбонізація та ГТС майбутнього (2021). URL: https://tsoua.com/pro-nas/upravlinnya-kompanieu/dekarbonizatcia-ta-gts-maibutniogo/#

3. Зміна клімату та економічний розвиток: тренди 2021 року (2021). URL: https://www.eurointegration.com.ua/project/2021/glasgow/g_article1.html?fbclid=IwAR1LbF4g583l9VuQbQ0qwQf257NcHCFZ3sqow42OP8JWjLSMSA3kh-zbkZw

4. Міністерство захисту довкілля та природних ресурсів України: офіційний портал: Національно-визначений внесок України (26 липня, 2021). URL: https://mepr.gov.ua/news/33080.html

5. UBTA (Ukrainian Business & Trade Association): офіційний портал. URL: https://ubta.com.ua/

УДК 336

Кічор Іванна
студентка 2 курсу ОС «магістр»
факультету фінансів та обліку
Західноукраїнський національний університет
Шевчук Роман
студент 2 курсу ОС «магістр»
факультету фінансів та обліку
Західноукраїнський національний університет
Науковий керівник: Лободіна Зоряна
д.е.н., професор кафедри фінансів ім. С.І. Юрія
Західноукраїнський національний університет
Ivanna Kichor
2nd year student of OS "Master"
Faculty of Finance and Accounting
West Ukrainian National University
Roman Shevchuk
2nd year student of OS "Master"
Faculty of Finance and Accounting
West Ukrainian National University
Scientific Supervisor: Zoryana Lobodina
Dr. Sc. (Economics), Prof., West Ukrainian National University

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФІНАНСОВОЇ ГРАМОТНОСТІ НАСЕЛЕННЯ
THEORETICAL FUNDAMENTALS OF FINANCIAL LITERACY OF THE POPULATION

Фінансова грамотність є невід'ємною складовою соціального і життєвого досвіду людини, від якості якої залежить ефективність захисту прав споживачів фінансових послуг і розвиток економіки України.

Практично всі сфери життєдіяльності сучасної людини і суспільства пов'язані з необхідністю вирішення певного кола фінансових питань.

В основному фінансову грамотність розуміють у вузькому значенні, як "знання про фінансові інститути і пропоновані ними продукти, а також уміння їх використовувати в разі виникнення потреби й розуміння наслідків своїх дій" або ж як "здатність споживачів і підприємців сфери малого бізнесу розуміти роздрібні фінансові продукти з метою прийняття обґрунтованих фінансових рішень" [1]. Тобто фінансову грамотність пов'язують безпосередньо з певною системою знань про основні фінансові продукти, що реалізуються на фінансовому ринку країни.

Узагальнюючи різні підходи щодо визначення даного поняття, під фінансовою грамотністю будемо розуміти набуті людиною професійні компетенції, що дають їй змогу приймати зважені рішення щодо ефективного управління власними фінансами та раціонально діяти відповідно до конкретних життєвих обставин.

Фінансова грамотність населення – це сукупність світоглядних позицій, знань і навиків громадян щодо ефективного управління особистими фінансами та здатність компетентно застосовувати їх у процесі прийняття фінансових рішень (табл.1.1.).

Таблиця 1

Складові фінансової грамотності населення

Складові фінансової грамотності	Характеристика
Світоглядні позиції	Формування культури фінансової поведінки, яка починається з планування сімейного бюджету, наявність традицій управління особистими (сімейними) фінансами
Знання	Володіння фінансовою термінологією, розуміння природи та функцій фінансового ринку, фінансових інститутів і інструментів, які функціонують на ньому, знання прав і обов'язків споживача фінансових продуктів і послуг
Навики	Вміння шукати та знаходити потрібну фінансову інформацію, аналізувати її, розуміти інформацію, яка міститься в договорі, порівнювати пропозиції різних компаній, подавати скаргу у випадку порушення прав споживача фінансової послуги

Отже, фінансова грамотність населення – це національний потенціал, який не просто впливає на рівень добробуту суспільства, а є важливою передумовою убезпечення від багатьох економічних і політичних ризиків.

Традиційно виділяють кілька рівнів фінансової грамотності. Однак чіткої класифікації не існує. Найбільшою популярністю користується нумерація від 0 до 3. В першу чергу слід розібратися, які риси характерні для кожного з цих рівнів. Вони представлені у табл. 2

Таблиця 2

Особливості рівнів фінансової грамотності

Рівень	***Основні особливості***
0	Повна відсутність навіть мінімальних знань, які стосуються фінансової грамотності
1	Розуміння базових понять фінансової грамотності
2	Вміння використовувати основні інвестиційні інструменти
3	Повне володіння всіма фінансовими поняттями та інструментами

При цьому різниця між 1-им і 2-им рівнями набагато більш серйозне, ніж між 1-им і нульовим. Пояснюється це тим, що набути теоретичних знань набагато простіше, ніж навіть мінімальні практичні навички у сфері інвестування.

Важливо розуміти: навіть простому громадянину недостатньо досягти 1-го рівня фінансової грамотності. Незважаючи на те, що більш високий вивчає виключно інвестиції, без них неможливо примножувати капітал. Тому не вдасться досягти спроможності.

Люди, які зуміли досягти 3-го рівня фінансової грамотності, велику частину заощаджень вкладають в акції, облігації та інші цінні папери. При цьому вони інвестують не тільки в топові компанії, але і в середні, які мають перспективи зростання [2] .

Фінансово грамотні люди більшою мірою захищені від фінансових ризиків і непередбачуваних ситуацій. Вони відповідальніше ставляться до управління особистими фінансами, здатні підвищувати добробут за рахунок розподілу наявних грошових ресурсів і планування майбутніх витрат.

Перелік використаних джерел:

1. Survey of Financial Literacy Schemes in the EU27. URL: http://www.eceuropa.eu/internal_market/finservices-retail/docs/capability/report_survey_en.pdf.

2. Що таке фінансова грамотність - основи для початківців + ТОП-9 порад, з чого почати вивчення фінансової грамотності. URL: https://biznescat.com/informatsiia/74-shcho-take-finansova-gramotnist.html

СЕКЦІЯ 2
Особливості інтеграції держави, бізнесу, науки, освіти в умовах цифровізації суспільства

УДК 658

Баран Тетяна
студентка групи ППм-51
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна
Науковий керівник: Панухник Олена
доктор економічних наук, професор
завідувачка кафедри економіки та фінансів
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна
Tetiana Baran
student of group PPm-51
Tenopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine
Scientific supervisor: Olena Panukhnyk
Doctor of Sciences (Economics), Professor
Head of the Department of Economics and Finance
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

ОСНОВНІ ЗАСОБИ ТА ЕЛЕМЕНТИ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВОЮ БЕЗПЕКОЮ ПІДПРИЄМСТВА
THE MAIN ASSETS AND ELEMENTS MANAGEMENT OF FINANCIAL SAFETY OF ENTERPRISE

Сучасне конкурентне середовище вимагає від суб'єктів господарювання створення алгоритму захисту економічних інтересів та забезпечення стабільного та ефективного перебування на ринку подібних товарів і послуг. Важливим механізмом існування, що забезпечує стабільність та фінансову незалежність, незважаючи на політичні та економічні ситуації у державі, є фінансова безпека.

Під фінансовою безпекою підприємства слід розуміти стан, при якому через ефективне використання всіх наявних ресурсів та прийняття адекватних, в кожній конкретній ситуації, управлінських рішень, формується рівновага, підтримується стійкість і стабільність, забезпечується надійність системи для досягнення поставлених цілей та завдань, реалізації стратегії розвитку шляхом застосування заходів своєчасного розпізнавання викликів, уникнення/зменшення ризиків, протидії/адаптації до негативного впливу загроз [1].

Управління та розвиток фінансової безпеки підприємства входить у систему менеджменту підприємства, тому його реалізація тісно пов'язана з пріоритетними цілями фінансового управління розвитком, а саме підвищенням фінансової незалежності підприємства, збільшенням ринкової цінності та унікальності, зростанням добробуту власників і підлеглих даного підприємства та збільшенням прибутку.

Дана ціль реалізується відповідно до механізму управління фінансовою безпекою підприємства, основними елементами якої є:

- оцінка фінансової безпеки підприємства в умовах економічної кризи;
- спосіб оцінки впливу загроз на формування кризової ситуації;

– модель швидкої реакції на порушення фінансової безпеки підприємства та ризики.

Необхідною складовою управління фінансовою безпекою підприємства є методика оцінки її рівня. Аналіз сучасної наукової літератури показав, що всі запропоновані методики визначення рівня фінансової безпеки підприємства можна розділити на три групи:

– як складової економічної безпеки підприємства;
– на основі визначення інтегрального показника;
– визначення загального стану фінансово-господарської діяльності підприємства [2].

Найбільш прийнятним для оцінки та визначення рівня фінансової безпеки підприємства є індикаторний підхід. Тобто, визначення прийнятних та еталонних індикаторів, що забезпечують стабільність на ринку. При даному підході порівнюються наявні показники до еталонних, це забезпечує аналіз наявних проблем та підходи для їх вирішення. Якщо ж даний аналіз буде неефективним, це може призвести до помилкових управлінських рішень, що впливатимуть на безпеку підприємства. Важливим критерієм вибору показника до інших індикаторів фінансової безпеки є забезпечення реалізації пріоритетних фінансових інтересів підприємства, які визначаються станом його функціонування.

У сучасних умовах ринку та економічної, фінансової й політичної криз, для вибору показників слід брати до уваги такі критерії:

– еталонне значення, що забезпечує найвищий рівень захисту у всіх сферах; та відділах підприємства;
– середнє значення, що характеризує реальний стан підприємства на ринку відповідно до звітності;
– критичне значення, досягнення якого, не може гарантувати фінансову безпеку на ринку та рухатиме підприємство в напрямку банкрутства.

Загалом, можна виділити такі складові забезпечення фінансової безпеки підприємства: фінансова стійкість, ліквідність, платоспроможність, конкурентоспроможність, активність просування, інвестиційна діяльність, рентабельність та ін.

Важливим етапом забезпечення фінансової незалежності є аналіз та прогноз усіх можливих кризових ситуацій, що можуть похитнути безпеку підприємства. Цей етап дасть можливості підприємству чітко діяти у кризових ситуаціях, на основі попередньо складеного алгоритму дій. Цей комплекс захисних реакцій забезпечить економічний розвиток та вдале функціонування підприємства в умовах нестійкого зовнішнього середовища. Аналіз кризових ситуацій та основних «проблемних місць» підприємства залежить від наявного стану фінансової безпеки [3].

Таким чином, управління фінансовою безпекою підприємств передбачає не лише визначення та відстеження зміни рівня фінансової безпеки загалом та у межах основних функціональних складових, але й систематичне вдосконалення процесу взаємодії суб'єктів та об'єктів безпеки, що забезпечить прийняття управлінських рішень, які позитивно впливатимуть на функціонування та стан підприємства на ринку.

Перелік використаних джерел:

1. Мельник С.І. Управління фінансовою безпекою підприємств: теорія, методологія, практика: монографія. Львів: «Растр-7», 2020. 384 с.

2. Петрина О.Б. Методичні засади оцінювання фінансової безпеки підприємства. К.: Науковий вісник НЛТУ України. 2010. С. 229-237

3. Кириченко О.А., Кудря І.В. Вдосконалення управління фінансовою безпекою підприємств в умовах фінансової кризи. Інвестиції: практика та досвід. 2009. № 10. С. 22-26.

УДК 338

Бурка Олександр
студент групи ПФс-41
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна
Науковий керівник: Панухник Олена
доктор економічних наук, професор
завідувач кафедри економіки та фінансів
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна
Oleksandr Burka
student of the group PFs-41
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine
Scientific supervisor: Olena Panukhnyk
Doctor of Sciences (Economics), Professor
Head of the Department of Economics and Finance
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

ОСОБЛИВОСТІ ІНТЕГРАЦІЇ БІЗНЕСУ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ СУСПІЛЬСТВА
PECULIARITIES OF BUSINESS INTEGRATION IN THE CONDITIONS OF DIGITALIZATION OF SOCIETY

У сучасних ринкових умовах процес цифровізації є однією із найважливіших умов збереження прибутковості та самого існування підприємства. Зараз важко уявити успішний бізнес, який не займається маркетингом в соціальних мережах, автоматизацією чи роботизацією виробництва й впровадженням нових технологій. Розвиток бізнесу залежить від багатьох факторів, однак усім учасникам ринку необхідно змінюватися дуже швидко в аспекті цифрових трансформацій. Такі зміни, насамперед, свідчитимуть про їх здатність адаптуватися до мінливих умов ринку [1].

Інтеграція бізнесу за умов діджиталізації є багатосторонньою, тож доцільно її розглядати у кількох аспектах: маркетинг, документообіг, процес виробництва, зв'язок із клієнтами та інші.

Багато власників та керівників підприємств відмовляються від залучення соціальних мереж у якості форми маркетингового просування. Таке рішення справедливо вважати помилкою. Адже, таким чином підприємство не лише втрачає всі переваги, які може надати їм СММ, але й завдають собі шкоди. За сьогоднішніх ринкових умов, потенційні клієнти вважатимуть його застарілим або тим, яке щось приховує. Відповідно, довіра до такого підприємства різко спадатиме. Однак, якщо бізнес використовуватиме різні напрями маркетингу, для нього відкриється багато можливостей. Реклама через соцмережі дозволить щомиті привернути увагу до бренду, швидко інформувати про нові акції та пропозиції. Це збільшить кількість потенційних клієнтів, адже їм не доведеться витрачати час на похід до відділення чи пошуку інформації в старих формах ЗМІ. Коли споживачі бачать активні профілі в «Facebook» або «Instagram», рівень довіри зростатиме, так як така діяльність свідчитиме про те, що фірма працює давно та дорожить своєю репутацією. Таргетингова реклама – це в рази ефективніший спосіб просування, ніж реклама на білбордах чи флаєри. Така реклама націлена на вже зацікавлених у пошуку товару чи послуги людей, що з більшою імовірністю стануть клієнтами. Варто також звернути увагу на психологічні фактори: залучити нового клієнта набагато важче, ніж продати продукцію старому. Контакт у соціальних мережах, у формі «лайків», «коментарів» та участі в розіграшах чи конкурсах,

створить ефект «знайомого», а це мінімізує стрес переходу «лід-клієнт» (ред. «лід» – потенційний клієнт, у SMM-термінології) [2].

Ще один формат, який об'єднує маркетинг та нові технології – мобільні додатки та чати. Сьогодні всім відомі чати для підтримки та мобільні додатки магазинів, банків та інших підприємств. Однак, особливість інтеграції не лише в залученні нових технологій, але й у покращенні наявних. Для прикладу, у банківській сфері вже майже кожен представник має свою технологію онлайн-банкінгу, але на зміну «звичайним» банкам прийшли «необанки» («monobank», «Sport bank», «Izibank» та інші). Новий формат банківської сфери «без відділень» дозволяє економити на утримування відділень, кількості штатних працівників та іншому, водночас створює необхідні умови для покращення якості наданих послуг і кращих пропозицій для користувачів (низькі відсоткові ставки за користування кредитними коштами та вищі для депозитних, кешбек, партнерські програми, розіграші преміум карт та інше). Іншим прикладом є використання мобільних додатків супермаркетами. Раніше «просунуті» підприємства роздрібної торгівлі могли демонструвати свій асортимент на веб-сайтах. За сучасних умов таким споживачів здивувати важко. Використання мобільних додатків дозволило замінити пластикову «карту лояльності» на віртуальну, дало додаткові можливості економії (бали та бонуси у додатках «Сільпо», «24/7» та інших), а також перетворило поширення особливих та акційних пропозицій через електронну пошту (що спричиняло незручності для одержувачів у вигляді «спаму») на добре розміщені у додатку, де їх легше та зручніше знаходити.

Наступним аспектом інтеграції бізнесу за умов цифровізації суспільства є документообіг. Не варто згадувати про паперовий документообіг, що вже не використовується, або використовується старими чи непрогресивними підприємствами. Сьогодні діджиталізація документообігу перейшла на рівень, що знаходиться вище базової програми 1С. Нові технології, такі, як «режим paperless», «бухгалтерія онлайн» «M.E.Doc.» та інші, перетворили процес документообігу в набагато швидший та надійніший формат.

Ще одним нововведенням, що стосується підприємств роздрібної торгівлі, є «доставка без дотику». Клієнт має можливість зробити покупки на сайті чи в додатку компанії, оплатити їх, а кур'єр або дрон привезе їх до «дверей».

Сьогодні в США та Європі набувають популярності магазини нового зразка. Старі формати B2B (англ. «Business-to-Business» – бізнес для бізнесу) та B2C (англ. «Business-to-Consumer» – бізнес для споживача) перейшли до нового D2C (англ. «Direct-to-Consumer» – прямо до споживача). Тепер покупцям не потрібно чекати у чергах до каси, необхідно лише просканувати додаток та обрати продукцію. Автоматичні ворота відстежать продукти, що клієнт поклав у пакет, а оплата пройде автоматично. Такі нововведення дуже важливі для осіб, які дорожать своїм часом, особливо за умов пандемії.

Зміна бізнес-середовища передбачає зміну і самого процесу роботи. Покращення корпоративної політики компаній – це актуальне питання для нинішньої ситуації на ринку праці. Через поширення COVID-19, високої популярності набув фріланс. Дистанційна робота з будь-якого куточку світу є найкращим варіантом збереження штату працівників та збільшення продуктивності та якості роботи. Компанії, які можуть забезпечити таку форму роботи високо цінуються при працевлаштуванні. Для прикладу, Amazon.com Inc. оголосило про намір найняти додаткові 100 000 працівників. Водночас, як і необанки, такі підприємства мають змогу економити на утриманні офісів і покращувати умови для своїх клієнтів та працівників.

Цифровізація бізнесу, як і будь-якої іншої сфери нашого життя, є необхідним процесом для розвитку світового ринку. Зміни потрібні не лише економіці в цілому, але й кожному підприємству індивідуально. Разом із залученням нових технологій, погляди людей різко змінюються. Сьогодні акцент у контакті зі споживачами потрібно робити на особистому просторі, мінімізації фізичного контакту, швидкості та зручності надання послуг, а також створенні умов для вигоди клієнтам. «Компанії, що виживуть у довгостроковій перспективі – ті, у кого є кращі інструменти, що дозволяють їм бути гнучкими, рухливими,

моторними; ті, хто краще за інших зможуть реагувати на зміни асортименту продукції, контролювати й відслідковувати свої заводи, регулювати ланцюжки поставок і будуть в змозі задіяти свою робочу силу дійсно в будь-якому місці», – зазначив нещодавно у своєму інтерв'ю віце-президент із консалтингу ARC Advisory Group.

«Ставай digital або помри» – реальність, до якої нас підвела епідемія COVID-19. Цифровізація зачіпила усі сфери нашого життя: медицину, банківську справу, ресторанний бізнес, страхування, торгівлю, маркетинг, освіту та інші. Однак, успішна компанія – та, котра вміє адаптуватися до різних умов ринку. Таким чином, цифровізація лише «відсіяла» підприємства, котрі вже не можуть забезпечувати потреби споживачів і зміцнила ті, котрим це вдається [3].

Перелік використаних джерел:

1. Шолом І.Т. Діджиталізація як основний фактор розвитку бізнесу. Збірник тез доповідей І Міжнародної науково-практичної конференції «Бізнес, інновації, менеджмент: проблеми та перспективи» м. Київ, 23 квіт. 2020 р. URL: http://confmanagement.kpi.ua/proc/article/view/201186
2. Соціальні мережі для бізнесу – використовуємо правильно. URL: https://webprofit.com.ua/sotsialni-merezhi-dlya-biznesu/
3. Поняття діджиталізації бізнесу : сфери і необхідність. URL: https://evergreens.com.ua/ua/articles/business-digitalization.html

УДК 338.45:37

Віра Марина
доцент, доцент кафедри математики, фізики та економіки,
НДУ імені Миколи Гоголя,
м. Ніжин, Україна
Vyra Maryna
Docent, Associate professor of Mathematics, Physics and Economics Department,
Nizhyn Gogol State University,
Nizhyn, Ukraine

ВПРОВАДЖЕННЯ ЕКОНОМІКИ ЗНАНЬ ЯК НЕОБХІДНА УМОВА ПРОЦВІТАННЯ УКРАЇНИ У XXI СТОЛІТТІ
IMPLEMENTATION OF THE KNOWLEDGE ECONOMY AS A NECESSARY CONDITION FOR UKRAINE'S PROSPERITY IN THE XXI CENTURY

Початок XXI століття у розвинених країнах світу ознаменувався стрімким становленням економіки знань. Менеджмент знань є основою розвитку економіки країн – світових лідерів інноваційного розвитку. Україна перебуває на роздоріжжі між інноваційним розвитком і остаточним закріпленням за собою статусу аграрно-сировинної держави у глобальній економіці. Порівняно з країнами ЄС наша держава перебуває на досить низькому рівні технологічного розвитку, і при цьому є донором інтелектуальних ресурсів для розвинених країн світу – Німеччини, Канади, США, Ізраїлю та багатьох інших.

Мета доповіді полягає в обґрунтуванні базових понять «економіки знань» – інтелекту, інформації, знання та аналізі перспективи розвитку економіки знань в Україні. Економіка знань розкриває нову роль і місце інтелекту людини в сучасному суспільстві, вплив інформації як головної продуктивної сили і суб'єкта виробництва на розвиток економічної системи.

Отже, знання на відміну від інших економічних ресурсів є ресурсом, який збільшується, тому що передача знань не передбачає їх зменшення, але навпаки, закріплення набутих та нагромадження нових. Для участі будь-якої країни у глобальній конкуренції доступність знань стає найважливішою умовою, потужним інструментом у боротьбі з бідністю. Насьогодні доступ до знань – це також джерело розвитку та економічного

процвітання. Зокрема Фінляндія, яка після розпаду СРСР зазнала жорсткої економічної кризи, сьогодні інвестує майже 4% ВВП у наукові дослідження. Система освіти Фінляндії вважається однією з найкращих серед промислових країн організації економічної співпраці та розвитку (ОЕСР) [1].

Основною складовою економіки знань є якісна і безперервна освіта для всього населення країни. Сьогодні Україна порівняно з попередніми роками значно покращила свій освітній потенціал. Але все ще залишається ряд невирішених питань. Нажаль, проблема освіти – не єдина в системі економіки знань. Не меншої уваги потребує розвиток наукового потенціалу. Наша країна володіє високорозвиненим інтелектуальним потенціалом, який здатен ефективно розв'язувати інноваційні проблеми. За рахунок цього Україна могла б упевнено посісти належне місце серед перших країн з високим інтелектуальним потенціалом. Але найважливішою причиною, через яку українська держава не досягає першості у світі, є невміле генерування та використання знань. Західні ж держави створюють сприятливі умови для інтелектуальної міграції українських молодих наукових фахівців, внаслідок чого істотно знижується інтелектуальний потенціал нашої країни. Важливою складовою економіки знань є національна інноваційна система, яка являє собою сукупність інститутів, що забезпечують розвиток інноваційних процесів у межах країни. Метою розвитку такої системи є вдосконалення способу організації всієї економіки держави,
де головним джерелом економічного зростання є нові знання та їхнє технологічне застосування [2].

Сьогодні перед Україною стоїть реальна загроза щодо розвитку національної інноваційної системи. По-перше, у країні відсутня концепція її розвитку, в якій мали б бути викладені черговість, терміни, обсяги необхідних ресурсів, інструментарій та механізми розвитку складових інноваційної системи. По-друге, не створений сприятливий інноваційний клімат та не задіяні необхідні механізми і стимули для підвищення зацікавленості виробничої сфери у запровадженні наукоємних технологій. Одним із головних недоліків формування національної інноваційної системи є відсутність стратегії переходу України до інноваційної моделі розвитку, неналежне використання методів наукового планування на всіх рівнях управління, недостатній рівень інноваційної культури працівників органів державної влади [3]

Феномен інноваційної культури набуває особливого значення у системі вищої освіти. У цій взаємозалежності вища освіта переносить наголос із позитивного (наукового) знання на особистість і культуру. Внаслідок цього виникає потреба у зміні освітньої парадигми, яка вимагає від науково-педагогічного працівника творення нових ідей, подолання стереотипів, самовизначення та професійного саморозвитку. Сьогодні держава поступово змінює свої вимоги до освіти та науки, які мають відповідати засадничим принципам економіки знань. Ці вимоги полягають у тому, щоб дати якісно новий рівень знань і оновлювати їх протягом усього періоду трудової діяльності. Це стосується усіх членів суспільства: інноваторів-підприємців. розробників-виробників знаннємістких товарів і послуг, споживачів освітніх, юридичних, медичних, банківських, фінансових, наукових та інших послуг [4].

Розвиток сфер національної освіти і науки перебуває у перехідному періоді. Але освіта і наука в Україні не повністю відповідають сучасним вимогам. По-перше, це проявляється у невідповідності освіти суспільним потребам та світовим досягненням людства, у низькому рівні інтелектуальної діяльності та освіченості. По-друге, роз'єднаність таких складових, як освіта, наука та інновації. Це унеможливлює перехід до інноваційної економіки, побудованої на нових знаннях та створення сприятливого інноваційного клімату.

Україна не бере до уваги стану сфери науки, внаслідок чого посідає одне з останніх місць у галузі науки і техніки у світі. Тоді як країни Західної Європи та КНР проводять політику, яка сприяє збільшенню кількості наукових кадрів. Зокрема, Китай проголосив курс на «науковий розвиток», за рахунок чого залучає на роботу світову інтелектуальну еліту.

Одним із основних чинників побудови національної системи науки в Україні є її фінансування, зокрема наукових та науково-технічних робіт. Слід відмітити, що згідно

чинного закону України «Про науку і науково-технічну діяльність», на фінансування науки передбачено 1,7% ВВП. Хоча відомо, якщо в будь-якій державі на науку виділяється менше 2% ВВП, то державі не уникнути руйнівних процесів, і не лише в сферах освіти і науки, але й економіці в цілому [5].

Перелік використаних джерел:

1. Гузар У.Є. Економіка знань та її перспективи для України. *Регіональна економіка*, 2009, №1. С. 27-35.
2. Україна – 2015: Національна стратегія розвитку. К.: Громадсько-політичне об'єднання Український форум, 2008. 74 с.
3. Економіка знань та її перспективи для України. Наукова доповідь. Інститут економічного прогнозування НАН України / ред. В.М. Гейця. К.: ІЕП НАНУ, 2005. 168 с.
4. Рекомендації парламентських слухань на тему «Національна інноваційна система України: проблеми формування та реалізації». Схвалено Постановою Верховної Ради України від 27 червня 2007 року 1244-V. URL: http: // zakon1.rada.gov.ua/
5. Дробноход М.І. До концепції реформування наукової сфери України. *Наукові записки*. ІІ т. АНВШ України. Дніпропетровськ, 2007. С. 3-14.

УДК 338.2

Волощук Вікторія
студентка групи Б-21
Відокремлений структурний підрозділ «Гусятинський фаховий коледж Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя»
смт. Гусятин, Україна
Науковий керівник: Голич Наталія
доктор філософії з економіки,
викладач економічних дисциплін
Відокремлений структурний підрозділ «Гусятинський фаховий коледж Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя»
смт. Гусятин, Україна
Victoria Voloshchuk
student of the group B-21
Husiatyn applied college Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Husyatin, Ukraine
Scientific supervisor: Nataliia Holych
PhD (Economics)
teacher of economic disciplines
Husiatyn applied college Ternopil Ivan Puluj National Technical University

ЦИФРОВІЗАЦІЯ – НОВА РЕАЛЬНІСТЬ УКРАЇНИ
DIGITALIZATION IS A NEW REALITY OF UKRAINE

Останнє десятиліття цифровий світ удосконалюється надшвидкими темпами. Розвиток інформаційних технологій докорінно змінює середовище та спосіб життя кожного громадянина. В теперішніх умовах Україна, для того, щоб не посідати останні місця серед інших країн у глобальній економіці, повинна здійснити якомога швидше переформатування традиційної моделі суспільства на нову – індустріальну, якою пронизуватимуться всі сектори: державний, приватний, реальний, невиробничий, фінансовий, видобувний, обробний та сектор послуг [1].

Цифровізація виступає одним з головних чинників зростання світової економіки, оскільки завдяки їй не тільки підвищується продуктивність праці, а й відбувається економія часу, створюються попит на нові товари й послуги, нова якість, цінність тощо.

Цифровізація – це запровадження цифрових технологій в усі галузі існування: від взаємодії між кадрами до індустріальних підприємств, від речей побуту до іграшок, одежі тощо; це перехід матеріальних порядків у кібербіологічні та кіберфізичні (об'єднання матеріальних та обчислювальних складників); це перехід практики з реального світу у світ віртуальний (онлайн) [2].

Головною ціллю цифровізації є формулювання шляхів і провідних задач з питань піднесення цифрових звичок, підняття ступеня цифрової грамотності жителів, приміром зайнятих людей, зрілих осіб, незабезпечених родин, людей з інвалідністю, інших сприйнятливих груп населення, в умовах піднесення цифрового суспільства та економіки.

Цифровізацію потрібно простежувати як знаряддя, а не як самоціль. Через державний підхід цифрові технології стимулюватимуть створення нових робочих місць, підняття продуктивності, швидкостей економічного зросту та якості проживання громадян України.

Цифрові технології, свого роду, є драйвером розвитку суспільства, який об'єднав у собі ключові активи ринку – державу, бізнес та населення. В кінцевому підсумку, максимальне вкорінення цифрових ресурсів в складові економіки принесе неабияку перспективу [2]:

- створювати щонайменше від 11% (у 2021 р.) до 95% (2030 р.) додаткового ВВП на рік;
- за 10 років додатково створити до 1 260 млрд дол. США ВВП;
- за 10 років збільшити надходження до бюджету на 240 млрд дол. США;
- створити 700 тис. нових робочих місць (без урахування експортної IT-індустрії);
- досягнути у 2030 р. частки цифрової економіки в загальному ВВП України у 65%;
- забезпечити 99,9% українських домоволодінь широкосмуговим доступом до мережі Інтернет;
- покрити всю територію України 4G-5G;
- покрити 99% усіх автомобільних і залізничних магістралей та 95% сільської місцевості технологіями мобільного Інтернету;
- надати 99,9% громадян цифрову ідентифікацію та технічні можливості користуватися довірчими послугами тощо.

Також, завдяки цифровізації можна реалізувати роботу з будь-якого куточка світу, допомагати розв'язанню суспільних питань, спростивши шлях до провідних сервісів у галузі охорони здоров'я та навчання, наданню фінансових послуг, прозорості та ефективності діяльності уряду. Будь-який українець зможе просто перевтілювати себе, свою ерудованість, техніку та досвід завдяки цифровим технологіям.

Без цифрових ресурсів ми не будемо просуватися вперед, а просто залишимося на місці. **Цифровізація впроваджується у бізнес-процеси підприємств. І завдяки цьому підвищується продуктивність працівників, і збільшується кількість задоволених клієнтів, ну і через це підвищується репутація бізнесу в державі. В повсякденному житті ми зустрічаємо такі цифрові канали зв'язку як:** омніканальність, штучний інтелект, роботизація**.** Приміром, цифрове перетворення банків не обійшлося без чат-ботів, а в аптеках використовують сучасні мобільні пристрої.

Безумовно, абсолютна цифровізація в Україні приведе до втрати робочих місць в часткових сферах, але саме цифрові ресурси й окреслять сучасні спрямування, які уже через кілька років спричинять новий попит.

В Україні та світі усі говорять про сучасні зміни та цифровізацію, або як ще кажуть діджиталізацію. Кінцеві факти з пандемією COVID-19 підштовхнули органи державної влади, бізнес та підприємців задуматися над питанням чи готові вони працювати в діджитал світі. Адже сьогодні одним із найважливіших пріоритетів України є тотальна цифрова трансформація.

Отже, підсумовуючи вважаємо, що цифровізація – це нова реальність України. Звичайно, всі зміни, що відбуваються суспільством сприймаються завжди як стрес. Проте, одночасно, це є створення нових додаткових можливостей для нього. Тому саме цифровізація як головна прикмета сучасності викликає неоднозначне ставлення до неї. Тобто, з одного боку спостерігається розвиток економіки на новому рівні взаємодії всіх її елементів, з іншого – руйнується стара система виробництва і розподілу благ.

Перелік використаних джерел:

1. Шевчук І.Б., Депутат Б.Я., Тарасенко О.Є. Цифровізація та її вплив на економіку України: переваги, виклики, загрози й ризики. *Науковий журнал «Причорноморські економічні студії». 2019.* № 47-2. С. 173-177.
2. Україна 2030Е – країна з розвинутою цифровою економікою : Український інститут майбутнього. URL: https://strategy.uifuture.org/kraina-z-rozvinutoyu-cifrovoyu-ekonomikoyu.html

УДК 331.1: 005.95: 004

Грицишин Вікторія
студентка групи БМ-31
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна
Науковий керівник: Гарматюк Оксана
кандидат економічних наук, доцент
доцент кафедри менеджменту та адміністрування
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна
Viktoriia Hrytsyshyn
student of group BM-31
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine
Scientific supervisor: Oksana Garmatiuk
Ph.D (Economics), Assoc. Prof.
Associate Professor of the Department of Management and Administration
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

ТРАНСФОРМАЦІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ: ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ
TRANSFORMATION OF PERSONNEL MANAGEMENT: DIGITALIZATION

Сьогодні швидкий розвиток інформаційних технологій передбачає проникнення їх в усі галузі соціального та економічного життя, зокрема управління. Якщо говорити про тенденції HR-сфери 2021 року, то актуальним питанням є трансформація управління персоналу, що значно пришвидшилась в період пандемії COVID-19. Адже в багатьох організаціях було впроваджено дистанційну роботу, яка зараз посилюється і, можливо, продовжуватиметься в майбутньому. Це означає, що сучасні умови вимагають переосмислення та змін в організації роботи працівників та ролі керівників, вдосконаленні корпоративної культури, використанні новітніх цифрових технологій в діяльність служб персоналу певних фірм чи компаній.

Одним з ключових елементів трансформації управління персоналу є діджиталізація, яка зараз стає необхідністю, а не трендом. Діджиталізація – це не лише запровадження програмного забезпечення чи автоматизації в системи менеджменту персоналу, а й інновації та сучасні підходи щодо організованої взаємодії з працівниками, прийняття правильних управлінських рішень на основі певних математичних моделей та цифрових технологій. Для такого розвитку організації повинні бути забезпечені відповідними кадрами, здатними реалізовуватися на затребуваному трансформаціями рівні. У цьому важливу роль відіграє

менеджер з персоналу, який безпосередньо здійснює поєднання інтересів бізнесу і працівників, а саме створює корпоративну культуру, залучає та координує роботу працівників, при необхідності утримує головних фахівців, розвиває HR-бренд певної організації, впроваджує зміни та здійснює їх управління тощо. В свою чергу, зміни, передбачені діджиталізацією менеджменту персоналу, спрямовані на цифрову робочу силу (вдосконалення знань працівників, завдяки сучасним технологіям для ліквідації цифрового розриву в їх навичках), цифрове робоче місце (створення робочого середовища для ефективної праці та збору необхідної інформації завдяки комунікаційним засобам та зворотному зв'язку з працівниками) та цифровий HR (здійснення управлінської діяльності на основі сучасних комп'ютерних технологій з використанням цифрових інструментів та програм) [1].

Зараз діджиталізація управління персоналу здійснюється від етапу автоматизованого добору персоналу (навіть в деяких організаціях – від оголошення вакансії до співбесіди та оформлення трудових відносин) до автоматизованих процесів управління з аналізом даних. Попри те, вона веде ряд можливостей та загроз в певних організаціях, на основі аналізу яких можна складати наступні стратегічні плани. До можливостей діджиталізації управління персоналу можна віднести більшу продуктивність праці завдяки скороченню часу і сил, вдосконалений збір та аналіз даних щодо кадрової роботи, спрощене ведення HR-процесів, інтеграція HR-інформації, зворотні зв'язки з персоналом, вдосконалення іміджу організації. В той час загрозами можуть бути вартість впровадження та моральне старіння технологій, доступ до особистих даних, цифровий розрив у навичках працівників старшого і молодшого віку [2].

Тому для подальшої побудови стратегії управління персоналом в умовах трансформації необхідно відмітити напрямки діджиталізації, що передбачають Штучний Інтелект, Big Data, інтегровані мобільні додатки, цифрову інтеграцію з хмарними системами, автоматизацію HR-процесів тощо [3]. Адже додатки на основі ШІ покращують процеси управління персоналу, а саме рекрутинг. Яскравим прикладом цього є чати на основі ШІ, а також співбесіди, працевлаштування, програми допомоги працівникам тощо. Інструменти ШІ є вкрай важливими для HR-сфери, так як ці алгоритми збирають інформацію, здійснюють її аналіз, впорядковують великі дані, оптимізують певні частини робочого процесу, розробляють прогнози розвитку кадрової ситуації, при необхідності виконують завдання менеджера з персоналу, тим же заощаджуючи його час. Завдяки ШІ можна сортувати резюме згідно з потребами роботодавця, автоматично відповідати на поширенні запитання шукачів роботи, покращувати комунікаційні зв'язки з персоналом і т.д. Опитування IFS, свідчить, що 90% організацій реалізують проєкти ШІ для того, щоб підвищити ефективність бізнес-операцій, у доборі персоналу зокрема [4]. Що стосується застосування хмарних технологій в програмному забезпеченні для управління персоналу, то відповідно до даних Capterra, у 2021 році 87,2% HR програмного забезпечення базувалися на хмарних технологіях [5].

Узагальнюючи напрямки діджиталізації та цифрових технологій в управлінні персоналом, можна відзначити те, що функція рекрутингу вимагає застосування соціальних мереж, сайтів пошуку роботи та публікування вакансій. Відповідно до досліджень CleverStaff, 92% рекрутерів використовують соціальні мережі (LinkedIn, Indeed, Monster, Facebook) для добору персоналу [6]. Це дає змогу розширювати можливості залучення нових працівників. Що стосується функції мотивації, то завдяки діджиталізації збирається інформація щодо особливостей, цінностей та переваг працівників і відповідно використовують її для різноманітних мотиваційних програм. Що стосується розвитку персоналу, то діджиталізація дозволяє проходити освітні курси через мобільні додатки, а також створюються електронні платформи для навчання, що забезпечують безперервність освіти та вибір форм навчання в зручний час та в зручному місці. Щодо оцінки персоналу, то проводяться електронні тестування з оцінюванням в режимі реального часу (онлайн) з метою прозорості оцінювання знань, вмінь та навичок працівників. І відповідно функція контролю вимагає застосування цифрових технологій для збору звітності усіх процесів та виконаних

завдань в організації. В свою чергу, це дає можливість оцінити діяльність кожного працівника та забезпечити зворотній зв'язок з працівниками.

Однак, попри діджиталізацію, сьогодні немає нічого важливішого за людей. Тому роботодавцям, керівникам чи менеджерам з персоналу потрібно переглядати способи підтримки, співпраці та заохочення працівників для побудови дружніх відносин між ними, формування позитивної культури в організації та ефективного вирішення певного бізнес-завдання. Менеджерам з персоналу необхідно вміти не лише слухати працівників, а й чути їх і мати індивідуальний підхід до кожного, необхідно розуміти їх емоційні стани і при потребі пропонувати доречні рішення. Дослідження State of Workplace Empathy свідчить, що 96% працівників бажають, щоб керівники проявляли емпатію і співчуття до них [7]. Адже, якщо люди відчувають, що керівництво їх розуміє, тоді вони намагаються працювати якомога краще для збільшення прибутку. Прикладом цього є звіт Businessolver Workplace Empathy Monitor, який свідчить, що 77% працівників готові краще працювати, за умови того, що на роботі до них проявлятимуть емпатію; в той час як 92% фахівців з персоналу кажуть, що емпатія, співчуття та доброзичливе ставлення до працівників допомагають утримувати персонал [8].

На підставі вищенаведеного, можна зробити висновок, що ключовим фактором успішного ведення будь-якого бізнесу є кваліфіковані працівники і вмотивовані на результат. Тому менеджерам з персоналу необхідно розробляти власні ефективні інтегровані стратегії управління працівниками, їх навчання з впровадженням індивідуальних планів розвитку та програми цифрового менеджменту персоналу. Для підвищення ефективності управління персоналом, реалізації стратегій і впливу на бізнес застосовуються соціальні мережі, додатки на основі ШІ, автоматизацію, хмарні технології в програмному забезпеченні для потреб управління персоналу. Ймовірно, надалі цифрова трансформація здійснюватиметься через формування моделей на основі ШІ з метою виявлення нерівності щодо оплати праці. Однак ці зміни вимагатимуть досконалої цифрової компетенції HR-менеджерів у сфері аналітики та автоматизації. Тобто розвиток працівників служб персоналу націлений на поглиблення і вдосконалення цифрових навичок, що допоможе розробити повноцінну систему управління персоналом в певній організації і вивести бізнес на новий рівень.

Перелік використаних джерел:

1. Digital Transformation and the Evolution Of HR Trends. URL: http://infosystems.mu/digital-transformation-and-the-evolution-of-hr-trends (дата звернення: 19.10.2021).
2. Грішнова О.А. Новітні технології в економіці персоналу: нові можливості і нові виклики / О.А. Грішнова, О.С. Заїчко // Вісник економічної науки України. – 2016. – № 2. – С. 52-57. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Venu_2016_2_14 (дата звернення: 19.10.2021).
3. Діджіталізація HR-процесів у сучасних реаліях / Н. Данилевич, С. Рудакова, Л. Щетініна, Я. Касяненко // Галицький економічний вісник. – 2020. – №3 (64). – С. 147-156. URL: http://elartu.tntu.edu.ua/handle/lib/32485 (дата звернення: 19.10.2021).
4. Nearly 90 Percent Of Companies Have Sights Set On Artificial Intelligence Investment, IFS Study Reveals. URL: https://www.ifs.com/news-and-events/newsroom/2019/11/14/nearly-90-percent-of-companies-have-sights-set-on-artificial-intelligence-investment-ifs-study-reveals/ (дата звернення: 20.10.2021).
5.Human Resource Software // Capterra 2021. URL: https://www.capterra.com/human-resourcesoftware/ (дата звернення: 20.10.2021).
6.Рекрутинг в соціальних мережах: 8 ефективних способів пошуку співробітників. Cleveestaff. 2020. URL: https://cleverstaff.net/blog/uk/rekruting-v-sotsialnih-merezhah-8-efektivnih-sposobiv-poshuku-spivrobitnikiv/ (дата звернення: 20.10.2021).
7. 2018 State of Workplace Empathy. URL: https://info.businessolver.com/empathy-2018-executive-summary (дата звернення: 21.10.2021).
8. Businessolver Finds Workplaces Still Lack Empathy. URL: https://www.businessolver.com/who-we-are/news/businessolver-finds-workplaces-still-lack-empathy#gref (дата звернення: 21.10.2021).

УДК 339.94:004

Дугінець Ганна
доктор економічних наук, професор,
завідувачка кафедри світової економіки
Саркісян Лариса
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри світової економіки
Київський національнй торговельно-економічний університет
м. Київ, Україна
Ganna Duginets
Doctor of Economic Sciences, Professor,
Head of the World Economy Department
Larysa Sarkisian
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Associate Professor of the World Economy Department
Kyiv National University of Trade and Economics
Kyiv, Ukraine

ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ СИСТЕМ УКРАЇНИ
DIGITAL TRANSFORMATION OF TRADE AND ECONOMIC SYSTEMS OF UKRAINE

Існуючі в світовій економіці темпи розвитку та розрив технологічних змін в останні роки створюють безпрецедентні можливості, які посилюються за рахунок конвергенції цифрових, фізичних та біологічних технологій, що характеризують початок Четвертої промислової революції [7]. Ці нові технології мають значний потенціал стати джерелом зростання, але їхню подальшу еволюцію важко визначити. Отже, перед кожним актором світової економіки постає завдання: розкрити свій потенціал таким чином, щоб він був корисним для суспільства загалом, з огляду на те, що це також вплине на національний та глобальний розподіл доходів та можливостей, що зумовить значні структурні трансформації.

Інформаційні технології (ІТ) – це сучасна галузь економіки України, яка динамічно розвивається. Відзначимо, що коли мова йде про ІТ-сферу, то маються на увазі не лише інформаційні, а й телекомунікаційні технології. В цілому під ІТ-сферою слід розуміти сектор інформаційних і телекомунікаційних технологій, який є сукупністю галузей виробництва і сфери послуг, що займаються збором, передачею та відображенням інформації або даних за допомогою електронних засобів. З даного визначення видно, що ІТ-сфера складається з двох типів галузей: виробничої сфери та сфери послуг. При цьому виробничі галузі повинні бути залучені у процес обробки інформації та побудови комунікацій, включаючи передачу й відображення інформації. Крім того, компанії виробничих галузей повинні використовувати електронні засоби обробки для розпізнавання, вимірювання та/або запису фізичних даних чи контролю над фізичними процесами. Основною сферою діяльності галузей сфери послуг повинно бути виконання функцій обробки та передачі інформації з використанням електронних засобів [5]. ІТ-сфера є основою прогресу та проривних рішень у традиційних галузевих сферах, в яких здійснюється продуктивна діяльність людини.

Динамічний розвиток ІТ-сфери обумовлює її складність, швидкість змін та значну невизначеність технологічних траєкторій. Так, лише за 2018 рік ІТ-послуги принесли в бюджет України майже 10 млрд. грн. податків. Рік у рік дані цифри зростають у середньому на 20-25 %. Якщо у 2012 році внесок ІТ в економіку країни становив 0,8 % ВВП України, то нині – вже 4 %. На сьогодні експорт ІТ-послуг України приносить більше 5 млрд. доларів на рік, тоді як у 2013 році ця позначка ледь сягала 2 мільярдів [2]. Динамічність розвитку і перспективність самої ІТ-сфери є важливим мотивом у прийнятті рішення щодо розподілу ризику та об’єднання ресурсів серед її учасників. Не випадково саме в цій сфері конкуренція

часто переходить у співробітництво. Формування альянсів у ІТ-сфері дає можливість змінити прийняті на практиці застарілі стандарти і створити нові, оскільки партнери відкрито діляться своїми технологіями та об'єднують зусилля для перемоги над своїми загальними конкурентами.

Підписання Угоди про асоціацію України із Європейським Союзом, включно із торговельною частиною у 2014 році мало значний позитивний вплив на формування політики щодо регулювання цифрової трансформації торговельно-економічної системи Україні, незважаючи на те, що безпосередньо аспекти цифровізації не були зазначені у документі. Подальше поглиблення інтеграційних процесів між країнами, провідна роль ЄС у регулюванні цифрового ринку та визначення пріоритету «Європа, придатна для цифрової ери» для посилення конкурентоспроможності економіки ЄС матиме значний ефект і дозволить включити Україну в єдиний цифровий простір ЄС і забезпечить синергетичний ефект для розвитку продуктивності та конкурентоспроможності секторів національної економіки.

Наближення регуляторного середовища та цифрового розвитку України до рівня ЄС завдяки інтеграції України у єдиний цифровий ринок (ЄЦР) ЄС може підвищити експорт послуг з України до країн ЄС на 7,6-12,2%, а експорт товарів – на 11,8-17%. В той же час, експорт послуг з ЄС в Україну може збільшитися на 5,7- 9,1%, експорт товарів з ЄС в Україну – на 17,7-21,7% [3]. Інтеграція України до Єдиного цифрового ринку та Цифрового союзу ЄС є одним з основних пріоритетів як економічних відносин країни з Союзом, так й входження України у світову цифрову економіку [4].

Одними із прикладів застосування цифрових технологій для удосконалення торговельної політики та акумулювання даних в Україні є «Єдине вікно для міжнародної торгівлі» та введення статусу авторизованого економічного оператора. Механізм «Єдиного вікна» дозволяє забезпечити:

1) якісний контроль за виконанням підприємствами вимог законодавства;

2) оперативний обмін інформацією між митницею, підприємствами та державними органами;

3) протидію корупції – мінімізація offline-комунікацій під час здійснення контрольних процедур;

4) спрощення здійснення зовнішньоекономічній діяльності [1].

Зважаючи на суттєвий прогрес у розвитку цифрової економіки в Україні, доцільно розробити стратегію або програму розвитку цифрової торгівлі. Вона може реалізуватись через комплекс стимулюючих (заохочення становлення і розвитку нових секторів, що створюватимуть нові засоби виробництва, де вироблятимуться нові товари, надаватимуться нові послуги, а також просуватимуться нові бізнес-моделі) та дискримінаційних (локалізаційні заходи та регулювання з метою захисту приватності) заходів [6]. Транспарентність у формуванні політики та скорочення інформаційної асиметрії мають бути ключовими орієнтирами під час створення Програми. Комплексний документ має охоплювати розвиток цифрових екосистем, регулюванні трансграничних потоків даних, розширенні застосування ІКТ в секторах економіки, удосконаленні компетенцій у застосуванні цифрових навичок та підвищенні продуктивності.

Формування середовища діалогу між урядовими інституціями, бізнес-середовищем, громадськими організаціями також може мати значний ефект. Наразі основними органами виконавчої влади, які регулюють цифрові аспекти розвитку економіки є Міністерство цифрової трансформації (яке реалізує Проект наближення законодавства України та ЄС щодо розвитку цифрового ринку та скорочення торговельних обмежень) та Міністерство економіки (яке, в тому числі, реалізує Експортну стратегію). Можливо, доцільно об'єднати зусилля цих двох інституцій у міжвідомчому департаменті для кращого координування заходів щодо цифрової трансформації зовнішньоторговельної політики.

Перелік використаних джерел:
1. Єдине вікно для міжнародної торгівлі. Міністерство фінансів України. URL: https://mof.gov.ua/uk/the_only_window_for_international_trade-472
2. IT в Україні: куди ми рухаємося. URL: https://dou.ua/lenta/columns/future-of-it-ukraine/
3. Яворівський П., Таран С., Шепотило Т., Гаманюк О. Інтеграція України в єдиний цифровий простір ЄС. Київ, 2020. 34 с. URL: http://ucep.org.ua/wp-content/uploads/2021/01/dig_ukraine_eu_15.12.2020-_WEB_3.pdf
4. Шнирков О. І. ЄС: від єдиного цифрового ринку до цифрового союзу країн-членів. Міжнародні відносини. Серія "Економічні науки". 2019. Т.2, №20. URL: http://journals.iir.kiev.ua/index.php/ec_n/article/view/3790
5. Measuring the Information Economy 2002. OECD. URL: http://www.oecd.org/internet/ieconomy/measuringtheinformationeconomy2002.htm
6. Panchenko V. H. (2019) Tsyfrovyi neoprotektsionizm yak insturument nabuttia novykh porivnialnykh perevah [Digital neoprotectionism as a source for new comparative advantages. Mizhnarodni vidnosyny. Seriia "Ekonomichni nauky". 2 (20). Retrieved from http://journals.iir.kiev.ua/index.php/ec_n/article/view/3802/3465 [in Ukrainian].
7. Schwab Klaus, The Forth Industrial Revolution (Geneva: World Economic Forum, 2016).

УДК 330.342:338.2(063)

Дудник Лариса
викладач ВСП «ВТЕФК КНТЕУ»
м. Вінниця, Україна
Павлюк Людмила
викладач ВСП «ВТЕФК КНТЕУ»
м. Вінниця, Україна
Larysa Dudnyk
Teacher of Separated structural Unit
«Vinnytsia Professional College of Trade and Economics of Kyiv National University Trade and Economics»
Vinnytsia, Ukraine
Lyudmyla Pavlyuk
Teacher of Separated structural Unit
«Vinnytsia Professional College of Trade and Economics of Kyiv National University Trade and Economics», Vinnytsia, Ukraine

СУТНІСТЬ ЦИФРОВИХ КОМПЕТЕНЦІЙ: РОЛЬ ОСВІТИ
ESSENCE OF DIDITAL COMPETENCE THE ROLE OF EDUCATION

Особливості розвитку сучасного глобального світу зумовлені процесами, що проявилися на зламі тисячоліть і набули широкого поступу на початку XXI ст., – це перехід до економіки знань та інформаційного суспільства і посилення цифровізації (цифрової трансформації), що визначають економічний та соціальний тип розвитку міжнародної й національної економік, регіонів та окремих міст.

Сьогодні розвиток цифрового середовища та глобальної мережі охоплює практично всі сфери життя. Орієнтиром, зокрема, у прийнятті на роботу є володіння людиною цифровими навичками, які дають можливість швидко та ефективно виконувати поставлені завдання, бути успішною та використовувати потенційні можливості. Тому особливого значення в системі освіти набуває питання, як забезпечити навчальний процес відповідними навчально-методичними засобами та навчальними програмами, щоб школа, університет, викладач і система підвищення кваліфікації викладачів відповідала сучасним глобальним і національним викликам й надавала сучасну підтримку у сфері цифрових технологій, розвивала та формувала сучасні цифрові компетенції [1].

Цифрові компетенції – це сукупність знань, здібностей, особливостей характеру і поведінки, які необхідні для того, щоб людина могла використовувати ІКТ та цифрові технології для досягнення цілей у своєму особистому або професійному житті. Компетенція у сфері цифрових технологій повинна сприйматися не лише як знання, що мають відношення

до технічних навичок, а і як знання, більшою мірою зосереджені на когнітивних, соціальних та емоційних аспектах роботи і життя в цифровому середовищі.

Цифрова компетентність – багатогранний еволюціонуючий процес, що постійно змінюється при появі нових технологій.

Інформатизація життєдіяльнісних пріоритетів і установок кожного фахівця (майбутнього, молодого, досвідченого) як фундаментальна вимога і виклик сьогодення відкриває водночас безмежні можливості для опанування цифровою грамотністю і навичками роботи з обчислювальною технікою, з іншого боку, змушує «добровільно» інтегрувати свідомість студента в інформаційні і телекомунікаційні системи, підпорядковує природну свободу особистості штучноінтелектним феноменам. Як не загубитися в такому світі, як здобути, скажімо, користь (вигоду, наприклад, матеріальну чи творчо інтелектуальну) від існування у віруючому освітньому соціально-психологічному просторі-середовищі майбутньому випускникові? За допомогою інформаційно-комунікаційних технологій у системі освіти можливе розв'язання низки дидактичних завдань. Серед важливих завдань: організація і вдосконалення процесу навчання предметів; самонавчання студентів; мотивація до навчання і самонавчання; розвиток рефлексії за результатами навчання та учіння. Інтернет-додатки, мультимедіа, «веб-кейси», дистанційність і безліч інших благ сучасної цивілізації не лише сприяють модернізації та розвитку глобального освітнього середовища, а диктують свої умови, вимоги, формати, зрештою – закони [1].

Для адаптації до цифрового інфраструктурного середовища, що змінюється, необхідні різні типи цифрових знань. Експерти виокремлюють такі головні рушійні сили, що зумовлюють необхідність розвивати навички праці і цифрові знання в майбутньому:
зростаюча глобалізація;

- подовження тривалості людського життя;
- автоматизація робочих місць;
- швидке поширення датчиків і обчислювальних потужностей;
- засоби комунікації і засоби масової інформації з використанням ІКТ;
- безпрецедентна реорганізація роботи завдяки новим технологіям і соціальним медіа, які значно розширюють можливості співпраці.

На сьогодні, виходячи із законодавчо визначених повноважень, найбільший вплив на розвиток сфери цифрових компетенцій мають Міністерство освіти і науки України та Державне агентство з питань електронного урядування, які мають відігравати найважливішу роль у формуванні відповідних навчальних програм та формувати нові тенденції в системі освіти, спрямовані на підвищення рівня цифрової грамотності населення.

3 березня 2021 року була прийнята Національна концепція розвитку цифрових компетентностей до 2025 року, затвердженої Розпорядженням Кабінету Міністрів України № 167-р [2]. Концепція розвитку цифрових компетентностей до 2025 року окреслює виклики стосовно розвитку цифрових компетентностей в українському суспільстві, визначає шляхи їх подолання та очікувані результати від її впровадження, закладає підґрунтя для створення національної стратегії та стратегічного плану дій щодо розвитку цифрових компетентностей у суспільстві [3].

Сучасний стан розвитку освіти (наявний і бажаний) визначає інформаційно-комунікаційні технології як незамінні для організації спільної діяльності вчителів і учнів, адже завдяки їх реалізації уможливлюється розв'язання багатьох дидактичних завдань. Відтак, інформаційно-комунікаційні технології є інструментом розвитку інтелектуальних здібностей, формування цифрової грамотності, потенціалу і готовності старшокласників до розв'язання на творчій основі комунікативних і комунікаційних завдань і проблем, які чекають на них у майбутній професійній діяльності. Тож перспективи подальшої професійної діяльності майбутніх випускників безпосередньо залежать від розвитку комп'ютерних макротехнологій і вмінь користуватися ними і використовувати їх для досягнення конкретних цілей.

Цифрові компетенції викладача швидко змінюються і формуються в сучасних умовах, особливо в період пандемії. Для організації високотехнологічного навчання кожен викладач повинен опанувати основні ресурси Google. Саме додатки Google в умовах дистанційного навчання є найбільш ефективними, оскільки дають змогу організувати швидке, ефективне та безкоштовне навчання. Використання даних сервісів у навчальному процесі надає наступні переваги:

- для використання сервісів достатньо лише мати підключення до Інтернету;
- можливість доступу до будь-якого сервісу, що входить до складу Google під одним аккаунтом;
- всі інструменти Google безкоштовні;
- користувачі мають змогу працювати колективно в режимі online;
- Google підтримують всі операційні системи і клієнтські програми, які використовують заклади вищої та фахової передвищої освіти;
- можливість створення та наповнення власної джерельної бази;
- викладач слідкує за ходом роботи студента, не відволікаючи його;
- доступ до матеріалів можна отримати і з навчального закладу, і з дому;можливість інтерактивної перевірки виконання робіт [4].

Наступним дієвим інструментом для формування цифрових компетентностей в освіті є використання програм для організації відеоконференцій, розроблених компанією Zoom Video Communications та Google Meet.

Одночасне поєднання додатків Google та відеоконференцій дає можливість доступно, швидко і якісно пояснювати новий навчальний матеріал, перевіряти знання студентів за допомогою тестових завдань, показувати презентаційний матеріал та дивитись відеосюжети. Це лише один із прикладів, коли сучасний викладач знає і використовує інформаційний ресурс, що дає змогу зробити заняття цікавими для інформаційно обізнаної молоді. Існує ще безліч різних інформаційних методів та форм роботи, зокрема, власний блог, YouTube канал тощо.

Освітні технології дають змогу викладачу автоматизувати більшу частину своєї роботи, зробити процес навчання мобільним, диференційованим, індивідуальним, цікавим та насиченим, вивільняючи людський ресурс на пошук, спілкування, індивідуальну роботу зі студентами; уможливлюють отримання миттєвого зворотного зв'язку, поліпшують ефективність управління навчальним і дослідним процесами та освітою у цілому. При цьому освітні новітні технології не замінюють викладача, а доповнюють його. Таким заняттям притаманні адаптивність, керованість, інтерактивність, поєднання індивідуальної та групової роботи, часова необмеженість навчання. Все це відкриває перед викладачем нові можливості, дає змогу разом зі студентами отримувати задоволення від спілкування та пізнання в ході навчання.

Таким чином, цифрова освіта робить ефективним та прозорим освітній процес, пропонує нові інструменти для науково-освітнього співробітництва, сприяє ефективній співпраці великої кількості викладачів, студентів, учнів, вчителів у царині здобуття нових знань, набуття цифрових компетенцій.

Перелік використаних джерел:

1. Цифрові компетенції як умова формування якості людського капіталу: аналіт. зап. / [В. С. Куйбіда, О. М. Петроє, Л. І. Федулова, Г. О. Андрощук]. Київ : НАДУ, 2019. 28 с.

2. https://cutt.ly/pbKSA4M

3. https://thedigital.gov.ua/storage/uploads/files/news_post/2021/3/kabmin-skhvaliv-kontseptsiyu-rozvitku-tsifrovikh-kompetentnostey-do-2025-roku/Dodatok-2.pdf

4. https://www.psyh.kiev.ua/Лященко К.В. Googlecервіси: можливості та перспективи використання у сучасному освітньому середовищі.

УДК 330

Коваленко Вікторія
викладач, спеціаліст вищої категорії
Чернівецький кооперативний фаховий коледж економіки і права
м. Чернівці,Україна
Victoria Kovalenko
teacher of the highest catagory
Chernivtsi Cooperative Professional College of Economics and Law
Chernivtsi, Ukraine

ІННОВАЦІЙНИЙ ВЕКТОР РОЗВИТКУ ВІТЧИЗНЯНОЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ
INNOVATIVE VECTOR OF DEVELOPMENT OF THE DOMESTIC ECONOMY OF UKRAINE

Інноваційний вектор розвитку вітчизняної економіки визначений у Законах України «Про інноваційну діяльність» [1] та «Стратегії розвитку сфери інноваційної діяльності на період до 2030 року»[2]. Надзвичайно важливими для України є взаємодія зі світовою економічною спільнотою, побудова національної економіки через призму глобальних економічних вимірів. Україна має всі необхідні чинники та ресурси, щоб стати державою з високим показником конкурентоспроможності національної економіки та брати активну участь у процесах глобалізації. Конкурентна позиція України є нестійкою, що відображено у деяких світових рейтингах.

За даними Всесвітнього економічного форуму в Індексі глобальної конкурентоспроможності (Global Competitiveness Index, GCI) Всесвітнього економічного форуму (ВЕФ) 2020 року Україна займає 85-те місце з 141 країни. За всі роки Україна, беручи участь у рейтингу, не піднімалася вище 68-го місця зі 125 країн. У рейтингу враховують 12 складників: якість інститутів, стан інфраструктури, рівень сучасних технологій, макроекономічну стабільність, здоров'я, навички, споживчий ринок, ринок праці, фінансову систему, розмір внутрішнього ринку, динаміку розвитку бізнесу та здатність до інновацій [3].

У звіті IMD «Рейтинг глобальної цифрової конкурентоспроможності 2020» (The IMD World Digital Competitiveness Ranking. 2020) Україна продовжує залишатись не тільки регіональним аутсайдером, а й входить до переліку 10-найгірших країн рейтингу (+2 позиції, 58 місце із 63 країн в рейтингу, що аналізувались, або 48,807 балів). Розрив між лідером та Україною складає більше балів, ніж країна набрала в цілому. За рівнем якості освіти, знань та навичок, рівня кваліфікації робочої сили, країна посіла 38 місце проти 40 місця роком раніше; розвитку цифрових технологій - 59 місце проти 61 місця в рейтингу 2019 року. За рівнем показників готовності до майбутнього використання цифрових технологій урядом, бізнесом та суспільства в цілому – 61 місце проти 62 місця роком раніше. [3]

До *слабких* сторін України відносять захист прав на інтелектуальну власність, насамперед, існування піратства, банківські і фінансові сервіси, високі інвестиційні ризики, а також рівень кібербезпеки. До *сильних сторін* країни віднесені можливості розпочати бізнес, швидкість Інтернет підключень, е-демократія, використання великих даних та якість навчання. [3], [5].

Згідно *оцінки розповсюдження цифрових технологій* в сучасному цифровому світі (мережева готовність) аутсайдером Європейського регіону продовжує залишатись Україна (+3 позиції, 64 місце із 134 країн, що аналізувались, або 49,43 бали, тоді як середня кількість балів по Європейському регіону – 64,21 балів). Якщо регіон переважно складають країни з високим та вище середнього рівнем доходу, то Україна віднесена до країн з низьким рівнем доходів. При цьому, серед країн з низьким рівнем доходів Україна посіла 2 позицію після В'єтнаму. По чотирьох основних групах, за якими проводився аналіз країн, Україна посіла:

62 місце або 41,51 бали - в групі «Технології» (середньоєвропейський показник – 59,93 балів), 65 місце або 48,87 балів – в групі «Люди» (середньоєвропейський показник – 59,89 балів), 58 місце або 58,19 балів – в групі «Управління» (середньоєвропейський показник – 72,98 балів) та 79 місце або 49,16 балів – в групі «Вплив» (середньоєвропейський показник – 64,04 балів). За *рівнем досягнення цілей* сталого розвитку ООН Україна посіла 91 місце. [3]

До *слабких сторін* України відносять: якість законодавства (87 місце або 46,57 балів), в тому числі з регулювання діяльності ІКТ (75 місце або 41,66 балів), покриття мобільним зв'язком 4G (129 місце або 3 бали) та кількість абонентів мобільного широкосмугового доступу (102 місце або 17,56 балів), доступність до чистої енергії (128 місце або 23,7 балів), вартість мобільних телефонів (113 місце або 21,72 балів), низький рівень добробуту та можливості вільно обирати шлях реалізації (109 та 105 місце відповідно або 57,88 балів), потенційна тривалість здорового життя (86 місце або 58,97 балів), а також низька можливість використання цифрових платформ в сільській місцевості (93 місце або 53,97 балів).

До *сильних сторін* країни віднесені рівень грамотності дорослого населення та законодавство в сфері електронної комерції (1 місце або 100 балів), а також кількість абонентів із швидкістю фіксованих Інтернет-підключень 10 Мбіт/с (16 місце або 95,72 балів), міжнародна пропускна здатність Інтернету на одного користувача (50 місце або 70,28 балів), можливість адаптації правової бази до нових технологій (43 місце або 50,29 балів), цінова доступність послуг [3], [5].

Світовий банк опублікував черговий (сімнадцятий) рейтинг 2020 *легкості ведення бізнесу* (Doing Business) (рис.1), [5]. У рейтингу 2020 року Україна посіла на 64-е місце із 190. В Мінекономіки, посилаючись на проведений ними аналіз, запевняють, що в рейтингу - 2021 Україна має істотно поліпшити всі показники, на підставі яких розраховується загальний індекс. Незважаючи на вплив і наслідки COVID-19, в Україні удосконалювали законодавство, яке робило інвестиційну діяльність легшою, захищенішою і привабливішою. Більше 30 законодавчих змін, які були впроваджені в Україні це: захист міноритарних інвесторів (прогноз за цим показником - на 50 рядків вище, ніж в попередньому рейтингу), реєстрація власності (на 15 рядків вище) і врегулювання банкрутств (на 60 рядків вище).

Крім того, відбулось скасування пайового внеску при будівництві промислових об'єктів; здешевшення підключення до електричних мереж в середньому на 18,9% по всій країні; проведена низка дерегуляційних змін в адмініструванні податків (уряд націлився потрапити в топ-30 за цим показником в найближчі роки); скорочено час торгових операцій як для експортерів, так і для імпортерів. [6]

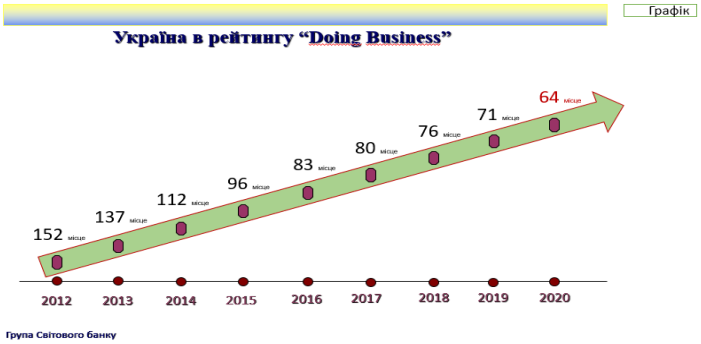


Рис.1. Україна у рейтингу легкості ведення бізнесу (Doing Business)

Згідно *Світового інноваційного розвитку та конкурентоспроможності талантів* відповідно до підсумків дослідження 2020 року Україна у рейтингу інновацій піднялась на 2 позиції та посіла 45 місце, випередивши Російську Федерацію (47 місце), Молдову (59 місце), Вірменію (61 місце), Грузію (63 місце), Білорусь (64 місце), Казахстан (77 місце), Азейбарджан (82 місце), Узбекистан (93 місце), Киргистан (94 місце) та Таджикистан (109 місце). Натомість, такі сусідні країни, як Угорщина (35 місце) та Польща (38 місце) демонструють кращі показники в рейтингу інноваційного розвитку, а ніж Україна.

Сильні сторони України пов'язані з рівнем освіти (23 місце), знаннями та технологіями (25 місце), кваліфікації (якістю) людського капіталу (39 місце), творчих винаходів (44 місце). Натомість, стримуючими факторами розвитку інновацій в Україні залишаються інституційна спроможність (93 місце), серед яких недосконалі державні інститути та низька ефективність уряду (93 місце) і, насамперед, політична та поточна ситуація в країні (123 місце), нерозвинена та застара інфраструктура (94 місце), в тому числі телекомунікаційна інфраструктура (82 місце).

Відповідно до *індексу інноваційного розвитку*, представленого агентством Bloomberg у 2020 році, Україна посіла 56 місце серед 60 досліджуваних держав (48,24 бали). Таке падіння зумовлено послабленням позиції України за 6-ма із семи складових даного індексу (табл. 1).

Таблиця 1

Місце України за складовими Інноваційного індексу Bloomberg у 2018-2020 рр.

	Загальний індекс	Загальний індекс Інтенсивність досліджень і розробок (витрати на НДДКР по відношенню до ВВП)	Продуктивність	Проникнення високих технологій (частка інноваційних компаній в загальній кількості підприємств)	Концентрація дослідників (число науковців на 1 млн жителів)	Виробництво з доданою вартістю (додана вартість виробництва по відношенню до ВВП)	Ефективність вищої освіти (частка випускників ЗВО в загальній кількості випускників освітніх установ)	Патентна активність
Україна 2018	46	47	50	32	46	48	21	27
Україна 2019	53	54	60	37	46	58	28	35
Україна 2020	56	57	57	57	35	48	49	36

Висновки. Розпочаті структурні реформи, які протягом семи останніх років проводились в країні, не сприяли посиленню міжнародної конкурентоспроможності України. За підсумками різних рейтингів глобальної конкурентоспроможності, розвитку цифрової інфраструктури та використання її державними установами, бізнесом, населенням, рівнем доступу до Інтернету та забезпечення свободи його використання, а також розвитку інновацій та електронного урядування і е-торгівлі, Україна незмінно оцінювалась найгірше серед усіх країн Європейського регіону, і наразі залишається найменш конкурентоспроможною серед них. Це обумовлено низкою причин, проте основною є те, що позитивні зміни, які відбувались в країні, проходять значно повільніше і абсолютно безсистемно, у порівнянні із іншими країнами. До того ж, географічно Україна розташована в регіоні, де знаходяться країни з високим та вище середнього рівнем доходу, тривалою найвищою конкурентоспроможністю у світі, серед них - Скандинавські країни, які визнані найбільш підготовленими для переходу до нової більш продуктивної, стійкої та інклюзивної економічної системи. [3], [4], [5].

Перелік використаних джерел:

1. Закон України «Про інноваційну діяльність» // Відомості Верховної Ради України. — 2002. *Документ 40-IV, чинний, поточна редакція — від 05.12.2012, підстава - 5460-VI*

2. Розпорядження Кабінету Міністрів України «Стратегія розвитку сфери інноваційної діяльності на період до 2030 року» *Документ 526-2019-р, чинний, поточна редакція — від 10.07.2019.*

3. Адміністрація Державної служби спеціального зв'язку та захисту інформації України. Департамент розвитку електронних комунікацій.// Конкурентоспроможність України 2020-2021. Інформаційний огляд та ситуаційний аналіз//Київ – 2021.

4. Дернова І.А., Боровик Т.М., Кравченко Л.В. Глобальний вимір конкурентоспроможності України. Світове господарство і міжнародні економічні відносини, 2020. №42. С. 29-34.

5. Джерело: https://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=9cd60d26-fa44-

6. Джерело: https://news.finance.ua/ua/news/-/474697/plyus-10-20-pozytsij-minekonomiky-sprognozuvalo-mistse-ukrayiny-v-rejtyngu-doing-business-2021.

УДК 339.96

Коваль Олесь
ад'юнкт (штатний) науково-організаційного відділення
Військовий інститут Київського національного університету ім. Тараса Шевченка
м. Київ, Україна
Науковий керівник: Сизов Алім
начальник кафедри фінансового забезпечення військ, кандидат економічних наук
Військовий інститут Київського національного університету ім. Т. Шевченка
м. Київ, Україна
Oles Koval
Cadet of the scientific and organizational department
Military Institute of Kyiv National University after Taras Shevchenko
Kyiv, Ukraine
Scientific Supervisor: Alim Syzov
Head of the Department of Financial Support of Troops
PhD (Economics)
Military Institute of Kyiv National University after Taras Shevchenko
Kyiv, Ukraine

ІНТЕГРАЦІЙНІ ЕКОНОМІЧНІ ПРОЦЕСИ МІЖ КРАЇНАМИ-ЧЛЕНАМИ ТА ПАРТНЕРАМИ НАТО
INTEGRATION ECONOMIC PROCESSES BETWEEN NATO MEMBER COUNTRIES AND PARTNERS

Економічна інтеграція – це процес зближення національних економік шляхом утворення єдиного економічного простору для вільного переміщення товарів, послуг, капіталів, робочої сили через національні кордони. Національні економіки, спеціалізуючись на певних товарах та послугах, водночас доповнюють одна одну в системі світового господарства.

Міжнародна економічна інтеграція – це:

- якісно новий етап розвитку і форми прояву інтернаціоналізації господарського життя, що передбачає зближення і взаємопристосування, переплетення всіх структур національних господарств;
- відносини, що будуються на відсутності будь-якої форми дискримінації іноземних партнерів і кожній із національних економік;
- процес, що проявляється в стиранні відмінностей між економічними суб'єктами – представниками різних держав.

Характерні риси міжнародної економічної інтеграції:

- зміна завдань та цілей економічної взаємодії держав, формування міжнародного економічного комплексу;
- спільне вирішення соціально-економічних проблем у подоланні проблеми обмежених ресурсів;
- виникає потреба у колективному регулюванні відтворювальних процесів, пошуку нових інтеграційних форм та методів управління економічною взаємодією;
- взаємодія різних галузей виробництва та науки стає однією з центральних сфер регіональної діяльності;
- створення регіональної відтворювальної системи з її міжнародними економічними зв'язками у сферах виробництва, розподілу, обміну та споживання матеріальних благ та послуг;
- дія об'єктивних та суб'єктивних факторів;

- нерівномірність розвитку й реалізації форм міжнародної економічної інтеграції;
- розвиток дезінтеграційних та реінтеграційних процесів.

Маловивченим аспектом діяльності НАТО є розвиток співробітництва у тих сферах, які безпосередньо не зв'язані з воєнною складовою Організації Північноатлантичного договору. За час існування НАТО в рамках Північноатлантичного союзу була створена велика мережа структур, які покликані сприяти співробітництву, консультаціям та вирішенню міжнародних проблем в економічній, екологічній, соціальній, правозахисній і культурних областях, при чому цілі такого співробітництва були визначені ще при створені Альянсу. Така структура НАТО представлена роботою профільних комітетів. Так, в НАТО з'являється Економічний комітет, заснований у 1957 році. Разом з ним на постійній основі працює Директорат з економічних питань в рамках Міжнародного секретаріату НАТО.

Головними завданнями Економічного комітету є:

1. Економічне співробітництво між країнами-членами НАТО і партнерами НАТО, зокрема, Україною.

2. Аналіз і підготовка рішень, що мають відношення до економічної і військової безпеки країн-членів НАТО.

Таким чином, Економічний комітет НАТО, створений з метою сприяння співпраці в економічній галузі, є єдиним форумом НАТО, діяльність якого зосереджена виключно на консультаціях щодо питань економічного характеру, безпосередньо пов'язаних із політикою в галузі безпеки. Слід підкреслити, що економічне співробітництво в рамках НАТО ґрунтується на розумінні того, що співробітництво в галузі політики несумісне з економічним протистоянням, тому всі члени Альянсу повинні щиро прагнути взаємодії в економічній та політичній галузях та охоче консультуватися між собою з приводу питань, які стосуються всіх членів НАТО і належать до сфери спільних інтересів.

Широкий спектр економічних питань потребує ретельного аналізу в контексті пріоритетів загальних інтересів безпеки членів Альянсу. До таких питань належать:

- видатки на потреби оборони;
- формування оборонного бюджету;
- перебудова оборонної промисловості;
- планування витрат на оборонні цілі, доцільність цих витрат та їх вплив на розміри і структуру збройних сил та інше.

Відповідно до узгоджених Робочих планів економічна співпраця НАТО також розвивається із країнами-партнерами, особливо в галузях аналізу економічних аспектів безпеки, зокрема формування оборонних бюджетів і видатків та їх зв'язок з економікою і реконструкцією оборонної промисловості.

Між Альянсом та країнами-партнерами відбувається плідний діалог у розгляді питань:

- формування оборонного бюджету;
- аналізу фінансової ефективності скорочення видатків на оборону;
- законодавчого контролю оборонного бюджету;
- економічних аспектів системи військової повинності та професійної армії;
- ролі приватного сектора в обороні.

Економічні аспекти формування оборонних бюджетів та видатків залишаються ключовими питаннями співпраці між НАТО і країнами-партнерами. Зокрема зусилля держав НАТО, спрямовані на застосування економічних критеріїв в управлінні оборонними бюджетами, є особливо актуальними.

Економічна співпраця є також важливим чинником перебудови оборонної промисловості. Питання конверсії оборонної промисловості є одним із важливих аспектів співпраці між НАТО і Україною.

Слід підкреслити, що на відміну від спеціалізованих фінансових інституцій, НАТО не має повноважень та ресурсів для фінансового забезпечення конкретних програм економічної

співпраці. Проте Альянс докладає зусиль заради розвитку діалогу та обміну досвідом із спеціалістами з країн-партнерів, в яких відбувається процес перебудови.

Визначений курс України на євроатлантичну інтеграцію вимагає дослідження всіх складових, цього процесу, в тому числі у воєнно-економічній сфері. Зважаючи на значну роль воєнно-економічних і науково-технічних взаємозв'язків у виконанні завдань НАТО, актуальним є вивчення особливостей інтеграції воєнно-промислових комплексів країн НАТО з метою подальшого визначення шляхів інтегрування України у воєнно-економічні структури Альянсу.

Згуртованість країн Заходу, зокрема й через механізм НАТО, свідчить, що об'єднана Європа залишається "атлантичною". Цьому сприяє і неготовність європейських країн витрачати додаткові ресурси, яких вимагає розбудова автономних від НАТО оборонних структур. В Європі практично відсутня національна воєнна промисловість. Її функції виконує багатонаціональна структура. Необхідно запровадити цей механізм задля децентралізації виробництва.

УДК 330.34

Макєєв Денис
аспірант
Державний біотехнологічний університет,
м. Харків,Україна
Науковий керівник: Кошкалда Ірина
д.е.н., професор, завідувач кафедрою управління земельними ресурсами та кадастру
Державний біотехнологічний університет
м. Харків,Україна
Makieiev Denis
postgraduate
State Biotechnological University,
Kharkiv, Ukraine
Scientific Supervisor: Iryna Koshkalda
Doctor of Economic Sciences, Professor, Head of the Department of Land Management and Cadastre
State Biotechnological University
Kharkiv, Ukraine

ПРОСТОРОВЕ ПЛАНУВАННЯ ЯК СУЧАСНИЙ ІНСТРУМЕНТ РОЗВИТКУ
SPATIAL PLANNING AS A MODERN TOOL OF DEVELOPMENT

Реформа щодо децентралізації влади в Україні сьогодні дає широкі можливості для розвитку, адже серед її основних завдань визначено обґрунтування територіальної основи для діяльності органів місцевого самоврядування й органів виконавчої влади, надання широких повноважень на місця щодо економічного, культурного, соціального розвитку.

Просторове планування є одним із найважливіших видів діяльності у розвитку сучасного суспільства. Воно дуже тісно пов'язано із стратегічним плануванням громад та є спробою суспільства впливати на просторовий розподіл людей, їх діяльність та ресурси. Просторове планування є діяльністю в публічному секторі та відбувається на місцевому, регіональному, національному та міжнародному рівнях. Такий вид планування використовується органами державної влади та місцевого самоврядування для впливу на майбутнє розташування та розподіл територій, розміщення населення та здійснення різних видів діяльності в просторі. Отже, просторове планування потрібне для балансу між конкуруючими потребами економіки, суспільства та збереження навколишнього середовища.

На основі аналізу сучасного стану просторового планування можливо сказати, що на сьогодні існують проблеми такого планування на рівні об'єднаних територіальних громад, що в свою чергу може впливати на перспективи їх сталого розвитку. Просторове планування для об'єднаних територіальних громад – це шлях, який веде до покращення їх діяльності та інвестиційного розвитку. Проте недосконалість нормативно-правової бази, невизначеність із термінами процесу добровільного об'єднання територіальних громад, протидія певної частини посадовців районних та обласних органів публічної влади реформі децентралізації і відсутність чітких методичних рекомендацій уповільнює їх роботу, а недостатній рівень підготовки управлінських кадрів призводить до помилок і відлякує потенційних інвесторів.

Реформа щодо децентралізації влади в Україні сьогодні дає широкі можливості для розвитку, адже серед її основних завдань визначено обґрунтування територіальної основи для діяльності органів місцевого самоврядування й органів виконавчої влади, надання широких повноважень на місця щодо економічного, культурного, соціального розвитку.

На нашу думку, ситуація в Україні останнім часом змінилась, і нині напрямок щодо планування входить до пріоритетів Парламенту та Уряду, зокрема Міністерство розвитку громад та територій України. Фактично, до прийняття закону № 2280 термін "просторове планування" в законодавстві не визначався, натомість застосовувався термін "містобудування" при плануванні усіх видів територій - сільських, міських, районів, областей тощо, а плани просторового розвитку називали «містобудівною документацією». Документація з просторового планування покликана юридично закріплювати бачення майбутнього просторового розвитку включно з міжнародним. Вона передбачає забезпечення сталості та впорядкованості соціального та економічного розвитку, а також прозорість, законність та однакові правила для всіх суб'єктів цієї діяльності. Саме тому ця документація повинна бути публічно доступною.

Така документація в основному містить відповідну інформацію про поточну просторову ситуацію (різні зони та ділянки, обмеження, інфраструктура та мережі, розподіл населення та господарської діяльності тощо), а також бачення та проектні рішення майбутнього просторового розвитку. Таким чином, документація є прекрасним джерелом для розуміння того, що відбувається на території, особливо якщо дані, що містяться там, є правдивими та адекватними щодо даного моменту в часі [1].

Сьогодні питання, пов'язані з просторовим плануванням, є надзвичайно актуальними для громад з огляду на новий територіально-адміністративний устрій та отримані повноваження та ресурси. Прикладом реалізації інтегрованого планування є концепція просторового розвитку.

Ці планувальні методи дають можливість:

- зробити комплексний аналіз громади,
- виявити можливі сценарії просторового розвитку,
- сформулювати бачення майбутнього ОТГ та кроки його досягнення [2].

24 липня 2021 року набрали чинності зміни, внесені Законом України від 17 червня 2020 року № 711-IX «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо планування використання земель»[3], до Закону України «Про регулювання містобудівної діяльності»[4] у частині створення містобудівної (просторової) документації територіальних громад, зокрема комплексного плану просторового розвитку території територіальної громади. Вітчизняними та зарубіжними науковцями спільно з практиками проводяться спільні дослідження та розробляються рекомендації щодо просторового планування ОТГ в Україні. Так, Групою радників із впровадження державної регіональної політики в Україні Програми «U-LEAD з Європою» розроблено посібник із питань просторового планування для уповноважених органів містобудування й архітектури ОТГ. Ці дослідники визначають можливості забезпечення ОТГ містобудівною документацією, використання містобудівної документації в практичній діяльності ОТГ, участь у формуванні прогнозних і програмних документів соціально-економічного розвитку тощо.

Проєктом Закону пропонується запровадження можливості складання схем просторового планування території громади як інструменту комплексного управління у галузі використання земель громади, встановлення їх призначення, зонування території та визначення напрямів її збалансованого розвитку.

Зокрема:

- встановлення меж громад;
- комплексне просторове планування територій громад, що скасовує необхідність розроблення декількох, споріднених за змістом, видів містобудівної документації та документації із землеустрою;
- унормування питань, пов'язаних із затвердженням документації для комплексного просторового планування територій громад ;
- нормування формування електронної картографічної основи для планування території;
- забезпечення реального зв'язку програм соціально-економічного розвитку із документацією із просторового планування, а також створення прозорого та неконфліктного механізму врахування громадських та приватних інтересів через прозорі громадські обговорення.

Україні знадобилося досить багато часу, щоб дійти до точки перелому у створенні нової системи просторового планування, що відповідала б сучасним потребам та викликам.

На національному рівні найважливішими є: підготовка висококваліфікованих спеціалістів, вдосконалення законодавства, завершення реформ, розподіл бюджетів, створення комплексного (містобудівного) кадастру просторового розвитку, розробка Генеральної Схеми Планування Території України тощо. У свою чергу, органи місцевого самоврядування повинні створити ефективну місцеву систему управління просторовим плануванням, провести інвентаризацію та систематизувати дані про свої території та активи, створити сталу систему моніторингу та забезпечити свою громаду прозорою та легітимною документацією з просторового планування.

Отже, раціональне планування територій дасть можливість доцільно, комплексно розробити стратегію розвитку громади, визначити її потреби на перспективу, ефективно співпрацювати з суміжними громадами, дійсними та потенційними інвесторами, а також активізувати членів громади для роботи на її розвиток.

Перелік використаних джерел:

1.Портал "Децентралізація". URL: https://decentralization.gov.ua/news/12630

2. Портал "Hromada". URL: https://hromada.canactions.com/

3. Закон України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо планування використання земель»: прийнятий 17 червня 2020 року № 711-IX. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/711-20#Text

4. Закон України «Про регулювання містобудівної діяльності»: прийнятий 17 лютого 2011 року № 3038-VI. URL: https://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=3038-17#Text

УДК 334.021

Стрібіцька Анжела
студентка групи ППс-41
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна
Науковий керівник: Маркович Ірина
кандидат економічних наук, доцент
доцент кафедри економіки та фінансів
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна
Angela Stribitska
student of the group PPs-41
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine
Scientific supervisor: Iryna Markovych
PhD(Economics)
Associate Professor of Economics and Finance Departmen
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ БІЗНЕСУ
DIGITAL BUSINESS TRANSFORMATION

У швидкозмінному нестабільному середовищі основними факторами стають інформація та знання. Соцмережі, платіжні системи, системи навігації, пошукові системи, смартфони, різноманітні електронні пристрої та навіть автомобілі дають змогу формувати величезну базу інформації про споживача, його смаки, поведінку. Обробка таких даних сьогодні дає можливість не просто задовольняти потреби такого споживача, пропонуючи актуальний набір товарів та послуг, а й управляти ними.

Основними засобами отримання, обробки, накопичення та використання інформації та знань є цифрові технології. Цифровізація в тій чи іншій мірі допомагає оптимізовувати або змінювати бізнес-процеси компаній, формувати конкурентні переваги та здатність до оперативного реагування на потреби споживача [1].

Часто цифрову трансформацію пов'язують з інформаційними технологіями, але важливо пам'ятати, що цифрова трансформація – це питання стратегії. Так що ж таке цифрова трансформація? Це оптимізація бізнес-моделі за допомогою цифрових технологій. Цифрова трансформація зачіпає не тільки окремі аспекти, але зачіпає і бізнес-процеси, веде до появи нових компетенцій персоналу і головне змінює бізнес-модель компанії [2].

Цифровізація процесів актуальна не тільки на рівні окремих підприємств: цілі галузі обирають для себе цей шлях розвитку як єдину можливість відповідати умовам навколишнього світу, що стрімко змінюються. Завдяки цьому цифрова трансформація промисловості, роздрібної торгівлі, державного сектора та інших сфер вже сьогодні змінює життя кожної людини і кожної компанії [3].

Існує багато способів оцінити прогрес та ефективність трансформаційних змін. Насамперед слід виділити п’ять важливих показників ефективності цифрової трансформації в бізнес середовищі: кількість користувачів відносно кількості придбаних ліцензій ПЗ, аналіз широти та обмежень зручності використання, кількість процесів, що виконуються на новому програмному забезпеченні, аналіз показників продуктивності, кількість нових доходів, пов’язаних із цифровими інвестиціями [4].

Цифрова трансформація компаній проявляється у інтеграційному процесі прошивки всіх видів діяльності, спрямованих на оптимізацію витрат на створення і доставку споживчої цінності. Тому ключовими драйверами успішності інновацій є максимальне

залучення всіх співробітників до процесу формування нового бачення своїх завдань у реаліях цифрового формату бізнесу, можливості налаштування системи на своєчасне, повне і достовірне отримання інформації, її аналізі для обґрунтування управлінських рішень [5].

Кожна компанія вибирає спосіб цифрової трансформації бізнесу, використовуючи свою бізнес-модель, що обумовлює відповідні результати. Упровадження нових цифрових технологій дає можливість переорієнтувати бізнес, підвищити його ефективність та конкурентоспроможність, вийти на більш глобальний рівень [6].

Перелік використаних джерел:

1. Цифрова трансформація бізнесу. URL: http://ev.fmm.kpi.ua/article/view/216367
2. Цифрова трансформація. URL: https://coursera.org/learn/digital-transformation
3. Цифрова трансформація. URL: https://www.terrasoft.ua/page/digital-transformation
4. https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/601/575
5. http://projects.dune-hd.com/bitstream/handle/2010/24256/491-496.pdf?sequence=1&isAllowed=y
6. https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream-download/123456789/85093/1/Ivakhnenko_digital%20transformation.pdf

УДК 334.021

Сукач Галина
викладач ІІ категорії
Тернопільський фаховий коледж харчових технологій і торгівлі
м. Тернопіль, Україна
Halyna Sukach
Second category teacher Ternopil vocational college of food technology and trade
Ternopil, Ukraine

ОСОБЛИВОСТІ ІНТЕГРАЦІЇ БІЗНЕСУ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ СУСПІЛЬСТВА
FEATURES OF BUSINESS INTEGRATION IN THE CONDITIONS OF SOCIETY DIGITALIZATION

Сучасний світ уже зробив перший крок до принципово нової технологічної, економічної та соціальної реальності. Проте виклики, які стоять перед сучасним індустріальним суспільством, важко переоцінити. Йдеться про зміну глобального соціально-технологічного укладу, наслідком якого є повне переформатування звичних нам систем, формування нових соціальних та економічних стратегій. Одночасно змінюється технологічна парадигма, змінюються моделі управління і суспільні норми, відбуваються масштабні демографічні зрушення [1].

В епоху стрімкого розвитку інформаційно-комунікаційних технологій та інновацій важливого значення набувають процеси цифровізації діючих бізнес-процесів, які і є відповідними «точками зростання» бізнесу. Розвиток цифрової економіки України полягає у створенні ринкових стимулів, мотивацій, попиту та формуванні потреб щодо використання цифрових технологій, продуктів та послуг серед українських секторів промисловості, сфер життєдіяльності, бізнесу та суспільства [2].

З метою стабільного функціонування підприємств в сучасних умовах важливо вибрати єдину систему і механізм управління бізнес-процесами на всіх етапах життєвого циклу підприємства на основі імплементації цифрових інструментів. Використання доступних цифрових інструментів сприятиме цифровій трансформації діючих бізнес-процесів та сприятиме інноваційним рішенням, методам, концепціям управління, що сприятиме подальшому ефективному розвитку підприємства [1].

Встановлено, що інтерес міжнародної спільноти, наукового світу та громадськості загалом прикуто до проблематики реалізації концепції розвитку цифрової економіки та суспільства й далі набуває усе більшого розмаху. Концепція розвитку цифрової економіки та суспільства охоплює ряд основних цілей, проте найважливішою ідеєю Концепції та Цифрової адженди України є: швидкі та глибинні наслідки від переходу на «цифру» будуть можливими лише тоді, коли цифрова трансформація стане основою життєдіяльності українського суспільства, бізнесу та державних установ, стане звичним та повсякденним явищем, стане нашим ДНК, нашою ключовою аджендою на шляху до процвітання, стане основою добробуту України [4].

На основі глибинного аналізу тлумачення дефініції «цифрова трансформація бізнесу» виявлено, що вітчизняний малий та середній бізнес не усвідомлює важливості та можливостей використання цифрового інструментарію для розвитку власного бізнесу. При цьому у роботі цифрову трансформацію бізнесу запропоновано розглядати з позиції чотирьох сторін – науковців, бізнесу, держави та громадськості – та розуміти як процес, що забезпечує особливий, стратегічний вид організаційних змін підприємства з використанням цифрових технологій, появою нових бізнес-моделей з фундаментальними інноваційними змінами в підходах до управління, корпоративної культури, зовнішніх комунікацій для підвищення їх ефективності через збір, опрацювання, візуалізацію та аналітику даних, які раніше були невідомі. Таким чином, у результаті здійснення таких перетворень підвищуватиметься продуктивність кожного працівника і рівень задоволеності клієнтів, а підприємство здобуде репутацію прогресивної і сучасної організації [1].

У роботі розширено класифікаційні ознаки інновацій з позиції цифрових трансформацій за такими ключовими ознаками: об’єкт, сталість та масштабність, пусковий механізм. Це дасть змогу керівникам виявляти можливості інноваційного розвитку бізнес-моделей підприємств, адже проникнення цифрових технологій трансформує усі наявні бізнес-процеси організації і тим самим сприяє появі інновацій [2].

На основі виокремлених груп диверсифікованих стейкхолдерів виявлено, що кожна з них має свої очікування від процесів оцифрування економіки, які розділено на відповідні складові: інноваційний розвиток, консолідація, інтеграція, ефективність. Це дасть змогу усвідомити необхідність та переваги переходу на «цифру», оскільки доведено, що цифрова трансформація держави буде сприяти цифровій трансформації бізнесу і його залученню у розвиток цифрової економіки. З іншого боку, цифрова економіка та інформатизація суспільства сприятиме ефективному розвитку бізнесу (його цифровій трансформації) і, в кінцевому результаті, цифровій трансформації держави [3].

Обґрунтовано, що цифрове перетворення починається з управлінської ланки підприємства, що зумовило необхідність систематизувати бізнес-процеси підприємства у контексті організації процесу цифрової трансформації за такими ознаками: за впливом формування доданої вартості продукту або послуги (основні, допоміжні); за видами управління (адміністративні, операційні, допоміжні); за роллю в окремому напрямку розвитку організації (розуміння ринку та споживачів, стратегії та візії організації, системи управління, розвиток та навчання персоналу). Це дасть змогу керівництву сформувати чітку стратегію, спрямовану на досягнення цифрового розвитку та, при цьому, вибудувати цифрову культуру в організації таким чином, щоб усі дії були спрямовані на задоволення потреб клієнта (клієнтоцентричність) [2]. Цифрова стратегія – це стратегія перетворення фірми на цифрову, в якій цифровий зв’язок забезпечує взаємодію бізнес-організації зі своїми клієнтами, індивідуалізовані й персоналізовані пропозиції продуктів/послуг, прийняття рішень та реалізацію основних бізнес-функцій на основі даних, під впливом змін у зовнішньому та внутрішньому середовищі фірми. Цифрова фірма робить акцент на цифровій підтримці бізнес-процесів та послуг за допомогою сучасних технологій та інформаційних систем. Ядром цифрової фірми та найбільш ефективним інструментом її менеджменту є інформаційні технології. Мета цифрової фірми – економія затрат, досягнення конкурентних переваг, безперервність та ефективність ведення бізнесу [3].

Якщо говорити про великий бізнес в Україні, то всі конкурентні переваги формуються навколо двох складових – мінімізація податкових зобов'язань під час імпорту ПДВ і максимізація податкового кредиту (відшкодування) ПДВ під час експорту. Власники мінімізують як витрати виробництва, так і обов'язкові виплати з прибутку підприємств державі і міноритарним акціонерам через виведення прибутку з контрольованого підприємства. Це відбувається за відомою схемою продажу продукції підприємства посередницькій фірмі за заниженими (інсайдерськими) цінами з подальшим перепродажем. Проте зазначений механізм отримання економічного прибутку і вилучення особистих доходів шляхом захоплення і розділу статусної ренти має обмежені можливості розвитку і наразі фактично вичерпані. По-перше, штучне заниження цін на витрати виробництва має наслідком порушення умов відтворення ресурсів, необхідних для ведення виробничої діяльності. Наслідком низької заробітної плати є відсутність кваліфікованої робочої сили. По-друге, темпи науково-технічного прогресу у світовій економіці. З одного боку, зниження фізичних витрат виробництва як результат інноваційних технологій випереджає можливості вітчизняних підприємств з утримання занижених цін на ресурси. З іншого – впровадження нових технологій призводить до створення продукції з такими якісними характеристиками, які вітчизняна економіка виробляти вже не в змозі. Як наслідок, відбувається поступове зниження якісної "ніші" української продукції на світових ринках і реальною є загроза витіснення з ринків зовсім [4].

Перелік використаних джерел:

1. Ольга Пищуліна Київ жовтень 2020р. Цифрова економіка: тренди, ризики та соціальні детермінанти. URL: https://razumkov.org.ua/uploads/article/2020_digitalization.pdf
2. Ірина Струтинська, Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису «Цифрова трансформація як імператив інноваційного розвитку бізнес-структур». URL: http://phd.znu.edu.ua/page//dis/08_2020/Strutynska_dis.pdf
3. Стрижкова моно 19. Цифрова трансформація бізнесу: зміна стратегій і моделей розвитку URL: https://ndipzir.org.ua/wp-content/uploads/2020/02/Strizhkova19Mono/Strizhkova19Mono%20(4).pdf
4. Як цифрова економіка змінить Україну. URL: https://www.epravda.com.ua/columns/2018/01/16/633057.

УДК 330.3

Фесіна Юрій
кандидат економічних наук, доцент
доцент кафедри підприємництва, торгівлі та логістики
Луцький національний технічний університет
м. Луцьк, Україна
Yurii Fesina
PhD (Economics)
Docent, Associate Professor of Entrepreneurship, Trade and Logistics Department
Lutsk National Technical University
Lutsk, Ukraine

ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ ЕКОНОМІКИ: ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ДОСВІД ТА ВІТЧИЗНЯНІ ПЕРСПЕКТИВИ
THE DIGITAL TRANSFORMATION OF THE ECONOMY: EUROPEAN EXPERIENCE AND DOMESTIC PERSPECTIVES

Одним із факторів, який дозволяє економіці залишатися конкурентоспроможною є інновації. Постійний пошук та імплементація новацій у господарський сектор дозволяють отримувати переваги та вигоди, як економічні, так і соціальні. Забезпечення довготривалої конкурентоспроможності важливе з огляду її фокусування на меті функціонування господарюючих суб'єктів. Остання виступає якісним критерієм отримання економічної

вигоди. Ця ідея обґрунтована в праці [1]. Інноваційний напрямок руху до конкурентоспроможності економіки нині визначається через вектор цифрової трансформації. Він відкриває нові можливості не лише для великого та середнього бізнесу, але й для малих підприємств.

Тому в країнах Європейського співтовариства особлива увага прикута до використання цифрових технологій у контексті покращення операційних процесів, продуктів та послуг. Загальна мета полягає в тому, щоб допомогти господарським структурам багатьох секторів економіки адаптуватися до глобальних викликів задоволення споживчого попиту на екологічну та високоякісну продукцію, адаптовану під індивідуальні потреби. При цьому сфера пропозиції повинна бути постійно орієнтована на попит й демонструвати зменшення кількості відходів та ефективне використання ресурсів. Навіть для країн ЄС цифрова трансформація економіки є викликом. Адже, біля 60 % сфер економіки та біля 90 % малих і середніх підприємств демонструють відставання в сфері цифрових інновацій. Тому поряд із національними урядами це питання координується Єврокомісією.

Завдяки останній було прийнято цільову програму «Цифрова Європа». Вона дозволяє забезпечити координацію дій у стимулюванні інвестицій в розглядувану сферу. Адже до початку її реалізації, в 15 країнах ЄС вже реалізовувалися національні ініціативи в цифровій сфері, які автоматично охоплювали різноманітні сектори економік країн. Координація важлива й для вирішення питань стандартизації законодавства в питанні створення спільного цифрового ринку, підтримки передового досвіду та стимулювання росту робочих місць у сфері цифрових технологій. Тому, ще в 2016 р. Єврокомісія у співпраці з країнами-членами ЄС та їх промисловими підприємствами створили спільну структуру управління на базі Європейської платформи національних ініціатив. Її мета полягає в забезпеченні обміну досвідом, ініціювання співробітництва та спільного інвестування, вироблення єдиних підходів до регулювання цифрового ринку тощо. У рамках вище згаданої цільової програми, передбачено створення цифрових інноваційних центрів. Їх завдання полягає в поширенні штучного інтелекту, забезпечення кібербезпеки, розробці цифрових технологій для бізнесу, наданні консалтингових послуг із питань фінансування, навчання та розвитку навиків успішного переходу бізнесу на цифрові технології. Такі центри мають виконувати не лише локальні, але й загальноєвропейські функції [2]. Вагома роль у розробці стратегічних підходів до досліджень й інновацій приділяється інституту державно-приватного партнерства. Він дозволяє об’єднати ресурси, забезпечити краще фінансування інноваційних програм, сприяє створенню внутрішнього ринку інноваційних продуктів та послуг й виходу інноваційних технологій на ринок.

Українська економіка, зважаючи на постійний інтерес бізнесу до зовнішніх ринку товарів та послуг, не може залишатися осторонь процесів цифрової трансформації. Адже це автоматично позбавить вітчизняні підприємства конкурентоспроможності на європейському ринку, створюватиме бар’єри для входження на український ринок іноземних виробників з їх продукцією та пропозиціями виробничого інвестування. Водночас, у контексті угоди про асоціацію з ЄС, наша держава має зобов’язання з імплементації низки актів ЄС, що встановлюють спільні норми на ринку надання електронних комунікаційних послуг.

Потреба в цифровій трансформації обумовила інституційні зміни. Так, у структурі вищого законодавчого органу держави з’явився комітет із питань цифрової трансформації, задля реалізації законодавчих ініціатив у сфері цифрової трансформації та розвитку програм цифрового співробітництва, електронного урядування та публічних електронних послуг, створення смарт-інфраструктури територіальних громад тощо. В урядовій структурі було утворено Міністерство цифрової трансформації України, яке покликане формувати й реалізовувати політику в сфері цифрового розвитку, в тому числі й цифрових інновацій та цифрової економіки загалом. Згодом було схвалено Концепцію розвитку цифрової економіки та суспільства України. Головною метою концепції є прискорення цифрового розвитку, основні цілі якого зводяться до трансформації секторів економіки в конкурентоспроможні та ефективні галузі; технологічної та цифрової модернізації промисловості та створення

високотехнологічних виробництв; реалізації людського ресурсу, розвитку цифрових індустрій та цифрового підприємництва [3].

Цифрові технології в різних сферах економіки дозволять відійти від архаїчних традиційних моделей функціонування бізнесу та згенерувати нові продукти, послуги на основі інновацій та створення нових операційних платформ. Головним чином, вони мають надати нового поштовху для розвитку сфери малого та середнього підприємництва, підвищення його конкурентоспроможності. Все це буде можливо за рахунок декількох, на наш погляд, ключових факторів: 1) розвитку цифрових навичок у населення та працівників підприємств зокрема; 2) формування чіткого плану цифрової трансформації для кожної сфери економіки на основі чіткого SWOT-аналізу та визначення перспектив розвитку на основі існуючих недоліків; 3) формування інфраструктури підтримки цифрових трансформацій (центри підтримки технологічних та цифрових інновацій); 4) застосування економічних інструментів для стимулювання та заохочення бізнесу до імплементації цифрових технологій; 5) врахування комплексності програм цифрової трансформації. Щодо останнього, то йдеться насамперед про те, що цифрові технології, орієнтуючись, наприклад, на створення економічного ефекту, можуть паралельно стимулювати соціальні ефекти.

Прикладом може бути сфера аграрного бізнесу, яка в Україні традиційно пов'язана з підтримкою соціальних ініціатив у локальних сільських громадах. Сучасні цифрові технології здатні створити ефект привабливості сільських територій для молоді. Відтак, це дозволить розвивати креативну складову економіки, адже молодь є головним каталізатором нових ідей та пошуків, а її залежність від мережі Інтернет-зв'язку є відомим та доконаним фактором. Цифрові технології поліпшують умови праці в сфері аграрного бізнесу, адже вже нині в сфері механізації та агрономії застосовуються геоінформаційні системи, бортові комп'ютери, смарт-устаткування тощо. Це дозволяє подолати традиційні стереотипи щодо непрестижності праці в агробізнесі. Зрештою, як показує європейський досвід, використання цифрових технологій у рослинництві та тваринництві дозволяє: підвищити економічну ефективність годівлі тварин, попереджувати розвиток хвороб та скорочення поголів'я тварин, зменшувати тривалість непродуктивних періодів тварин на утриманні, підвищувати продуктивність тварин; за рахунок оцифрування технології точного землеробства скорочуються норми висіву культур та обсяги внесення засобів захисту й підживлення сільськогосподарських культур, підвищуються обсяги валових зборів культур тощо. Зазначимо, що в Україні цифрові технології в аграрному бізнесі мають найбільш інтенсивний розвиток у великих агрохолдингах, у порівнянні з малими та середніми суб'єктами агробізнесу. Так, тут використовуються цифрові платформи як іноземних розробників, так і вітчизняних. Наприклад, платформа Trimble Desktop Software має широке застосування не лише серед фермерів США, Канади, а також отримала застосунок й в Україні. Вона дозволяє вести історію кожного поля, оцінювати стан вегетації сільськогосподарських культур за датами тощо. Схожа цифрова платформа розроблена вітчизняними виробниками, наприклад, АгроOnline.

Відмітимо, що в Україні є значний потенціал для розвитку цифрової економіки в контексті наявності людських ресурсів. Так, згідно дослідження [4], працівники цифрових платформ в Україні – це в основному молоді люди, котрі мають високий рівень освіти. За період 2013–2017 рр. Україна посідала 1 місце в Європі та 4 місце у світі за рівнем зайнятості на цифрових платформах, що вимірювалося сумою фінансових потоків та кількістю завдань, виконаних на таких платформах. Біля 3 % вітчизняної робочої сили задіяні в онлайн роботі, а 18 % офісних працівників мали досвід цифрової роботи й хотіли б повністю перейти на неї. Однак, майже третина працівників цифрових платформ виконують роботи для вітчизняних клієнтів, що свідчить про низьку затребуваність бізнесом цифрових технологій. Структура робіт на цифрових платформах на 23 % пов'язана з роботою над текстами, на другому місці перебуває сфера IT (12 %). У ній найпопулярніші роботи пов'язані зі створенням та підтримкою Інтернет-сайтів. Таким чином, наявні інституції в сфері підтримки цифрової трансформації країни мають стимулювати попит зі сторони бізнесу на інноваційні цифрові

рішення. З іншої сторони вони мають включитися у стимулювання ІТ сфери з точки зору запровадження грантових схем для розробки певних цифрових платформ для бізнесу. Наприклад, на грантовий проєкт Clear Farm для європейських виробників продукції тваринництва, що триває до 2023 р., Європейська комісія виділила майже 7 млрд євро.

Цифрова трансформація економічної системи країни не обмежується створення інституціональної платформи, а вимагає детального плану й всебічного комплексного підходу до розробки інструментарію підтримки програм цифровізації, створення продуктивної інфраструктури підтримки цифрових технологій. Лише тоді можна буде подолати соціально-економічну дивергенцію локальних територій регіонів та забезпечити економічний поступ країни.

Перелік використаних джерел:

1. Фесіна Ю.Г., Гмитронь Н.С. Трансформація цільової функції підприємств: через конкурентоспроможність до отримання фінансової вигоди. *Економічні науки*: Зб. наук. пр. Серія Облік і фінанси. Луцьк, 2016. Вип. 13 (49). Ч. 2. С. 270–283.
2. European Digital Innovation Hubs in Digital Europe. Programme European Commission Directorate-General for Communications Networks, Content and Technology. 2020. 54 p. URL: https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/european-digital-innovation-hubs-digital-europe-programme-0 (дата звернення: 16.10.2021).
3. Про схвалення Концепції розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018-2020 роки та затвердження плану заходів щодо її реалізації : Розпорядження Кабінету Міністрів України від 17.01.2018 № 67-р. Дата оновлення: 17.09.2020. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/67-2018-%D1%80#top (дата звернення: 16.10.2021).
4. Алексинська М., Бастракова А., Харченко Н. Зайнятість через цифрові платформи в Україні: проблеми та стратегічні перспективи. Міжнародна організація праці, 2018 р. 56 с.

УДК 346.7:658.6

Цільвік Олег
аспірант кафедри менеджменту
Київський національний торговельно-економічний університет
м. Київ, Україна
Науковий керівник: Бай Сергій
д.е.н., проф., зав. кафедри менеджменту
Київський національний торговельно-економічний університет
Oleg Tsilvik
graduate student of the Department of Management
Kyiv National University of Trade and Economics
Kyiv, Ukraine
Scientific supervisor: Sergiy Bay
Doctor of Sciences (Economics), Prof.,
Head of the Department of Management,
Kyiv National University of Trade and Economics
Kyiv, Ukraine

ЕЛЕКТРОННА КОМЕРЦІЯ ЯК ПРЕДМЕТ НОРМАТИВНО-ПРАВОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ
ELECTRONIC COMMERCE AS A SUBJECT OF REGULATORY AND LEGAL SUPPORT

Значні трансформації економічного та соціального життя суспільства, які пов‘язані з активним застосуванням інформаційних технологій, поширенням доступу населення до мережі Інтернет та загальною цифровізацією усіх аспектів повсякденного життя людства, створюють передумови для стрімкого розвитку електронної комерції та все більшого обсягу укладання угод у віртуальному просторі.

Поряд з перспективами, які відкриває електронна комерція та її інструментарій для суб‘єктів господарювання щодо розвитку бізнесу, особливо в напрямку транскордонної торгівлі, з‘являються і нові ризики, на які підприємці наражаються через відсутність усталеного міжнародного нормативно-правового регулювання для цього сектору економіки.

Міжнародні та національні правила торгівлі, які розроблялися та впроваджувалися для регулювання традиційних каналів товарообігу, сьогодні виявляються неефективними і недостатніми для регулювання електронної комерції.

Внаслідок цього національні уряди країн із значним проникненням електронної комерції постали перед схожими проблемами та регуляторними викликами. Серед них виділяють питання неоднозначності сплати ПДВ при здійсненні транскордонних цифрових торгових операцій у B2C (Business-to-Consumer) сегменті, зокрема питання оподаткування цифрової економіки є однією з найважливіших сфер, що розглядаються Організацією економічного співробітництва та розвитку в рамках проекту щодо розмивання бази оподаткування та переміщення прибутку (BEPS - від англ. «Base erosion and Profit Shifting). Окрім цього, для країн із великою кількість споживачів, які фактично набувають статусу ринку збуту для іноземних постачальників, нагальними питаннями є проблематика забезпечення безпеки продукції, що купується по електронних каналах торгівлі і доставляється у поштових відправленнях, захист прав споживачів і їх персональних даних, протидія проявам шахрайства та кіберзлочинності.

У відповідь на зазначені виклики та з метою подолання проявам недобросовісної конкуренції, причиною яких є відсутність міжнародного регулювання, протягом 2019-2021 років низкою країн з розвиненим сектором електронної комерції (Китай, Індія, Європейський Союз тощо) вже прийнято нові законодавчі та регуляторні акти, які не тільки унормовують діяльність у зазначеній галузі на місцевих ринках, але і значно посилюють відповідальність для суб‘єктів господарювання за різноманітні порушення. Характерною та спільною для усіх нових законодавчих актів у сфері електронної комерції, незалежно від регіону їх прийняття є те, що кінцевою метою є захист прав та інтересів споживачів. Це є цілком природним, враховуючи рекомендації для держав-членів ООН, що були надані у 2015 році у Керівних принципах Організації Об'єднаних Націй для захисту інтересів споживачів [1].

Посилення заходів правозастосування для захисту внутрішнього ринку та забезпечення безпеки споживачів через впровадження нового регулювання є реакцією на виклики з боку світового ринку та через суттєве ускладнення ланцюгів поставок продукції. Окрім цього, переважна більшість країн розглядають електронну комерцію як інструмент для збільшення експорту на зовнішні ринки, завдяки якому буде забезпечений розвиток національної економіки, будуть створюватися нові робочі місця та підтримуватися малий та середній бізнес.

З урахуванням зазначеного вище, Україна має приділити значну увагу питанню формування сучасного правового забезпечення функціонування сегменту електронної комерції, у тому числі для забезпечення дотримання конституційного права громадян на безпеку продукції та захист своїх споживчих прав та інтересів з боку держави. Втім, вкрай важливо прискіпливо вивчити існуючий міжнародний досвід з цього питання і забезпечити баланс між ефективним захистом інтересів держави і громадян з одного боку, та свободою підприємницької діяльності з іншого боку, щоб не створити в нашій юрисдикції гірші умови для розвитку бізнесу у порівнянні з іншими країнами.

Формуючи підходи до розробки національної політики у сфері електронної комерції, Україна має керуватися основною метою - надати усім зацікавленим сторонам інструментарій, який дозволить повною мірою скористатися можливостями, що виникають в результаті цифровізації вітчизняної економіки. У той же час, нове законодавче регулювання має вирішувати низку важливих питань, що стосуються цього сектору, зокрема запровадження ефективного механізму захисту прав споживачів, конфіденційності персональних та фінансових даних клієнтів, підвищення обізнаності та довіри споживачів до

ринку електронної комерції, широке залучення малого та середнього бізнесу для просування продукції власного виробництва на глобальний ринок.

Одним із шляхів покращення нормативного забезпечення сфери електронної комерції є розробка національного стандарту, який посилить спроможність учасників ринку електронної комерції здійснювати правочини в онлайн середовищі у зрозумілий, безпечний і захищений спосіб. Цей стандарт допоможе суб`єктам електронної комерції та їхньому персоналу, який відповідає за бізнес процеси в організації, у поліпшенні рівня розуміння процесів взаємодії сторін, прозорості, відповідальності, оперативності та доступності в онлайн транзакціях, тим самим покращуючи довіру споживачів до електронної комерції та зменшуючи кількість скарг і суперечок, що пов’язані з цим сектором економіки.

Перелік використаних джерел:

1. Резолюція 70/186 "Защита интересов потребителей", прийнята Генеральною Асамблеєю Організації Об‘єднаних Націй «22» грудня 2015 року, *Електронна бібліотека документів ООН,* URL: https://undocs.org/pdf?symbol=ru/a/res/70/186 (дата звернення: 21.09.2021).

СЕКЦІЯ 3
Роль і потенціал вітчизняного підприємництва у розвитку економічно стійкої держави

УДК 658

Березівська Надія
викладач-методист, викладач вищої категорії
Тернопільський фаховий коледж харчових технологій і торгівлі
м. Тернопіль, Україна
Nadiia Berezivska
teacher-methodologist, teacher of the highest category
Ternopil Vocational College of Food Technology and Trade
Ternopil, Ukraine

ОСОБЛИВОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ РЕІНЖИНІРИНГУ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ
FEATURES OF REENGINEERING IMPLEMENTATION BUSINESS PROCESSES AT THE ENTERPRISE

Глибока та тривала соціально-економічна криза, яка спостерігається в Україні протягом останніх років, зумовила цілий комплекс проблем у розвитку вітчизняних підприємств. Фінансова нестабільність, інфляційні процеси, девальвація національної грошової одиниці та розбалансування системи міжгалузевих зв'язків у результаті втрати контролю над частиною виробничого потенціалу у зоні військових дій суттєво дестабілізували їх діяльність, критично обмеживши ресурсні можливості, а отже, і конкурентоспроможний потенціал. Значна невизначеність та турбулентність зовнішнього середовища як результат поєднання комплексу внутрішніх та зовнішніх дестабілізуючих факторів на фоні часто нераціональної поведінки держави як суб'єкта економічної політики фактично унеможливили стратегічне планування діяльності підприємств. Донедавна успішні компанії, які динамічно розвивалися, вимушені були перейти в режим «вичікування», згорнувши стратегічно важливі інвестиційні проекти. Визначальною стратегією більшості з них стала стратегія пасивної поведінки, яка не просто уповільнює динаміку відтворювальних процесів, але й обмежує потенціал стратегічної конкурентоспроможності. Таким чином, усе більшої актуальності набувають питання пошуку підходів до ефективного управління підприємствами, їх реструктуризації та оздоровлення, які, незважаючи на несприятливий характер середовища діяльності, все ж повинні визначати пріоритети та формувати політику їх реалізації [1].

Метод реінжинірингу бізнес-процесів має на увазі більше, ніж вдосконалення процесів. Це елемент теорії організації, і він проводить відмінність між побудовою корпоративної структури і корпоративних (яка правильна структура для конкретної організації?) процесів (як створюється вартість?).

Процес - ряд видів діяльності, коли беруться вступні, додається вартість, і підсумковий продукт представляється внутрішнім або зовнішнім клієнтам. Процеси використовують ресурси організації для забезпечення кінцевих результатів.

Виробничий процес - процес фізичного взаємодії з обладнанням або програмним забезпеченням, які потім будуть доставлені зовнішньому споживачеві, до моменту упаковки товару.

Бізнес процеси - всі послуги та процеси, які підтримують виробничі процеси. Бізнес-процес складається з групи логічно пов'язаних один з одним завдань.

Реінжиніринг - це фундаментальне переосмислення і радикальне перепроектування бізнес-процесів з метою кардинального поліпшення важливих поточних показників продуктивності, таких як витрати, якість, обслуговування і швидкість [2].

Проведення реінжинірингу бізнес-процесів - трудомісткий і складний процес, що вимагає повної віддачі і розуміння того, що відбувається від його ініціаторів та виконавців. У разі успішного його проведення, підприємство отримує масу переваг перед конкурентами, зміцнює свої позиції на ринку, підвищує показники економічної ефективності [3, с.80].

Реінжиніринг базується на використанні сучасних інформаційних технологій для досягнення нових ділових цілей. Сучасні інформаційні технологій, з одного боку, прискорюють зв'язки учасників бізнес-процесів, з іншого боку, підвищують якість прийнятих рішень у ході виконання бізнес-процесів.

Реінжиніринг необхідний українським підприємницьким структурам, оскільки їм потрібні істотні зміни. Причому для більшості підприємств треба використовувати кризовий реінжиніринг, тобто такий, що передбачає комплекс категоричних заходів для ліквідації проблем організації [4].

Метою реінжинірингу бізнес-процесів є цілісне і системне моделювання та реорганізація матеріальних, фінансових, інформаційних потоків, спрямоване на спрощення організаційної структури, перерозподіл і мінімізацію використання різноманітних ресурсів, скорочення строків реалізації потреб клієнтів, підвищення якості їх обслуговування. Реінжиніринг бізнес-процесів забезпечує вирішення наступних завдань [5, с.80-81]:

– визначення оптимальної послідовності виконуваних функцій, яка призводить до скорочення циклу виготовлення і продажу товарів та послуг, обслуговування клієнтів, в результаті чого відбувається підвищення оборотності капіталу і зростання всіх економічних показників компанії;

– оптимізація використання ресурсів в різноманітних бізнес-процесах, в результаті якої мінімізуються витрати виробництва і обігу та забезпечується оптимальне поєднання різних видів діяльності;

– побудова адаптивних бізнес-процесів, спрямованих на швидку адаптацію до змін потреб кінцевих споживачів продукції, виробничих технологій, поведінки конкурентів на ринку та, відповідно, підвищення якості обслуговування клієнтів в умовах динамічності зовнішнього середовища;

– визначення раціональних схем взаємодії з партнерами та клієнтами, та, як наслідок, зростання прибутку, оптимізація фінансових потоків.

Серед найбільш поширених завдань реінжинірингу можна виділити: створення мережі зв'язків, використовуваної при надзвичайних обставинах (розвиває горизонтальні управлінські зв'язки); створення організаційних передумов з метою централізації інформаційних потоків (сприяє отриманню інформації, класифікованої по конкретних процесів); поділ функцій вищого управлінського ланки компанії і створення мережі оперативних груп (дозволяє застосувати для цих цілей технологію роботи процесних команд); створення мотивації для творчого мислення, аналізу ситуації та колективної роботи (ці принципи змінюють характер роботи і дії працівників при реалізації реінжинірингу); успішна координація стратегії з центру і децентралізованого виконання рішень (реінжиніринг спирається на змішані процеси і матричні структури управління); створення організаційних умов для реструктуризації компанії [6, с.120].

Основною метою реінжинірингу є гнучке і оперативне пристосування до очікуваних змін потреб споживачів, відповідну зміну стратегії, технології, організації виробництва та управління на основі побудови ефективної системи бізнес-процесів. Концепція реінжинірингу довела свою ефективність при реалізації в таких відомих світових лідерах, як IBM, Intel, Ford та ін.

Отже, можна зробити висновок, що реінжиніринг є найефективнішим методом вдосконалення бізнес-процесів в процесному управлінні, оскільки передбачає зростання ефективності в десятки разів і виводить компанію, що його здійснює, на принципово новий рівень розвитку.

Перелік використаних джерел:

1.Ридзай В.В. Побудова та впровадження ефективних бізнес-процесів на підприємстві державного сектору економіки (на прикладі ДП «ДГ «Подільське»). – Рукопис. URL: http://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/33470/1/11_Ридзай.pdf

2.Що таке реінжиніринг. Реінжиніринг – що це? Сутність і принципи реінжинірингу бізнес-процесів. URL: https://vgolitsyno.ru/uk/chto-takoe-reinzhiniring-reinzhiniring-chto-eto-sushchnost-i-principy/

3.Продіус О.І. Теоретично-методичні основи реінжинірингу бізнес-процесів. *Економіка: реалії часу.* 2016. №6(28). С. 79 – 87.

4. Усова Г.В. Особливості застосування реінжинірингу бізнес-процесів на промислових підприємствах / Г.В. Усова, К.В. Коваленко // Актуальні проблеми розвитку економіки регіону. 2013. Вип. 9(2). С.143-146. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/aprer_2013_9(2)__28.

5.Гончарова О. М. Реінжиніринг бізнес-процесів як метод процесного управління. Економіка. Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка №10(151)/2013. С.78-82. URL: http://bulletin-econom.univ.kiev.ua/wp-content/uploads/2015/11/151_17.pdf

6.Продіус О.І. Теоретико-методичні основи ділового адміністрування в контексті інноваційного розвитку підприємства. Вісник ОНУ імені І.І. Мечникова. 2017. Т. 22. Вип. 12(65). С. 119-122.

УДК 338

Гац Любов
старший викладач
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна
Lyubov Hats
Senior Lecturer
Ternopil Ivan Puluy National Technical University
Ternopil, Ukraine

ОЦІНКА РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ ЗА ФІНАНСОВИМИ ІНДИКАТОРАМИ МОДЕЛІ ДЮПОН
AN ESTIMATION OF DEVELOPMENT OF BUSINESS IS AFTER FINANCIAL INDICATORS OF MODEL OF DUPON

Економічний розвиток секторів економіки України в умовах невизначеності спричиненої поширенням пандемії, характеризується скороченням ділової активності практично у всіх сферах економічної діяльності, що у підсумку привело до зниження ВВП на

Така ситуація супроводжується не лише скороченням тривалості такої активності, але в кінцевому підсумку до закриття в цілому суб'єктів господарювання. Конкретизиція інформаційних даних(див.табл.1) підкреслює негативні результати не тільки у скороченні виробництва товарів (робіт та послуг) (оцінених сумою чистого доходу), але і в ефективності ведення господарства, що було основною метою створення самого суб'єкта господарювання.

Таблиця 1

Розподіл частки суб'єктів господарювання в Україні за індикатором фінансового результату в період з 2016-2020 рр*

Періоди	Nzag.j		Nvj		Nsj		Nmj	
	Прибуткові	Збиткові	Прибуткові	Збиткові	Прибуткові	Збиткові	Прибуткові	Збиткові
	Частка кількості суб'єктів господарювання							
2016	73	27	65,8	34,2	75,5	24,5	72,8	27,2
2017	72,4	27,6	72,8	27,2	76,1	23,9	72,3	27,7
2018	73,9	26,1	76,7	23,3	77,7	22,3	73,7	26,3

2019	73,6	26,4	78	22	77,6	22,4	73,3	26,7
2020	71	29	69,7	30,3	76,2	23,8	70,7	29,3
	Відхилення (%)							
2017	-0,822	2,222	10,638	-20,468	0,795	-2,449	-0,687	1,838
2018	2,072	-5,435	5,357	-14,338	2,102	-6,695	1,936	-5,054
2019	-0,406	1,149	1,695	-5,579	-0,129	0,448	-0,543	1,521
2020	-3,533	9,848	-10,641	37,727	-1,804	6,250	-3,547	9,738

*визначено автором за інформаційними даними [1]

Частка суб'єктів господарювання, що характеризується негативним результатом у відповідній групі, значно зросла у сфері великого та малого бізнесу і складають у відхиленні відповідно 37,73 та 9,74 відсотка. Темп відхилення у структурі прибуткових та збиткових суб'єктів в прирості тяжіє до останніх, що може свідчити про факт створення нових з одночасним закриттям існуючих. Нестабільна ситуація ведення бізнесу, та можливості швидкого переформатування до нових умов, привела до примусового закриття, і за рінем приросту змін має спадний характер ($\Delta Nvj = -1,158$; $\Delta Nsj = -0,828$ $\Delta Nmj = -1,829$)

Кожен суб'єкт господарювання, в процесі ведення господарської діяльності, використовує ресурси, джерелом походження яких виступають, як власні так і позичені кошти. Позитивним моментом є факт приросту частки власного капіталу, а при одночасному збільшенні всього капіталу, частка власного у порівнянні з позиковим характеризується позитивним результатом у своєму значенні.

Тенденція змін за аналізовані періоди з 2016р по 2020р згрупована на табл.2.

Таблиця 2

Динаміка змін частки власного капіталу підприємств великого, середнього та малого бізнесу за період 2016-2020рр

Періоди	**vj**		**sj**		**mj**	
2016	45,252	3,891	14,518	-8,721	7,206	-59,977
2017	41,076	-9,229	15,604	7,482	10,213	41,726
2018	41,863	1,917	14,587	-6,523	13,406	31,267
2019	39,453	-5,756	18,708	28,252	19,251	43,600
2020	40,185	1,855	19,355	3,459	17,194	-10,683

*визначено автором за інформаційними даними [1]

Результати оцінки показують позитивні зрушення в суб'єктів великого та середнього бізнесу, однак малий бізнес характеризується втратами, а з врахуванням зміни капіталу в цілому, останні мають приріст 15,9 %. Така ситуація вказує на посилення фінансового ризику у сфері малого бізнесу.

Для більш детального аналізу ефективності використання капіталу використано модель Дюпона, модифіковану на фінансові індикатори: рентабельність доходу, капіталовіддача та фінансова стійкість.

Інформаційні дані, що є вхідними для проведення діагностики згруповано в таблицю 3.

Таблиця 3

Вхідні дані фінансових індикаторів оцінки ефективності функціонування підприємств в Україні за 2019-2020рр [1]

ЧД	vj	sj	mj
2019	9639730603,3	3631415313,0	4168439400,3
2020	10049870813,6	3626387990,9	4359362088,3
ЧП	vj	sj	mj
2019	187379496	246950127,1	89449378,4
2020	27632621,1	65951690,5	-25529406,1
Активи	vj	sj	mj

2019	4457009769,6	3780500675,3	3257464983,8
2020	4640940483,5	4265993920,0	3775545681,5
ВлК	vj	sj	mj
2019	1758443057,3	707237264,5	627085536,9
2020	1864969734,4	825664851,5	649171472,1

Факторними фінансовими індикаторами модифікованої моделі Дюпон є оборотність майна (активів), рентабельність доходу, фінансова стабільність (автономія):

Rвк = (Коб.а) х (Кгд) / (Кавт)

де Коб.а – коефіцієнт оборотності активів – за показником чистого доходу від реалізації товарів (робіт, послуг);

Кг.д – коефіцієнт ефективності реалізації товарів (робіт,послуг) – за показниками чистого прибутку та чистого доходу;

Кавт – коефіцієнт автономії (фінансової стійкості).

Результати обчислень фінансових індикаторів за підприємствами відповідних груп, враховуючи інформаційні дані табл.3 узагальнено в таблиці 4; 5.

Таблиця 4

Фінансові індикатори за моделлю Дюпона оцінки ефективності використання власного капіталу підприємствами великого середнього та малого бізнесу (макрорівень) у 2020р

Показники	2019	2020	Відхилення (+,-)
	mj		
Коб.а	1,2797	1,1546	-0,1250
Кг.д	0,0215	-0,0059	-0,0273
Кавт	0,1925	0,1719	-0,0206
	sj		
Коб.а	0,9606	0,8501	-0,1105
Кг.д	0,0680	0,0182	-0,0498
Кавт	0,1871	0,1935	0,0065
	vj		
Коб.а	2,1628	2,1655	0,0027
Кг.д	0,0194	0,0027	-0,0167
Кавт	0,3945	0,4019	0,0073

Таблиця 5

По факторний результат оцінки за моделлю Дюпона підприємств України великого, середнього та малого бізнесу (макрорівень) за 2020р

Результат оцінки за фінансовим індикатором	vj		sj		mj	
	базовий	звітний	базовий	звітний	базовий	звітний
Rвк(Коб.а)	0,10656	0,106691	0,349176	0,309009	0,142643	0,128706
Rвк(Кг.д)	0,106691	0,015091	0,106691	0,08264	0,128706	-0,03512
Rвк(Кавт)	0,015091	0,014817	0,08264	0,079877	-0,03512	-0,03933
Rвк(Квк)	0,10656	0,014817	0,349176	0,079877	0,142643	-0,03933

Відхилення результуючого показника за факторними фінансовими індикаторами згруповано на рис.1

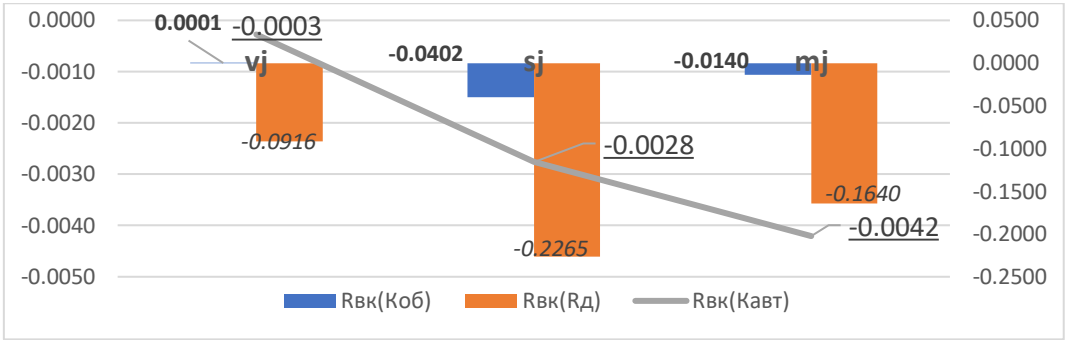


Рис.1 Ефективність використання власного капіталу підприємствами великого, середнього та малого бізнесу (макрорівень) в 2020р за фінансовими індикаторами впливу

Отримані результати дослідження вказують на факт найбільш нестійкого та критичного стану розвитку середнього та малого бізнесу (Rвк(vj)=-0,09174 ; Rвк(sj)=-0,2693 ; Rвк(mj)=-0,18197), спричиненого обмеженнями в організації діяльності в період запровадження пандемії в 2020р.

Перелік використаних джерел:

1.Статистична інформація Державного управління статистики . URL: http://www.ukrstat.gov.ua/

УДК 332.365

Гула Інна
студентка групи ПФм-51
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна
Науковий керівник: Маркович Ірина
кандидат економічних наук, доцент
доцент кафедри економіки та фінансів
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м.Тернопіль, Україна
Inna Hula
student of group PFm-51
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine
Scientific supervisor: Iryna Markovych
PhD (Economics), Docent
Associate Professor of Economics and Finance Department
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

ГОЛОВНІ РИЗИКИ РОЗВИТКУ АПК В УКРАЇНІ
MAIN RISKS OF DEVELOPMENT OF AGRO-INDUSTRIAL COMPLEX IN UKRAINE

На сьогодні для ефективного розвитку сільськогосподарських підприємств та підвищення конкурентоспроможності вітчизняної продукції аграрного сектору постала необхідність внесення змін до організації діяльності, до використання ресурсного потенціалу, до запровадження інноваційних підходів та технологій.

Для дослідження шляхів розвитку підприємств АПК, варто дослідити основні проблеми та виклики цього сектору.

Однією з найважливіших подій 2021 року стало прийняття Закону «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо умов обігу земель сільськогосподарського призначення», згідно з яким ринок землі стає відкритим, зникає мораторій на продаж землі, який діяв ще від 1992 року. Почесний президент Асоціації фермерів України Микола Стрижака зазначає, що цей закон не створює умов для чесної конкуренції на ринку, оскільки землю будуть скуповувати ті, що володіє більшими грошима, а тому фермери не зможуть на рівних умовах бути учасниками на електронних торгах [1].

Також у Законі передбачається, що орендарі, які вже володіють землею, мають перевагу у купівлі цих наділів, без участі в аукціонах. Ці умови зазначені у розділі «Перехідні умови» пункт 6-1, де вказано, що ті орендарі, які користуються землею не пізніше 2010 року, можуть викупляти землю і без проведення торгів [2]. Однак, такі умови можуть призвести до шахрайства та обдурювання селян-пайовиків недобросовісними орендарями, які під тиском можуть змушувати продавати землі за безцінь.

Тому для запобігання таких ситуацій доцільно забезпечити належну роботу судової та правоохоронної систем. В такому випадку суд міг гарантувати повернення землі власникам, у випадку таких прецедентів, а правоохоронці унеможливлювали такий тиск.

Однак ризики для вітчизняних аграріїв полягають не лише у відкритті ринку землі. На конференції Grain Ukraine у червні 2021 року були обговорені інші виклики, які мають вагомий вплив на розвиток АПК. Андрій Ставніцер, який є співвласником компанії ТІС виокремив такі: цінові скачки на продукцію, кліматичні зміни, швидка убранізація та зменшення сільського населення [3].

Аналізуючи показники виробництва сільськогосподарської продукції у 2020 році, варто зазначити, що відбувся спад: за перше півріччя 2020 року відбулось скорочення на 9,9% порівняно з аналогічним періодом 2019 року. Несприятливі кліматичні умови у 2020 році, нестача вологи взимку і звісно ж карантинні обмеження стали причиною зменшення валового збору зернових: у 2019 році показник сягнув 75,1 млн.тонн зернових, в 2020 році зменшився до 65.4 млн.тонн.

За словами менеджерки з розвитку бізнесу компанії Maxigrain, несприятливий клімат став причиною того, що аграрії стали страхувати свої посіви. Згідно Закону України «Про державну підтримку сільського господарства України» для страхування у 2021/2024 роках прогнозують виділити відповідно 672, 647 і 684 млн.грн. на покриття втрат сільськогосподарської продукції за договорами страхування. Тому зараз для підтримки АПК постає необхідність підтримки ринку страхування, оскільки попри законопроекти багато аграріїв не довіряють страховим компаніям [4].

Аналізуючи демографічні процеси, також можна помітити невтішну статистику. За дослідженнями завідувачки секторальних прогнозів та кон'юнктури ринків Інституту економіки та прогнозування НАНУ Тамара Осташко кількість сільського населення за останні 10 років скоротилась на 16 %. В 2018 році, згідно даних Державної служби статистики, кількість сільського населення становило 31.1 % від всього населення України, а вже на 1 січня 2021 року цей відсоток становив 30,4%. За словами Сташко, в Україні налічується 5,6 млн. осіб, які є економічно активним сільським населенням віком від 15 до 70 років. Також варто зазначити, що частка населення, які безкоштовно працюють і є само зайняті у сільському господарстві 79,5%. При цьому варто врахувати і відсоток трудової міграції, яка сягає 7% від соціально-активного населення, тому відповідно кількість трудових мігрантів з села близько 2 млн. осіб. Якщо в загальному кількість активного населення 5,6 млн. осіб, то 2 млн. мігрантів є досить вагомою втратою робочої сили для сільського господарства [5].

Зважаючи на таку динаміку, варто переглянути систему мотивації працівників та само зайнятого населення у сфері сільського господарства, щоб зменшити кількість трудової міграції та збільшити кількість робочої сили у сфері АПК.

Перелік використаних джерел:

1.Переваги та недоліки відкриття ринку землі в Україні.URL: https://suspilne.media/144353-ak-bi-vono-bulo-po-normalnomu-to-prodala-b-perevagi-ta-nedoliki-vidkritta-rinku-zemli-v-ukraini/

2. Закон України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо умов обігу земель сільськогосподарського призначення» (Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2020, № 20, ст.142). Офіційний сайт. Законодавство України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2768-14#n1913

3. Виклики для українського АПК. URL: https://agropolit.com/news/20821-vikliki-dlya-ukrayinskogo-apk-polyagayut-ne-lishe-u-vidkrittya-rinku-zemli--tse-zmini-klimatu-tsinovi-skachki-biobezpeka-urbanizatsiya-ta-skorochennya-naselennya--stavnitser

4. Агросектор у піке – причини падіння виробництва сільськогосподарської продукції в Україні. URL: https://agropolit.com/spetsproekty/813-agrosektor-v-pike--prichini-padinnya-virobnitstva-silskogospodarskoyi-produktsiyi-v-ukrayini

5. Сільське населення України за 10 років скоротилося на 16%. URL: https://www.ukrinform.ua/rubric-society/2736219-silske-naselenna-ukraini-za-10-rokiv-skorotilosa-na-16-ekspert.html

УДК 631.15

Домбровська Олена
кандидат економічних наук
доцент кафедри управління земельними ресурсами та кадастру
Державний біотехнологічний університет
м. Харків, Україна
Olena Dombrovska
Ph.D. in Economics, Associate Professor
State Biotechnological University
Kharkiv, Ukraine

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ
PROBLEMS AND PROSPECTS OF ENTREPRENEURSHIP DEVELOPMENT IN UKRAINE

Важливою складовою зміцнення конкурентоспроможності економіки є підприємництво. З моменту набуття Україною незалежності відбувалось поступове становлення вітчизняного підприємництва як самостійного соціально-економічного явища. Розширення структури пропозицій на внутрішньому ринку товарів та послуг, створення ефективного конкурентного середовища, стимулювання інноваційного розвитку, відродження підприємницької ініціативи населення, створення додаткових робочих місць та підвищення гнучкості зайнятості, зміцнення регіональних економік – це далеко не всі, але дуже важливі завдання, що стоять перед вітчизняним підприємництвом. При цьому невід'ємними складовими сучасного підприємництва є малий та середній бізнес, на який покладаються функції прискорення структурної перебудови економіки, підвищення організаційної ефективності використання ресурсів.

Мале та середнє підприємництво у національній системі підприємництва виступає однією з невід'ємних і потужних складових національних господарських систем, важливим компонентом резервів соціально-господарського зростання та розвитку. Відповідно й проблеми стимулювання його розвитку займають особливе місце в сучасних соціально-економічних відносинах у країні, в першу чергу з огляду на те, що кількісні і якісні характеристики малих та середніх підприємств, ступінь розвитку інфраструктури даного сектору економіки значною мірою визначають рівень економічного зростання та є найважливішою складовою формування ринкової економіки

Підприємства малого бізнесу виступають двигунами економічного зростання і розвитку, особливо в умовах високого рівня безробіття і високого рівня бідності, або в умовах роздробленої економіки, заснованої на готівкових розрахунках. Хоча сектор середнього бізнесу може створювати більше робочих місць з повною зайнятістю в

розрахунку на кожну фірму і забезпечувати досить довго визначений доход на кожного працівника, сектор мікропідприємства сприяє підвищенню добробуту власників, утворенню додаткових доходів родини і створенню фірм у сфері обслуговування і роздрібної торгівлі, які надають послуги і товари на місцевому ринку. Підприємства малого бізнесу мають потенційні можливості для економічного зростання. Приблизно 2–5% усіх таких підприємств стають підприємствами середнього бізнесу.

Фінансова стійкість підприємництва є необхідною передумовою розвитку підприємницького сектору національної економіки, а отже й важливим завданням державної політики гарантування економічної безпеки держави в умовах посилення фінансово-економічної кризи.

Як засвідчує вивчення закордонного досвіду, неодмінною умовою успіху в розвитку підприємництва є положення про те, що мале підприємництво має потребу у всебічній і стабільній державній підтримці. Вона втілюється в різних формах, передусім шляхом стимулювання виробництва найбільш пріоритетних видів продукції, надання податкових пільг, дотацій, пільгового банківського кредитування, створення інформаційно-консультативних і науково-технічних центрів, розвитку системи страхування, організації матеріально-технічного постачання. Важливу роль відіграють прийняття і виконання законодавства, розробка і реалізація конкретних комплексних програм. Провідна роль відводиться інститутам державної та громадської підтримки підприємництва. Так у країнах Європи з метою підтримки підприємництва створена мережа бізнес-центрів і бізнес-інкубаторів, націлена на його розвиток.

Недостатньо ефективна державна фінансово-кредитна політика сприяння розвитку підприємництва, її певна неадекватність щодо умов фінансово-економічної кризи, підсилена такими фінансовими ризиками для суб’єктів підприємництва, як значне зменшення попиту на товари (послуги) вітчизняних підприємств, зниження рівня інноваційно-інвестиційної активності економіки, збільшення фінансових витрат та термінів окупності капіталовкладень, посилення дії ризиків інституційного середовища, структурна деформація зовнішніх ринків, суттєво знижують рівень фінансової стійкості підприємницького сектору та національної економіки загалом.

Це актуалізує потребу в удосконаленні державної політики сприяння посиленню фінансової стійкості вітчизняного підприємницького сектору економіки, передусім спрямованої на покращення рівня доступності фінансових ресурсів, сприяння збільшенню обсягів господарської діяльності, підвищення рівня фінансової стійкості, ліквідності та платоспроможності суб’єктів підприємництва, покращення доступу підприємств до кредитних ресурсів, посилення фінансової складової економічної безпеки вітчизняних підприємств сектору малого підприємництва.

Крім фінансово-кредитної підтримки (потреба малих підприємств у кредитних ресурсах задовольняється не більше ніж на 5-7%), суб'єкти малого підприємництва потребують ресурсної та інформаційної допомоги від місцевої влади.

У випадку невтручання органів державного управління у розвиток проблемної ситуації, вірогідними видаються подальші негативні наслідки для підприємницького сектору економіки України: 1) критичне зменшення частки власного капіталу підприємств, збільшення кредиторської і дебіторської заборгованості, передусім, безнадійної дебіторської заборгованості, надмірне погіршення фінансової стійкості вітчизняних підприємств; 2) зниження рівня платоспроможності та кредитоспроможності суб’єктів підприємництва; 3) подальше зниження рівня конкурентоспроможності вітчизняних підприємств на зовнішніх ринках унаслідок недостатніх обсягів фінансових ресурсів; 4) підвищення рівня збитковості підприємств усіх форм власності і, як наслідок, збільшення кількості збанкрутілих підприємств; 5) зростання соціальної напруженості у суспільстві унаслідок зменшення рівня реальної заробітної плати та збільшення заборгованості з виплати заробітної плати; 6) зниження інвестиційного потенціалу економіки у зв’язку з ускладненим доступом суб’єктів підприємництва до зовнішніх джерел

фінансування; 7) зростання частки сумнівних та безнадійних боргів; 8) формування у суспільстві негативного ставлення до ведення підприємницької діяльності, погіршення підприємницького середовища та подальше скорочення іноземних інвестицій в економіку України.

Перелік використаних джерел:

1. Економічний розвиток регіону на основі активізації підприємницької діяльності: монографія // За заг. ред. док. економ. наук, професора А.І.Ковальова. Одеса: Атлант, 2014. 178 с.
2. Причепа І.В. Проблеми конкурентоспроможного розвитку підприємництва в Україні за сучасних умов / Причепа І.В., Мещерякова Т.К. // Розвиток підприємництва в Україні: теорія, методологія та практика: колективна монографія / Під ред. проф. Непочатенко. Умань. 2017. 244 с.
3. Досвід Німеччини: майбутнє за малим бізнесом? / iBud: будівничий портал. URL: http://ibud.ua/ru/novost/dosvid-nimechchini-maybutn-za-malim-biznesom-10570

УДК 330.322

Дудчик Оксана
кандидат економічних наук, доцент
доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування
Університет митної справи та фінансів
м. Дніпро, Україна
Dudchyk Oksana
PhD (Economics), Docent
Associate Professor of Finance, Banking and Insurance
University of Customs and Finance
Dnipro, Ukraine

ВПЛИВ КАПІТАЛЬНИХ ІНВЕСТИЦІЙ НА ЕКОНОМІКУ УКРАЇНИ
THE INFLUENCE OF CAPITAL INVESTMENTS ON THE ECONOMY OF UKRAINE

Капітальні інвестиції – витрати на придбання або виготовлення (створення) матеріальних і нематеріальних необоротних активів.

До інвестицій у матеріальні активи належать інвестиції у житлові та нежитлові будівлі, інженерні споруди, машини, обладнання та інвентар, транспортні засоби, землю, довгострокові біологічні активи тваринництва та рослинництва, інші матеріальні активи.

До інвестицій у нематеріальні активи належать інвестиції у придбання або створення власними силами прав користування природними ресурсами та майном, програмного забезпечення та баз даних, прав на комерційні позначення, на об’єкти промислової власності, авторських і суміжних прав, патенти, ліцензії, концесії тощо [1].

Як свідчать дані таблиці 1, в структурі капітальних інвестицій переважають інвестиції в матеріальні активи, на які припадає від 93,7% в 2018 році до 96,3% в 2017 році. Найбільша питома вага інвестицій в нематеріальні активи спостерігалась в 2018 році і дорівнювала 6,3%. В цей же рік в нематеріальні активи було вкладено і найбільшу абсолютну суму інвестицій – 36391 млн. грн. З 2017 по 2019 рік капітальні інвестиції збільшились на 175517,4 млн. грн. або на 39,1%. Найбільша сума інвестицій за досліджуваний період, була вкладена в 2019 році – 623978,9 млн. грн. В 2020 році у порівнянні з 2019 роком вкладення зменшились на 115761,9 млн. грн. або на 18,6%.

Таблиця 1

Капітальні інвестиції за видами активів

Показники	2017		2018		2019		2020	
	млн. грн.	%	млн. грн.	%	млн. грн.	%	млн. грн.	%
Інвестиції в нематеріальні активи	432039,5	96,3	542335,1	93,7	600568,1	96,2	483323,9	95,1
житлові будівлі	53371,8	11,9	57395,9	9,9	58014,9	9,3	34885,7	6,8
нежитлові будівлі	65605,2	14,6	88846,1	15,4	100468,0	16,1	78920,1	15,5
інженерні споруди	78563,5	17,5	111314,8	19,2	149153,5	23,9	127995,4	25,2
машини, обладнання, інвентар	154721,7	34,5	187650,4	32,4	198455,3	31,8	161636,6	31,8
транспортні засоби	60123,9	13,4	73926,2	12,8	65870,8	10,6	50074,6	9,9
земля, довгострокові біологічні активи	5721,9	1,3	6201,4	1,1	8229,8	1,3	7545,8	1,5
інші матеріальні активи	13931,5	3,1	17000,3	2,9	20375,8	3,3	22265,7	4,4
Інвестиції в нематеріальні активи	16422,0	3,7	36391,3	6,3	23410,9	3,8	24893,1	4,9
Усього	448461,5	100	578726,4	100	623978,9	100	508217,0	100

Складено автором на основі даних Державної служби статистики [1]

За досліджуваний період, структура капітальних інвестицій не зазнавала суттєвих змін. Найбільше вкладень здійснювалось в машини, обладнання, інвентар – понад 31% і в інженерні споруди – вкладення зростали з 17,5% в 2017 році до 25,2% в 2020 році. Також суттєвими є інвестиції в нежитлові будівлі. На ці три види інвестицій на кінець 2020 року припадає 72,5% вкладень. Тобто підприємства є більш активними інвесторами, ніж населення. Стосовно інвестицій в житлові будівлі, при поступовому зростанні суми вкладень протягом 2017-2019 років (на 4643,1млн. грн. або на 8,7%), питома вага в загальній сумі інвестицій зменшувалась з 11,9% до 9,3%. В 2020 році у порівнянні з 2019 роком цей вид інвестицій скоротився на 23129,2 млн. грн. або на 39,9%, що може свідчити про перенасичення новобудовами і зменшення зацікавленості населення у цьому виді інвестування.

Як суб'єкти господарювання так і населення здійснюють інвестування. Але зазвичай на підприємствах переважають капітальні вкладення, а фізичні особи здійснюють фінансові інвестиції, в першу чергу розміщуючи кошти на депозитних рахунках. Таким чином, суб'єкти господарювання безпосередньо вкладають кошти у свій розвиток, оновлюють необоротні активи, що призводить до покращення результатів їх діяльності. Населення ж здійснює опосередковане фінансування підприємств через банківську систему. Що також сприяє розвитку економіки. Крім того, починаючи з 2015 року, сфера будівництва, в першу чергу, залежить від капітальних інвестицій, які здійснюються населенням.

Структура капітальних інвестицій за видами економічної діяльності (табл. 2) також залишається досить стабільною. Найбільше вкладень здійснюється в промисловості (35,5% на кінець 2020 року) та сільському господарстві (10%), що пояснюється специфікою побудови економіки України, яка є аграрно-промисловою країною.

Таблиця 2

Капітальні інвестиції за видами економічної діяльності

Показники	2017		2018		2019		2020	
	млн. грн.	%	млн. грн.	%	млн. грн.	%	млн. грн.	%
сільське, лісове та рибне госп-во	64243,3	14,3	66104,1	11,4	59129,4	9,5	50679,7	10,0
промисловість	143299,9	32,0	199895,9	34,5	254196,2	40,7	180537,4	35,5
будівництво	52176,2	11,6	55993,9	9,7	62346,6	10,0	39614,9	7,8
торгівля; ремонт автотранспортних засобів	33664,8	7,5	51817,6	8,9	44173,6	7,1	41684,7	8,2
транспорт, складське госп-во, поштова діяльність	37943,5	8,5	50078,3	8,7	43792,8	7,0	34884,6	6,9
тимчасове розміщування й організація харчування	2133,5	0,5	2675,1	0,5	2832,2	0,4	1951,2	0,4

інформація та телекомунікації	18395,2	4,1	29884,9	5,2	21063,4	3,4	22381,6	4,4
фінансова та страхова діяльність	8055,3	1,8	10652,3	1,8	11246,3	1,8	11979,3	2,4
операції з нерухомим майном	22505,6	5,0	27556,8	4,8	28147,2	4,5	19940,1	3,9
професійна, наукова та технічна діяльність	7965,3	1,8	10798,2	1,9	11912,4	1,9	11823,6	2,3
діяльність у сфері адмін. та допоміжного обслуговування	12747,3	2,8	11837,8	2,0	11741,1	1,9	8623,8	1,7
держ. управління й оборона; обов`язкове соц. страхування	32843,9	7,3	44597,8	7,7	54305,5	8,7	62303,6	12,3
освіта	3492,6	0,8	4459,9	0,8	4788,7	0,8	3740,2	0,7
охорона здоров'я та надання соціальної допомоги	6708,3	1,5	8138,8	1,4	9484,6	1,5	14835,6	2,9
мистецтво, спорт, розваги та відпочинок	1649,2	0,4	3663,2	0,6	4146,2	0,7	2772,8	0,5
надання інших видів послуг	637,6	0,1	571,6	0,1	672,5	0,1	463,8	0,1
Усього	448461,5	100	578726,4	100	623978,9	100	508217,0	100

Складено автором на основі даних Державної служби статистики [1]

В 2020 році обсяги капітальних інвестицій скоротились по всім видам економічної діяльності крім інформації та комунікації (збільшились на 1318,2 млн. грн. або 6,3%), фінансів та страхової діяльності (733 млн. грн. або 6,5%), державного управління та оборони (7997,8 млн. грн. або 14,7%) та охорони здоров'я та надання соціальної допомоги (5351 млн. грн. або 56,4%). Більш ніж на 56% збільшення капітального інвестування сфери охорони здоров'я, викликано пандемією і цілком виправдане і передбачуване.

Події в світі, карантин, обмеження функціонування багатьох сфер економіки, скорочення купівельної спроможності і, як наслідок, інвестиційних можливостей населення, призвели і до скорочення капітальних інвестицій в 2020 році. Особливо це вплинуло на такі галузі як промисловість – скорочення на 73658,8 млн. грн. або 29%, будівництво – на 22731,7 млн. грн. або 36,5%, операції з нерухомим майном – на 8207,1 млн. грн. або 29,2%, тимчасове розміщування й організація харчування – на 881 млн. грн. або 31,1%, діяльність у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування (в цьому розділі відображається і сфера туризму) – на 3117,3 млн. грн. або 26,6%. Особливо постраждали сфери, представлені малими підприємствами, які потрапили під карантинні обмеження. Для них актуальним було вижити і продовжити своє існування, а не розвиватись і, відповідно, здійснювати капітальне інвестування.

Отже, не лише збільшення обсягів інвестицій впливає на розвиток економіки України, але і глобальні світові проблеми, несприятлива макроекономічна ситуація призводять до зниження інвестиційної активності і мають вплив на інвестування тієї чи іншої сфери діяльності.

Перелік використаних джерел:

1. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua

УДК 338.05

Левицький Віталій
доктор історичних наук, доцент
доцент кафедри економіки та фінансів
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна
Vitalii Levytskyi
Doctor of Sciences (History), Docent
Associate Professor of Economics and Finance Department
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

ПІДПРИЄМНИЦТВО ЯК ОДИН З ФАКТОРІВ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ
ENTREPRENEURSHIP AS ONE OF THE FACTORS OF THE DEVELOPMENT OF NATIONAL ECONOMY

Світовий досвід показує, що без вільної ринкової економіки, без самостійного виробника, без підприємницької активності процвітання суспільства неможливо. Формування малих і середніх ринкових структур у всіх без винятку галузях і сферах економіки країни відповідає світогосподарським тенденціям економічних процесів, так як у всіх країнах світу в сфері малого та середнього бізнесу діє значна кількість невеликих підприємств різноманітного профілю. Підприємництво є найважливішим елементом ринкової економіки, в значній мірі сприяє інтенсивному розвитку держави, багато в чому визначає темпи економічного зростання, структуру і якість валового національного продукту.

Існують причини, які вказують на те, що підприємницька діяльність буде зменшуватися внаслідок того, щонаціональна економіка стане більш розвиненою. Адже, громадяни мають різний ступінь здібностей щодо управління та організаторських умінь, тобто якщо економіка держави багатіє, середній розмір підприємствзмушений збільшитися. Адже середній розмір фірми є зростаючою функцією багатства національної економіки, якщо праця і капітал є взаємозамінними. Тому збільшення статутного капіталу підвищує віддачу від роботи і знижує віддачу від управління. Тобто не провідні менеджери усвідомлюють, що можуть заробити більше грошей, якщо працюватимуть на велику корпорацію. При такій моделі економічного розвитку збільшення акціонерного капіталу (через приватне підприємство, прямі іноземні інвестиції або за рахунок державної власності) збільшить повернення для ведення діяльності, пов’язаної з підприємництвом. При цьому зв'язок між підприємницькою діяльністю та економічним розвитком буде негативним. Тобто, як тільки економіка стає більш розвиненою, буде зменшуватися кількість людей, які реалізують підприємницьку діяльність [1].

Для гармонійного розвитку підприємництва, як самостійної підсистеми ринкової економіки, необхідно враховувати всі його особливості зокрема діалектичний характер розвитку підприємницької діяльності. В даному контексті мається на увазі автономність підприємництва, з одного боку, і його залежність від всієї економічної системи - з іншого. Автономність підприємництва, як самостійної підсистеми в ринковій економіці проявляється через його основні функції (отримання вигоди та інноваційна діяльність) і визначає те загальне, що характерно для підприємництва в будь-який соціально-економічної обстановці. А залежність підприємництва від всієї економічної системи виражається через його взаємодію з цією системою за допомогою конкуренції та механізму регулювання економіки. У цьому діалектичному розвитку підприємництва, як самостійної підсистеми ринкової економіки полягає джерело його розвитку і життєдіяльності, а також база для державного регулювання підприємницької діяльності.

При цьому підприємницька діяльність повинна розвиватися у всіх напрямках. У зв'язку з цим, держава повинна враховувати і автономність підприємництва, і в той же час регулювати його діяльність. Крім того, можна виділити ряд напрямків, які можуть реально забезпечити розвиток підприємництва, зробивши його дієвим фактором господарського життя.

1. Великі індустріальні підприємства могли б виступати як організатори малого промислового підприємництва шляхом надання останньому замовлень, виробничих потужностей, устаткування, технологій, кадрів.

2. Посилення інвестиційної активності. Нині інвестиції здійснюються за кількома напрямками: державне фінансування в рамках цільових федеральних програм, фінансування з регіональних і місцевих бюджетів, кредитування закордонними організаціями, венчурне фінансування, амортизаційні відрахування. Незважаючи на наявність такої великої кількості каналів фінансування, інвестиційний клімат для підприємництва не можна назвати сприятливим. Причин цього багато, уявімо деякі з них: кожен з каналів діє самостійно, і вони в сукупності становлять єдину, скоординовану систему; є великі складності, як при формуванні джерел капіталовкладень, так і при практичній реалізації останніх.

3. Складовою частиною політики протекціонізму є податкова система. Податки відображають суть відносини держави і підприємця.

Для перспектив національного підприємництва необхідно створювати сприятливі умови щодорозвитку підприємницької інфраструктури та покращення бізнес-клімату. Проте можна констатувати, що в Україні немає потрібного обсягу послуг з бізнес-підтримки. Інфраструктура з підтримки бізнесу не отримує достатніх обсягів фінансування, не розвинені відповідне устаткування, методології та знання для надання послуг підтримки відповідного рівня. Найбільше потерпають від такого становища компанії-початківці та малі й середні підприємства, оскільки вони переважно не здатні самостійно приєднатися до міжнародних мереж. Здебільшого це залежить від відсутності знань про те, як створювати комерційно привабливу продукцію та послуги, яких потребують сучасні ринки збуту. Структури з підтримки підприємництва в Україні також набагато менш інтегровані, ніж відповідні західні структури, і це стосується як двосторонніх, так і багатосторонніх зв'язків. Крім того, українські інфраструктури з підтримки бізнесу є недостатньо залученими до міжнародних мереж через нестачу відповідної інформації [2, с. 74].

Нових можливостей підприємництво може досягти у короткотривалій і довготривалій перспективах у разі впровадження на державному рівні таких заходів:

- тимчасове звільнення від податків для малого та середнього бізнесу,
- надання доступних кредитів для стимулювання експорту;
- ліквідація регуляторних бар'єрів та регулювання тарифів на користь національних виробників;
- формування інфраструктури, забезпечення державних замовлень і прозоре проведення тендерів;
- розширення структури пропозицій на внутрішньому ринку товарів та послуг;
- створення ефективного конкурентного середо) вища;
- стимулювання інноваційного розвитку;
- відродження підприємницької ініціативи населення;
- створення додаткових робочих місць та підвищення гнучкості зайнятості;
- зміцнення економіки у регіонах;
- оптимізація державного регулювання підприємницького сектора за допомогою заходів дерегуляції, спрямованих на досягнення європейських стандартів;
- підвищення соціальної відповідальності;
- активізація участі громадськості в прийнятті управлінських рішень стосовно покращення бізнес-середовища.
- розвиток державно-приватного партнерства в Україні [3, с. 105].

Незважаючи на низку проблем, що ускладнюють діяльність підприємств, для їх усунення урядом виконані вагомі дії, зокрема: упорядковано процедури проведення перевірок суб'єктів підприємництва органами, що здійснюють контроль, та зменшення їх кількості; зроблено перші кроки щодо захисту вітчизняних підприємств від протиправних захоплень (рейдерства); спрощено механізми одержання дозвільних документів; проведено значну роботу з підготовки законодавчих актів у сфері дерегуляції підприємницької діяльності; запроваджено єдиний спрощений порядок державної реєстрації юридичних осіб і фізичних осіб-підприємців та надання інших адміністративних послуг. Реєстрація підприємницької діяльності сьогодні відбувається упродовж 1–3 днів. За цим показником, згідно з даними експертів Світового банку, Україна входить у десятку кращих країн Європи; створено Єдиний державний реєстр юридичних і фізичних осіб-підприємців, відомості якого відкриті й загальнодоступні, запроваджено електронну реєстрацію суб'єктів підприємництва; затверджено та реалізовано численні регіональні й місцеві програми розвитку малого й середнього підприємництва [4, с. 110].

Таким чином, підприємництво – є однією з найважливіших складових сучасної економіки. За своєю економічною природою воно нерозривно пов'язане з ринковим господарством і є його продуктом. В Україні сьогодні є багато проблем, що перешкоджають розвитку національного підприємництва, вирішення яких забезпечить підвищення ефективності підприємницької діяльності, розширення підприємницького сектора, зменшення тіньового. Провідну роль у подоланні таких проблем повинна взяти держава. Сьогодні немає чітких прогнозних розрахунків щодо можливих позитивних і негативних наслідків для економіки, але перспективи є очевидними, особливо, якщо врахувати, що процес асоціації з ЄС набрав чинності і суттєві зміни та реформи у сфері підприємництва є невідворотними. Важливо, що в умовах ринкової трансформації економіки України розвиток підприємництва є основою економічного і соціального розвитку, вирішення соціальних проблем, подолання бідності та забезпечення високого рівня життя громадян.

Рівень підприємницької діяльності в Україні залишається недостатнім, навіть з урахування численних дій у сфері покращення підприємницької діяльності, і вимагає подальшого покращення. Врахування та вирішення зазначених проблем у сферірозвиткупідприємництвазабезпечитьпідвищенняефективностівітчизняногопідприємництва, розширення підприємницького сектора, зменшення тіньового сектора та створення сприятливих умов для розвитку підприємництва

Перелік використаних джерел:

1. Романовський О. О. Вплив підприємництва, підприємницької освіти та підприємницьких університетів на національне економічне зростання. *Ефективна економіка.* 2013. № 1. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1707.

2. Щегель С. М. Інноваційні підходи до розвитку підприємницької інфраструктури та покращення бізнес-клімату. *Підприємництво як рушійна сила суспільного прогресу*: матеріали круглого столу (Київ, 1 грудня 2016 р.). Київ, 2016. С. 72–74.

3. Кашуба О. М. Підприємництво в Україні: проблеми і перспективи розвитку. *Економіка та держава.* 2015. № 6. С. 103–106.

4. Скорук О. В. Стан та проблеми розвитку підприємництва в Україні. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління.* 2016. Випуск 2 (02). С. 107–110.

УДК 001.895

Мариненко Наталія
доктор економічних наук, професор
професор кафедри економіки та фінансів
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна
Шевчук Роман
аспірант кафедри економіки та фінансів
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна
Nataliia Marynenko
Doctor of Sciences (Economics), Professor
Professor of the Economics and Finance Department
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine
Roman Shevchuk
Post-graduate student
Economics and Finance Department
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

КРЕАТИВНА ЕКОНОМІКА: ІДЕНТИФІКАЦІЯ ПОНЯТТЯ ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ
CREATIVE ECONOMY: IDENTIFICATION OF THE CONCEPT AND DEVELOPMENT TRENDS

Креативна економіка є одним із найважливіших секторів інноваційного розвитку. У її межах формуються нові бізнес-моделі, нові типи соціальних стосунків, нові культурні парадигми [1]. Дані аналітичних звітів свідчать про те, що відбувається не лише значне зростання креативної економіки, а й вагомий внесок даного сектора у досягнення цілей сталого розвитку [2]; у вітчизняному контексті встановлено, що Україна має значний потенціал (проте досі знаходиться на стадії формування та становлення) до консолідації та перетворення креативних індустрій у високоефективний сектор економіки, який створює робочі місця та отримує валютну виручку [3].

Щорічні темпи зростання частки креативного сектору у структурі світової економіки, його значний вплив на ВВП країн і розвиток суміжних галузей промисловості, зайнятість 25% всього населення земної кулі у даній сфері тощо, зумовлюють актуальність даного дослідження.

Вперше термін «креативні індустрії» був використаний урядом Австралії у1994 році у звіті Creative Nation [4], а перше визначення запропоновано Департаментом культури, медіа та спорту Великобританії у 1998 році [5] як галузей, що засновані на індивідуальній творчості, майстерності та таланті, з потенціалом створення доданої вартості і робочих місць шляхом створення, виробництва й експлуатації продуктів інтелектуальної власності.

Згідно ЮНКТАД (Конференція ООН з торгівлі та розвитку, UNCTAD) [6], креативна економіка – це концепція, що розвивається і ґрунтується на взаємодії між людською творчістю, ідеями та інтелектуальною власністю, знаннями й технологіями.

У Законі України «Про культуру» подано наступне визначення [7]: “Креативні індустрії – види економічної діяльності, метою яких є створення доданої вартості і робочих місць через культурне (мистецьке) та/або креативне вираження”.

Згідно класифікації ЮНКТАД [8; 9; 10], креативні товари умовно поділяють на 7 груп (художні промисли, дизайн, аудіовізуальне мистецтво, візуальне мистецтво, нові медіа,

сценічне мистецтво, видавництво), які утворюють 25 підгруп, а послуги – на 8 груп (реклама, вивчення ринку та проведення масових опитувань; науково-дослідна діяльність; архітектурні, інженерні та інші технічні послуги; аудіовізуальні і суміжні послуги; комп'ютерні послуги, інформаційні послуги; франшизи і подібні права роялті та інші ліцензійні платежі). Базові види економічної діяльності (34 види), які належать до креативних індустрій, визначені розпорядженням Кабінету Міністрів України від 24.04.2019 № 265-р «Про затвердження видів економічної діяльності, які належать до креативних індустрій» [11].

Торгівлю креативними товарами вимірюють за допомогою Гармонізованої системи опису і кодування товарів (Harmonized Commodity Description and Coding Systems, HS), згідно якої виділяють такі підкатегорії: художні ремесла, аудіовізуальні матеріали, дизайн, цифрове виробництво, нові медіа, сценічні види мистецтва, видавнича справа, образотворче мистецтво [12], а креативними послугами – за допомогою їх класифікації у Посібнику з платіжного балансу та міжнародної інвестиційної позиції Міжнародного Валютного Фонду (IMF Balance of Payments Manual, BM6) [13].

Станом на 2019 рік у галузях креативної економіки працевлаштовано 3,8% зайнятого населення України. Найбільш поширеними сферами розвитку креативного сектору економіки в Україні є сфера IT-послуг (54% усієї валової доданої вартості креативних індустрій України), рекламні агентства (12%), консультування з питань інформатизації (10%), діяльність у сфері телевізійного мовлення (9%), а також виробництво кіно та відеофільмів, телевізійних програм (4%) і посередництво в розміщенні реклами у засобах масової інформації (4%). Спостерігаємо стійке переважання імпорту над експортом у торгівлі товарами креативного сектора економіки та протилежну ситуацію у торгівлі креативними послугами. Варто відзначити, що в структурі торгівлі креативні товари становлять лише 1% експорту та 1,5% імпорту. Інша ситуація склалася у сфері креативних послуг – їх частка становила 30% загального експорту послуг та 6,1% імпорту у 2019 році [14].

Вплив креативних індустрій на економіку країни розглядають крізь призму чотирьох рівнів [15; 16; 17]: 1) прямого (наприклад, їх безпосередній кількісний внесок у загальне виробництво, додану вартість, доходи та зайнятість); 2) непрямого та 3) індукованого (через їхній позитивний мультиплікативний ефект на загальну економіку й інші сектори (виробництво, доходи, зайнятість, податкові надходження уряду тощо); 4) зовнішніх ефектів.

Результати моделювання, здійснені у праці [15], дають змогу стверджувати, що зростання доданої вартості, створеної креативними індустріями на 1 гривню, спричиняє додаткове зростання загальної валової доданої вартості на 1,20 грн. Ситуація може відрізнятися, якщо кошти витрачаються не на споживання, а на капіталовкладення – збільшення капіталу в галузі програмування на 1 гривню призводить до збільшення загального ВВП на 3,2 грн., тоді як для інших галузей, таке зростання є близьким до 2.

Для реалізації потенціалу вітчизняного креативного сектора економіки необхідним є державне стимулювання, мінімізація перешкод, що сповільнюють його ріст (зокрема, виїзд молоді за кордон) та створення сприятливого мікроклімату для малого бізнесу у цілому.

Перелік використаних джерел:

1. Давимука С. А., Федулова Л. І. Креативний сектор економіки: досвід та напрями розбудови : монографія. ДУ "Інститут регіональних досліджень імені М. І. Долішнього НАН України". Львів, 2017. 528 с.

2. UNCTAD. Creative economy outlook. Trends in international trade in creative industries, 2019. URL: https://unctad.org/system/files/official-document/ditcted2018d3_en.pdf

3. Експортна стратегія для сектору креативних індустрій. URL: file:///C:/Users/Наталі%20ПК/Downloads/CREATIVE%20INDUSTRIES_UKR_06_12_2019_1%20(1).pdf

4. Creative Nation: Commonwealth Cultural Policy. URL: https://webarchive.nla.gov.au/awa/20031203235148/http://www.nla.gov.au/creative.nation/contents.html.

5. Creative Industries Mapping Documents 1998. URL: https://www.gov.uk/government/publications/creative-industries-mapping-documents-1998.

6. UNCTAD. Creative Economy Programme. URL: https://unctad.org/topic/trade-analysis/creative-economy-programme.
7. Про культуру: Закон України від 14.12.2010 № 2778-VI (Редакція станом на 02.10.2021). URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2778-17#Text.
8. Creative Industries and Development (document TD(XI)/BP/13, 4 June 2004. URL: https://unctad.org/system/files/official-document/tdxibpd13_en.pdf.
9. UNCTAD. Creative economy report 2008. The challenge of assessing the creative economy: towards informed policy-making. URL: https://unctad.org/system/files/official-document/ditc20082cer_en.pdf.
10. UNCTADStat. Creative economy product groups. URL: https://unctadstat.unctad.org/EN/Classifications/DimCreativeProducts_Creatives_Hierarchy.pdf
11. Розпорядження Кабінету Міністрів України від 24 квітня 2019 р. № 265-р "Про затвердження видів економічної діяльності, які належать до креативних індустрій". URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/265-2019-%D1%80#Text.
12. United Nations International Trade Statistics. Harmonized Commodity Description and Coding Systems (HS). URL: https://unstats.un.org/unsd/tradekb/Knowledgebase/50018/Harmonized-Commodity-Description-and-Coding-Systems-HS
13. International Monetary Fund. Balance of Payments and International Investment Position Manual, Sixth Edition (BPM6). URL: https://www.imf.org/external/pubs/ft/bop/2007/pdf/bpm6.pdf
14. Державна служба статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua
15. Креативні індустрії: вплив на розвиток економіки України. Зведений звіт / [Ольга Ніколаєва, Андрій Онопрієнко, Світлана Таран, Юрій Шоломицький, Павло Яворський]. URL: https://kse.ua/wp-content/uploads/2021/04/KSE-Trade-Kreativni-industriyi.pdf
16. Measuring the economic contribution of cultural industries. A review and assessment of current methodological approaches. URL: http://www.lacult.unesco.org/docc/2012_Measuring_economic_contribution_cult_ndustries_UNESCO.pdf
17. The Spillover Effect. New evidence for the broader impacts of the arts, culture and creative industries. URL: http://bop.co.uk/articles/the-spillover-effect

УДК 330

Парфенюк Христина
студентка групи ППм-51
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна
Науковий керівник: Артеменко Людмила
кандидат економічних наук,
доцент кафедри економіки та фінансів
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна
Khrystyna Parfenyuk
student of group PPm-51
Tenopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine
Scientific supervisor: Lyudmila Artemenko
PhD (Economics), Docent
Associate Professor Department of Economics and Finance
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

РОЛЬ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА У СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОМУ РОЗВИТКУ КРАЇНИ
THE ROLE OF SMALL ENTREPRENEURSHIP IN THE SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT OF THE COUNTRY

Суть малого бізнесу полягає в тому, щоб бути одним з провідних секторів ринкової економіки; лягти в основу дрібного виробництва; визначити темпи економічного розвитку, структури та якісних характеристик ВВП; здійснити структурну перебудову економіки.

Для нашої країни, яка на цьому етапі знаходиться у фазі активного розвитку ринкових відносин, створення та розвиток сектора малого бізнесу має стати основою соціальної реструктуризації.

Держава та громадські організації виявляють незадоволену сторону у формуванні базових умов для розвитку малого бізнесу. Вирішення проблеми розвитку малого бізнесу обу мовлено їх значенням у соціальному та економічному житті нашої держави. Сьогодні дуже важко зрозуміти, як адаптуються сучасні підприємці, які чинники мають значний вплив на розвиток малого бізнесу в Україні та як це впливає на роботу

Різні аспекти, пов'язані з теорією та практикою функціонування інституту малого підприємництва,а також проблемами його державного регулювання представленні у працях таких провідних вчених, як: З.С. Варналій [1], Л.І. Воротіна [2], Т.А. Говорушко [3], О.В. Кужель [4], Р.Р. Ларіна [5], С.К. Реверчук та ін.

Вони також залишаються недослідженими, а тому мають приділяти пильну увагу визначенню ролі малого бізнесу у вирішенні таких основних соціально-економічних проблем, які забезпечують високий рівень економічної гнучкості, створюють «здорове» середовище.

Змінні соціально-економічні відносини в Україні пов'язані з розвитком ринкової економіки, що призводить до появи нових суб'єктів господарювання, включаючи таку важливу складову ринкової економіки, як мале підприємство. Незважаючи на складні економічні умови та нестабільність політичного та правового середовища, українське суспільство усвідомлює необхідність розвитку малого бізнесу. Якщо не буде створено економічних, політичних, соціальних, правових та інших принципів вільного підприємництва в Україна вона не зможе приєднатися до світовогоо економічного простору як рівноправного суб'єкта світової економіки. Це потребує вивчення фундаментальних теоретичних, методологічних аспектів становлення інституту цивілізованого підприємництва, при цьому потрібно буде взяти до уваги якісні та кількістні параметри його розвитку.

Загальні організаційні та економічні причини інтенсивного становлення та розвитку малого бізнесу в Україні включають:

1. Значні організаційні та технологічні зміни, які призвели до нових відносин між великим і дрібним виробництвом, включаючи диверсифікацію та модернізацію великого виробництва, реструктуризацію, приватизацію, зміни структури зайнятості.

2. Динаміка ринкового середовища, розвиток світових ринків, інформаційні системи призводять до нової схеми поділу. Переваги невеликих організаційних характеристик дозволяють швидше використовувати вільні робочі місця на ринку, які не використовуються великими корпораціями.

3. Посилення конкуренції між суб'єктами господарювання, що дозволило малому бізнесу повністю підтвердити свої переваги [6, с.97].

Досліджуючи економічну сутність малого бізнесу з точки зору трансформації, ми можемо пристосуватися до того, що скрізь існує ототожнення підприємництва з малим бізнесом, широке використання вітчизняного «бізнесу».

В Україні в законодавство визначає термін "мале підприємництво" як самостійну, ініціативну, на власний ризик господарську діяльність, що виконується суб'єк тами господарювання (підприємцями) з метою досягнення економічних та соціальних резуль татів, а також одержання прибутку .

Малі підприємства мають можливість працювати прибутково не зважаючи на значні обмеження на певних ринках.

Таким чином, сектор малого бізнесу є важливою частиною соціально-економічної системи країни, тому що саме він забезпечує відносну стабільність ринкових відносин, завдяки своїй гнучкості показує швидку реакцію. Малий бізнес вагомо впливає на збільшення кількості робочих місць та вирішенні проблем.

Перелік використаних джерел:

1. Варналій З.С. Мале підприємництво: основи теорії і практики / З.С. Варналій. – К.: Знання, 2001. – 277 с.
2. Воротін В.Є. Малий бізнес та підприємництво в ринкових умовах господарювання: навч. посіб. / В.Є. Воротін, Л.І. Воротіна, Л.А. Мартинюк, Т.В. Черняк; За ред. проф. Л.І. Воротіної. – 2-ге вид. – К.: Вид-во Європ. ун-ту. – 2002. – 307 с.
3. Говорушко Т.А. Малий бізнес: навчальний посібник / Т.А. Говорушко, О.І. Тимченко. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 194 с.
4. Кужель О.В. Мале підприємництво в Україні. Збірник нормативно-правових актів / О.В. Кужель, А.К. Кінах, В.В. Костицький. – К.: Інститут законодавчих передбачень і правової експертизи, 1999. – 190 с.
5. Ларіна Р.Р. Малий бізнес в Україні: роль та особливості розвитку в національній економіці: монографія / Р.Р. Ларіна, О.В. Азаров. – Донецьк: Вебер, 2007. – 300 с.
6. Рибак О.В. Розвиток малого підприємництва в регіоні: теоретичні засади, проблеми та перспективи / О.В. Рибак // Економічний вісник Донбасу. – 2010. – № 2. – С. 96-100.

УДК 338.001.36

Сірий Сергій
курсант
Військовий інститут Київського національного університету ім. Тараса Шевченка
м. Київ, Україна
Сизов Алім
кандидат економічних наук
начальник кафедри фінансового забезпечення військ
Військовий інститут Київського національного університету ім. Тараса Шевченка
м. Київ, Україна
Siryi Serhiy
cadet
Military Institute of Kyiv National University after Taras Shevchenko
Kyiv, Ukraine
Alim Syzov
PhD (Economics)
Head of the Department of Financial Support of Troops
Military Institute of Kyiv National University after Taras Shevchenko
Kyiv, Ukraine

РОЛЬ І ПОТЕНЦІАЛ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ, ЩО ЗАБЕЗПЕЧУЮТЬ ОБОРОНОЗДАТНІСТЬ УКРАЇНИ В РОЗВИТКУ ЕКОНОМІЧНО СТІЙКОЇ ДЕРЖАВИ

THE ROLE AND POTENTIAL OF DOMESTIC ENTERPRISES THAT PROVIDE UKRAINE'S DEFENSE CAPASITY IN THE DEVELOPMENT OF AN ECONOMICALLY SUSTAINABLE STATE

У 2014 році на території України відбулося багато негативних і непередбачуваних подій, які підтвердили той факт, що обороноздатність держави є запорукою її успішного розвитку у багатьох політичних, соціальних та економічних аспектах. Анексія Кримського півострова та вторгнення російських військ на схід України стали початком зміцнення обороноздатності країни, з моменту якого відбулося їх стрімке піднесення.

Варто зазначити, що успішне функціонування підприємства є основою економічно стійкого розвитку будь-якої держави. Для того, щоб продемонструвати вищезазначене твердження, перейдемо до аналізу діяльності військових частин, які, у свою чергу, виступають як неприбуткові бюджетні установи, які отримують асигнування з державного

бюджету та здійснюють свою діяльність із захисту України, відповідно до покладених на неї завдань.

У сучасних умовах проведення Операції Об'єднаних Сил для забезпечення миру та безпеки на території України підрозділи Міністерства оборони України (далі – МОУ) та інших силових структур виконують завдання, які пов'язанні з захистом суверенітету та територіальної цілісності нашої держави. Для успішного виконання покладених на них функцій та бойових завдань у всіх підрозділах має здійснюватися всебічне забезпечення на належному рівні, щоб вони могли стримувати агресора на кордоні, забезпечуючи, таким чином, обороноздатність України та розвиток вітчизняних підприємств.

Згідно з Бюджетним кодексом України, асигнування національної оборони здійснюється винятково за рахунок Державного бюджету України в розмірі, який визначається щорічно Законом України «Про Державний бюджет України» [1]. Чинним законодавством також передбачено, що обсяг видатків на асигнування сектору безпеки і оборони має становити не менше 5 відсотків запланованого обсягу внутрішнього валового продукту, з яких не менше 3 відсотків - на фінансування сил оборони [10]. Щоб продемонструвати як здійснювалося асигнування на сектор безпеки і оборони України починаючи з 2014 року скористаємося Таблицею 1, на якій відображено загальні видатки зведеного Державного бюджету України на національну безпеку і оборону.

Таблиця 1

Загальні видатки зведеного Державного бюджету України на національну безпеку і оборону за 2014-2021 роки, їх частка у ВВП та загальних державних витратах

Показник	Одиниця виміру	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Витрати на безпеку та оборону	млрд. грн.	63,8	95,9	121,7	144,4	191,7	218,0	249,1	267,7
Частка витрат у ВВП	%	4,0	4,8	5,1	4,8	5,4	5,5	5,5	5,9
Частка витрат у загальних державних витратах	%	14,8	16,6	17,8	17,2	19,5	20,3	19,3	20,0

Джерело: складено автором на основі джерела [2-9, 11]

Як видно з таблиці 1, з початку проведення Антитерористичної операції витрати на оборону України почали стрімко зростати. Так, за 2014-2021 роки витрати на національну безпеку та оборону зросли з 63,8 до 267,7 мільярдів гривень, тобто збільшились у 4,2 рази в порівнянні з 2014 роком. У свою чергу, це пояснюється тим, що недоторканість і суверенітет України був під загрозою знищення від так званих «зелених чоловічків», а тому зросла необхідність у розвитку українських силових структур.

Слід зауважити, що частка витрат у ВВП на оборону, починаючи з 2018 року, з кожним наступним роком збільшується та перевищує 5 %, що визначені чинним законодавством. Що стосується частки загальних державних витрат на обороноздатність держави то починаючи з 2017 року вона перебуває приблизно на одному рівні і в середньому складає 19 відсотків.

Для того, щоб продемонструвати частку видатків на розвиток МОУ, скористаємося даними рис. 1, 2, на яких відображено рівень видатків на МОУ у порівнянні з іншими витратами на національну безпеку і оборону України за 2014- 2021 роки.

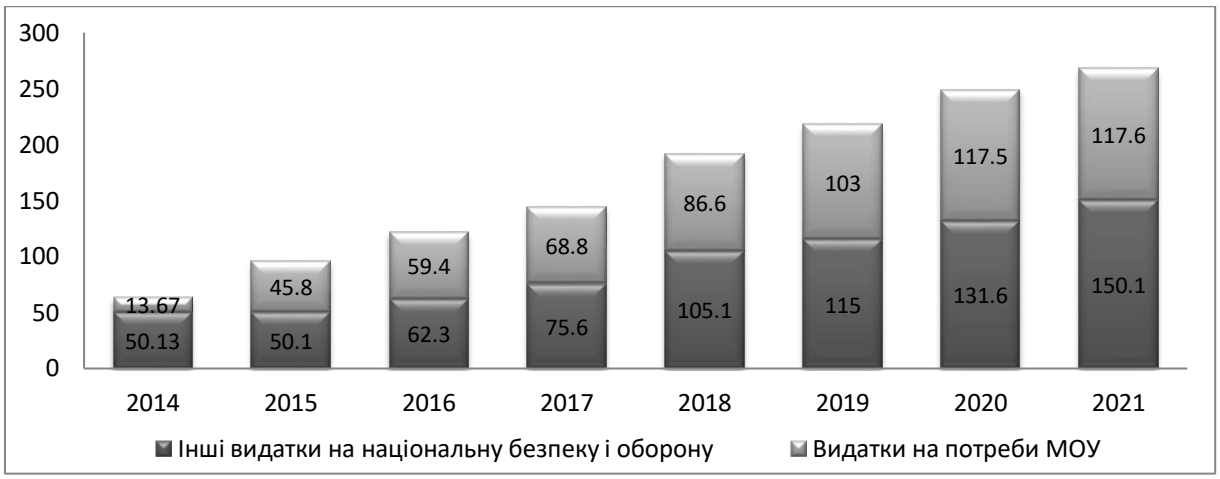


Рисунок 1. Загальні видатки Державного бюджету України на національну оборону та безпеку, в тому числі видатки на потребу МОУ за період 2014- 2021 років.

Джерело: складено автором на основі [2-9,11]

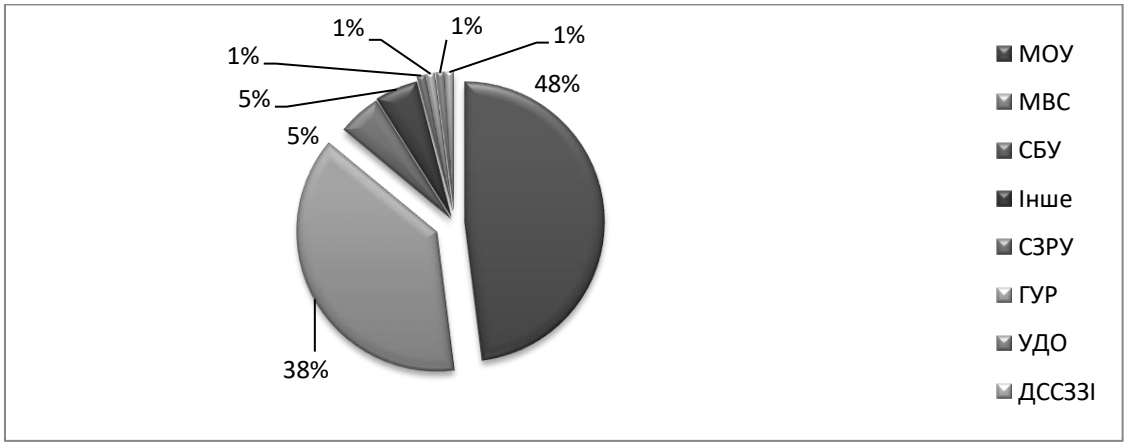


Рисунок 2. Частка видатків Державного бюджету України на структурні підрозділи силових структур у 2021 році.

Джерело: складено автором на основі [2,11]

Як видно з рисунків 1, 2, асигнування на МОУ значно переважає інші видатки на силові структури України. Перш за все, це пояснюється їх чисельністю, що значно переважає інші силові структури. Проте, не варто забувати, що всі структурні підрозділи силових структур, які відображено на Рисунку 3 виконують важливі завдання як на кордоні України, так і в самій країні безпосередньо створюючи мирні та безпечні умови для розвитку соціально – економічної стійкості держави.

Основою для виділення коштів на обороноздатність держави є Державний бюджет України, який затверджується в останньому місяці у кінці кожного бюджетного року. Для того, щоб збільшити наповнення Державного бюджету, доцільним було б запровадження наступних заходів:

1) Створити інститути спільного інвестування (ІСІ), в які громадяни на добровільній основі будуть вкладати власні кошти, які в майбутньому перетворяться в капітал. Кошти будуть вкладатися в програми, які будуть частково захищені державою;

2) Підвищити ставки ввізного мита на товари, які створюють конкуренцію на внутрішньому ринку, з метою стимулювання роботи національних виробників;

3) Запровадити часткову приватизацію, таким чином на підприємствах контрольний пакет акцій буде належати не державі, а приватній особі, яка в свою чергу буде зацікавлена розвитком підприємства та збільшенням його доходів. Відповідно до збільшення доходів підприємства будуть збільшуватися податки;

4) Зменшити рівень тіньової економіки, оскільки «тіньові підприємства» не вносять податки. Для цього необхідно зробити реформи у судовій та виконавчій гілці влади, що має призвести до зменшення рівня тіньової економіки.

5) Створити умови, що наближені до соціальної рівності, яка не буде гальмувати розвиток приватного сектору. При створенні нових робочих місць підприємства будуть сплачувати менший розмір ПДФО, оскільки будуть прийматися на роботу нові працівники, з яких будуть стягуватися податки;

6) Підвищити рівень експорту шляхом виготовлення найбільш конкурентоспроможної продукції на світовому ринку.

Отже, асигнування на обороноздатність країни має вагоме значення для кожного українця. Розмір їх асигнувань залежить від суми коштів, які затверджені в кошторисі Державного бюджету України на відповідний рік, тому, на нашу думку, необхідно його збільшувати. У даній роботі були зазначені деякі шляхи збільшення Державного бюджету України. Всі заходи, що проводяться структурними підрозділами МОУ щодо досягнення високої бойової готовності, оснащення військ сучасними озброєнням, бойовою технікою та військовим майном, створення навчально-матеріальної бази бойової підготовки і забезпечення особового складу необхідними видами постачання, є результатом діяльності підприємств, завдяки яким досягається економічно стійкий рівень розвитку держави.

Також на основі головних функцій і завдань було продемонстровано, що вітчизняні підприємства відіграють важливу роль у соціально-економічному розвитку держави, оскільки результати їх діяльності певним чином стримують агресора на східному кордоні нашої країни та створюють всі сприятливі умови для покращення як політичної, так і економічної ситуації в державі.

Перелік використаних джерел

1. Бюджетний кодекс України. // Відомості Верховної Ради, № 50-51, (зі змінами). URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2456-17
2. Закон України «Про Державний бюджет України на 2021 рік». URL: https://zakon.rada.gov.ua
3. Закон України «Про Державний бюджет України на 2020 рік». URL: https://zakon.rada.gov.ua
4. Закон України «Про Державний бюджет України на 2019 рік». URL: https://zakon.rada.gov.ua
5. Закон України «Про Державний бюджет України на 2018 рік». URL: https://zakon.rada.gov.ua
6. Закон України «Про Державний бюджет України на 2017 рік». URL: https://zakon.rada.gov.ua
7. Закон України «Про Державний бюджет України на 2016 рік». URL: https://zakon.rada.gov.ua
8. Закон України «Про Державний бюджет України на 2015 рік». URL: https://zakon.rada.gov.ua
9. Закон України «Про Державний бюджет України на 2014 рік». URL: https://zakon.rada.gov.ua
10. Закон України від 21.06.2018 «Про національну безпеку і оборону України». URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2469-19
11.Звітність. Державна казначейська служба України. URL: https://www.treasury.gov.ua/ua

УДК 334:332.872.4

Смерека Світлана
кандидат економічних наук
доцент кафедри підприємництва і торгівлі
Західноукраїнський національний університет
м. Тернопіль, Україна
Svitlana Smereka
PhD (Economics)
Assoc. Prof. of the Department of Entrepreneurship and Trade
West Ukrainian National University
Ternopil, Ukraine

СУТНІСТЬ ТА ЗНАЧЕННЯ ПРОЄКТНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ НА ПІДПРИЄМСТВІ
THE ESSENCE AND SIGNIFICANCE OF PROJECT MANAGEMENT AT THE ENTERPRISE

На сьогоднішній день особливості впровадження проєктного менеджменту на підприємствах є надзвичайно важливими та актуальним питанням, хоча в Україні управління проектами – це досить молода галузь знань. Пошук вітчизняними підприємствами нових інструментів для забезпечення їх сталого розвитку здійснюється під впливом як глобальних, так і внутрішніх чинників протягом багатьох років. Напрямом такого розвитку може бути впровадження інновацій та сучасних методологій управління в діяльність підприємств.

Американський Інститут управління проектами вже в наш час так визначає «проектний менеджмент», як – це мистецтво керівництва й координації людських і матеріальних ресурсів протягом життєвого циклу проекту шляхом застосування сучасних методів і техніки управління для досягнення певних у проекті результатів по складу й обсягу робіт, вартості, часу, якості й задоволенню учасників проекту».

Визначення сутності проектного менеджменту запропонований І.І. Мазуром і В.Д. Шапиро звучить як – методологія організації, планування, керівництва, координації трудових, фінансових і матеріально-технічних ресурсів протягом проектного циклу, спрямована на ефективне досягнення його цілей шляхом застосування сучасних методів, техніки й технології управління для досягнення певних у проекті результатів по складу й обсягу робіт, вартості, часу, якості й задоволенню учасників проекту [2]. До основних функцій проектного менеджменту фахівці: 1. базові функції: Предметне коло; якість; час; вартість; 2. інтегровані функції: надійність і ризик; трудові (людські) ресурси; контракти (матеріально-технічне - закупівлі, поставки); комунікації й інформація. Такий підхід до визначення функцій проектного менеджменту є корисний для керівника проєкту тим, що дає можливість здійснити структуру поля його управлінської діяльності й дозволяє визначити для виконання кожної з функцій найбільш ефективний інструментарій.

Широке застосування проектного підходу до розвитку підприємств зумовили ефективність проектних інструментів та їх універсальність. У сучасних умовах господарювання інструменти проектного менеджменту дають змогу адаптуватися підприємству до умов бізнес-середовища, знизити рівень невизначеності та забезпечити стійкий розвиток підприємства.

Так, проєктний менеджмент – це окремий напрямок у менеджменті, зі своїми теоріями, показниками, категоріями, критеріями успіху. Відповідно доречно розглядати такі категорії проектних менеджерів: сертифіковані проектні менеджери та менеджери з відповідною профільною освітою (зазвичай випускники ВНЗ зі спеціальності «Управління проектами»), сертифіковані проектні менеджери які повинні володіти навиками, зокрема: комунікативні вміння (письмова та усна комунікація є основою успішних проектів. Керівник

проекту повинен зробити так, щоб інформація була точною, зрозумілою, повною, щоб всі учасники проекту не мали труднощів із зрозумінням того, про що йдеться); організаційні вміння (керівник проекту має інформацію об умовах проекту, документації, контрактах, персоналі і багатьом іншим. За цією інформацією необхідно слідкувати і швидко орієнтуватись в ній. З організаційними вміннями тісно пов'язане вміння управляти своїм часом); вміння планувати бюджет (керівник проекту повинен розбиратися у фінансах і основах бухгалтерського обліку); вміння приймати рішення; вміння вести переговори і здійснювати влив; лідерські якості; вміння формувати команду і керувати людськими ресурсами. Велике значення у світі має сертифікація проектних менеджерів як підтвердження досвіду та компетенцій, а також підвищення конкурентоспроможності на ринку праці.

Останнім часом ця тенденція поширюється і на Україну, переважно це стосується іноземних компаній, що працюють на ринку. Так, сертифікацією вітчизняних фахівців займається Українська асоціація управління проектами «УКРНЕТ» UPMA (Ukrainian Project Management Association), яка з 1993 р. є членом Міжнародної організації управління проектами IPMA (International Project Management Association) – світового лідера у сфері управління проектами.

Українська асоціація управління проектами «УКРНЕТ» UPMA (Ukrainian Project Management Association) орієнтована на просування проектного, програмного та портфельного управління з використанням компетентнісних моделей розвитку зацікавлених сторін з можливістю їх міжнародної сертифікації. Міжнародна валідація таких систем сертифікації забезпечує визнання проведеної сертифікації та виданих сертифікатів у всіх країнах світу для менеджерів проектів і програм, команд менеджерів, офісів з управління проектами, консультантів, тренерів і викладачів ЗВО, організацій [1].

Отже, проєктний менеджмент на підприємстві повинен передбачати використання відповідних знань, навиків та застосування сукупності інструментів, врахувавши усі особливості діяльності підприємства, його ризики та перспективи розвитку. Так, при реалізації проєктного менеджменту на підприємстві доцільно звернути увагу на основні етапи управління проєктом Джозеф Хігні, зокрема: визначення проблеми, розробка варіантів рішення, планування проєкту, виконання плану, моніторинг та контроль проєкту, завершення проєкту. Необхідно акцентувати увагу на основних етапах управління проєктом на підприємстві. Фактичні етапи управління проєктом є простими, а от їх виконання – ні. При реалізації проєкту на підприємстві необхідно врахувати: людські ресурси, визначення їхніх ролей, обов'язків. звітностей та управління їхньою роботою; управління якістю проєкту, яке містить як гарантію якості (передбачає планування досягнення вимог щодо якості), так і контроль якості (моніторинг результатів, щоб упевнитися. що вони відповідають вимогам); управління комунікаціями проєкту; управління ризиками.

Перелік використаних джерел:

1. Інформація про українську асоціацію управління проектами «УКРНЕТ» URL : http://upma.kiev.ua/
2. Мазур І.І. Управління проектами: навч.пос. / під ред. І..І. Мазура. – 2-е изд. // Мазур І.І., Шапиро В.Д., Ольдерогге Н.Г. – М.: Омега-Л, 2004. – с. 664.
3. Біла книга «Розвиток соціального підприємництва в Україні»: Проектний менеджмент (управління проектами) Together Європейський простір // URL : https://pererislyanska-gromada.gov.ua/proektnij-menedzhment-upravlinnya-proektami-1532185544/
4. Гонорська А.В. Використання проектно-програмного менеджменту у міжнародному бізнесі / А.В. Гонорська // Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. 2012. – №4, С. 28-31.
5. Гонтарева І. В. Управління проектами: підручник / І. В. Гонтарева. Харк. нац. екон. ун-т. – Х. : Вид-во ХНЕУ, 2011. – 444 с.
6. Довгань Л.Є. Управління проектами: навч. посібник / Л.Є. Довгань, Г.А.Мохонько, І.П Малик. – К.: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2017. – 420 с.
7. Джозеф Хігні. Основи управління проєктами / Джозеф Хігні, 2020. – 272 с.

УДК 338.4

Стойко Ігор
кандидат технічних наук, доцент
доцент кафедри управління інноваційною діяльністю і сферою послуг
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна
Igor Stoyko
PhD, Associate Professor
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

ІНДУСТРІЯ ТУРИЗМУ: ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ ВІДНОВЛЕННЯ І ОНОВЛЕННЯ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ ПІСЛЯ ПАНДЕМІЇ КОРОНАВІРУСУ
TOURISM INDUSTRY: PROBLEMS AND PROSPECTS OF RECOVERY AND RENEWAL OF HOTEL BUSINESS AFTER THE CORONAVIRUS PANDEMIC

«Недостатньо робити все, що від тебе залежить.
Потрібно знати, що робити і тоді вже робити все,
що від тебе залежить»
Вільям Едвардс Демінг

Індустрію туризму часто називають найбільшою галуззю у світі, що становить 10% світового ВВП. У 2016 році, до початку пандемії COVID-19, було понад 1,2 мільярда міжнародних туристів: це суттєвий економічний вплив та рух товарів та послуг. За даними Всесвітньої організації ООН з питань туризму ЮНВТО (The United Nations World Tourism Organization – UNWTO) у 2016 році «Загальна вартість експорту від міжнародного туризму становила 1,5 трлн. доларів США». Туризм також вважається експортом і унікальний тим, що споживачі приходять до товару, де його споживають на місці.

Туризм, а також залежна від нього індустрія гостинності сильно постраждали від урядових заходів всіх країн щодо обмеження коронавіруса. Можна стверджувати, що готельний бізнес зазнав більше негативного впливу, ніж будь-яка інша галузь, яка пов’язана з індустрією туризму. Введення локдаунів, заборони польотів, зниження до мінімуму кількості ділових зустрічей, обмеження поїздок та примусове закриття ресторанів та барів об'єдналися, щоб поставити під сумнів подальше існування багатьох готелів. Цілий ряд проблем готельного господарства, які стоять і будуть стояти перед ними, вимагають управлінських рішень не тільки виходу з кризи, але й подальшого розвитку.

Висвітленню стану туристичної індустрії у цілому в умовах коронавірусу COVID-19 і її похідних – готельного чи ресторанного бізнесу присвячують останнім часом багато науковців і практиків. Основою їх публікацій є надання рекомендаційних заходів, які необхідно провести для відновлення економічного, соціального та екологічного впливу туризму на розвиток окремих територій. Деякі публікації направлені на аналіз стану готельного-ресторанного господарства, на проблеми, які необхідно вирішити по відновленню бізнесу, у тому числі і на новому, більш прогресивному і інноваційному рівні.

Туризм – дивовижний сектор економіки з величезним мультиплікативним ефектом. Він здатний дати поштовх розвитку не тільки готельного ринку, ритейлу та сфери послуг, але й економіки України загалом. Приїжджаючи в країну, турист фактично дивиться у дзеркало інвестиційного клімату. Якщо нам вдасться створити умови для торгівлі очікуваннями і надію на можливість заробити і розвивати бізнес в Україні і підкріпити їх реальними діями з боку влади, приплив міжнародних інвестицій справді зросте.

Особливу увагу в системі туристичних послуг слід приділити саме послугам проживання. Найбільш якісно задовольнити цю первинну потребу повинні саме послуги

готельного господарства. Підприємства готельного господарства обслуговують досить різноманітний контингент відвідувачів-туристів як вітчизняних, так й іноземних, як організованих, так й індивідуальних. Для кожної категорії споживачів потрібні особливі методи, прийоми обслуговування.

Нелегко вирішити зайнятися такою важкою роботою, як готельний бізнес, і взяти на себе велику відповідальність у цей складний фінансовий час. Аналіз ринку, правильні і реалістичні цілі допомагають вибрати ту концепцію готелю, яка допоможе прийняти правильні ділові рішення та запобігти невдачі у готельному бізнесі.

Успішність готельних послуг і готельного бізнесу передбачає врахування і проходження ряд етапів, як успішних так і проблемних. Тільки знаючи ці найпоширеніші проблеми у готельному бізнесі, власники можуть їх обминути або пройти з найменшими бюджетними витратами.

У чому основні проблеми готелів та яка можливість їх вирішення?

Топ-20 проблем в галузі готельного сервісу в контексті відновлення і оновлення бізнесу після пандемії коронавірусу:

повне дотримання правил безпеки COVID-19;
висока конкуренція, погані знання про конкуренцію;
неправильні маркетингові зусилля;
управління та витрати бюджету;
труднощі з енергоменеджментом;
погане задоволення споживачів послуг;
відсутність кваліфікованих кухарів та менеджерів;
професійність та відданість кадрів;
лідерство керівника і керівних кадрів;
високі тарифи обслуговування;
проблеми чистоти;
належне транспортне обслуговування; проблеми безпеки;
відсутність розважальних програм;
автоматизація і інтернет-охоплення;
бронювання та ціни;
марнування періодами простою;
непостійна пропозиція;
погана інвентаризація та управління персоналом;
технічне обслуговування та ремонт.

Пандемія стала стрес-тестом, зробивши серйозний вплив як на ринок праці в цілому, так і на управлінські рішення в організаціях кожної галузі. Але є промінь надії. По мірі того, як заходи обмеження свободи як пересування, так і подорожування у всьому світі закінчуються, і речі повертаються до подоби нормальності, готелі будуть готуватися до відкриття. Вони можуть з нетерпінням чекати великих, майбутніх ринків подорожей, і великої кількості гостей, що прагнуть знову почати подорожі.

Але необхідно погодитися, що готельний сектор чекають великі зміни як у короткостроковій перспективі після завершення карантину, так і в забігу на довгу дистанцію – 3-5 років. Причому частина цих трансформацій відбуватиметься цілком природним чином, тобто вони продовжаться, активізуються. Або почнуться процеси переформатування, які дозріли та мають статися.

Перелік використаних джерел:

1. Top 10 Problems & Challenges in the Hotel Management Industry. [Електронний ресурс]. – 2016. – URL: http://www.4dhotelbookingsoftware.com /blog/post/top-10-hotel-problems-challenges.

2. Top 6 Problems Hotel Managers Face. [Електронний ресурс]. – 2017. –
URL: https://www.gourmetmarketing.net/top-6-problems-hotel-managers-face/.

3. Tips for Dealing With the Upcoming Challenges In Hotel Management. [Електронний ресурс]. – 2020. – URL: https://www.euruni.edu/blog/tips-dealing-challenges-hotel-management/.

УДК 658.8

Федотова Яна
кандидат економічних наук, доцент
доцент кафедри фінансового забезпечення військ
Військовий інститут
Київського національного університету імені Тараса Шевченка
м. Київ, Україна
Yana Fedotova
PhD (Economics), Associate Professor
Associate Professor of the Department of Financial Support of Troops
Military Institute
of Taras Shevchenko National University of Kyiv
Kyiv, Ukraine

МОЖЛИВОСТІ ВПЛИВУ ЛОГІСТИЧНИХ СИСТЕМ НА СТРАТЕГІЧНІ ЦІЛІ БІЗНЕСУ
POSSIBILITIES OF THE INFLUENCE OF LOGISTICS SYSTEMS ON THE STRATEGIC GOALS OF BUSINESS

Логістичний підхід до управління комерційною діяльністю дозволяє інтегрувати управління матеріальними та інформаційними потоками, не виділяючи будь-яку з функціональних сфер як більш чи менш важливу, і звести управління ними в одну інтегровану систему. При цьому планування, управління, контроль і здійснення просування матеріальних та інформаційних потоків тісно переплітається з іншими видами діяльності підприємства.

Якість сервісного обслуговування, на яку впливають маркетинг і логістика, визначає і водночас визначається швидкістю доставки, надійністю термінів та спроможністю системи до термінового задоволення попиту. З цього твердження випливає точка зору на місце логістики в господарській діяльності та її зв'язки з маркетингом, яка полягає в тому, що ефективність діяльності логістичної системи при розподілі готової продукції має визначальну важливість при реалізації планів маркетингу, а тому впливає на їх формування, на створення тактики та стратегії продаж.

Організувавши закупівлі й розподіл як єдиний комплекс забезпечення виробництва на основі концепцій і методів логістики, українські підприємці можуть досягти зниження рівня витрат і поліпшення якості постачань; підвищити можливості адаптації підприємств до запитів ринку; гарантувати визначений сервіс споживачам і, тим самим, одержати додаткові конкурентні переваги на ринку.

Існує величезна кількість посередників, готових допомогти фірмі-товаровиробникові у вирішенні проблем збуту. Важливо тільки правильно вибрати потрібного з них. Співробітництво з посередниками позбавляє виробника багатьох проблем, але водночас створює додаткові ризики. При виборі посередника фірма-товаровиробник повинна для себе визначити: відповідність виду продукції, що випускається, певному виду посередництва; функції, що повинен брати на себе посередник; ризики, які підприємство перекладає на посередника, а які бере на себе.

Серед виробників сформувалася тенденція переходу від завоювання часток ринку до закріплення своїх позицій у значно ширших сегментах, і, як наслідок, більша увага приділяється логістичному сервісу.

Проблема вибору найбільш вигідних каналів товаропросування ускладнюється по мірі того, як росте число країн, в які компанія розраховує поставляти свій товар. Міжнародним фірмам необхідно вміти орієнтуватися в системі каналів розподілу, які вже наявні, або можуть бути створені в тій чи іншій країні. Існують різні варіанти каналів товароруху, які спеціаліст по логістиці може знайти на добре розвиненому і організованому ринку:

підприємство може співпрацювати зі споживачем напряму, через роздрібних чи оптових торговців або діяти через посередників [1].

Динамічний процес розвитку інформаційних і телекомунікаційних засобів обробки і передачі даних стає основним чинником для удосконалення процесів управління логістичними процесами і, що найважливіше, для створення в цій сфері новітніх, а іноді навіть революційних рішень. Поширення локальних і міжрегіональних комп'ютерних мереж змінює не тільки організацію замовлень на потрібні товари і послуги, реалізацію постачання, але також робить неактуальним дотепер поширене визначення ринку, у якому акцентується, що ринок – це місце фізичного контакту того, хто продає, із тим, хто купує.

Основою для системи швидкого реагування (QRL – Quick Response Logistics), як і для інших сучасних вирішень такого типу, послужило розуміння того, що досягнення переваги над конкурентами на ринку обумовлено, зокрема, такими чинниками, як розвиток інформаційних систем, які мають можливість швидко реагувати на потреби замовників, що виникають. Це дозволяє виконуватись правилу «необхідний товар у необхідному місці й у необхідний час».

Щоб ефективно використовувати у своїй роботі основні функції системи логістичної інформації, менеджери повинні покладатися на її зміст, тобто загальну базу даних, що є відправною точкою для стратегічних, оперативних і контролінгових дій кожного з них, узгоджених із функціональним характером своєї підпорядкованості окремим ланкам у логістичній структурі для всього підприємства. Це дасть можливість зміцнити управлінський апарат істотними для підприємства елементами логістичного процесу.

Постійно зростаюча потреба в системах швидкого реагування та їх похідних посилює на виробників тиск, що стосується, насамперед, скорочення часу виробництва, переозброєння виробництва тощо. Іншими словами, необхідно реагувати на потребу шляхом збільшення еластичності планування й організації виробництва. Одним із таких рішень є використання так званої еластичної системи виробництва (FMS – Flexible Manufacturing System), головна мета якої полягає не стільки в автоматизації виробництва (резерв можливостей, очевидно, тут невеликий), а в скороченні часу на організацію виробництва. Завдяки перевірці й відмові від традиційних системних рішень у багатьох випадках цей час скоротився від декількох годин до декількох секунд.

Динаміка ринкових відносин, ресурсні обмеження приводять до істотного зростання швидкості матеріальних і фінансових потоків, скорочення числа агентів у логістичних ланцюгах, зменшенню стійкості та надійності їх функціонування внаслідок кардинального зменшення матеріальних запасів у виробництві і розподільчих мережах. Тому досягнення стратегічних цілей бізнесу стає можливим при подальшій інтеграції логістичних систем у логістичні розподільчі мережі. Мережний принцип стає одним з ефективних засобів поводження підприємств у ринковому середовищі. Робота підприємств у складі логістичних мереж визначає цілу низку переваг, пов'язаних з об'єднанням незалежних ризиків, тобто зменшенням числа «коливань» у системі, а також істотним зниженням витрат і підвищенням якості функціонування всієї системи. Основна причина їх створення криється в тому, що в сучасних умовах успіх фірми залежить не тільки від наявності власних ресурсів, але й вміння залучати ресурси та конкурентні можливості інших учасників логістичної системи [2].

Таким чином, інтегрований підхід дозволяє найбільш ефективно реалізовувати мету бізнесу і функціонування всіх його структурних елементів, представлених як центри відповідальності, на максимізацію прибутку в яких будуть впливати такі фактори, як конкурентна позиція, конкурентна ціна, частка ринку та низьких витрат, структура галузі, ефективність інвестицій і ефект масштабу. Інтегральна відповідальність за рівень витрат пов'язана не лише з внутрішньо фірмовими витратами – вона також містить у собі відповідальність за ефективність, своєчасність постачань і вибір між виробництвом продукції та її придбанням у постачальників.

Перелік використаних джерел:

1. Каличева Н. Є., Копачевська Ю. А. Вплив логістики на розвиток підприємств малого бізнесу в сучасних умовах господарювання. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2018. Вип. 20(2). С. 11-14. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuumevcg_2018_20%282%29__4
2. Логістика як складова успішного бізнесу. URL: https://www.bio-norma.com/media/articles/logistyka-yak-skladova-uspishnogo-biznesu/

УДК 658:330

Цугель Катерина
студентка групи Б-21
Відокремлений структурний підрозділ «Гусятинський фаховий коледж Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя»
смт. Гусятин, Україна
Науковий керівник: Голич Наталія
доктор філософії з економіки,
викладач економічних дисциплін
Відокремлений структурний підрозділ «Гусятинський фаховий коледж Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя»
смт. Гусятин, Україна
Katerina Tsugel
student of the group B-21
Husiatyn applied college Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Husyatin, Ukraine
Scientific supervisor: Nataliia Holych
PhD (Economics)
teacher of economic disciplines
Husiatyn applied college Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Husyatin, Ukraine

ФОРМУВАННЯ ЕКОНОМІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ СУЧАСНОСТІ
FORMATION OF ECONOMIC POTENTIAL OF ENTERPRISES IN MODERN CONDITIONS

В теперішніх ринкових умовах науковці та дослідники все дедалі частіше сходяться на думці, що одним із пріоритетних напрямів діяльності будь-якого підприємства є формування економічного потенціалу та забезпечення умов для довгострокового розвитку. Виконання цих завдань дасть перспективу створення та організації підприємства таким чином, щоб результат праці був одним з основних чинників у досягненні стратегічних, тактичних і оперативних цілей.

Розглядаючи поняття «потенціал підприємства» та «економічний потенціал» в економічній літературі, варто зазначити, що більшість вчених часто не бачать різниці між ними, при цьому одні говорять про їхні відмінності, інші ж, навпаки, розуміють в змісті одне й те саме. Вважаємо, що потенціал підприємства – це можливості, які дозволяють створювати ефективну конкурентну боротьбу на ринку шляхом матеріальних і нематеріальних ресурсів. Але що ж таке економічний потенціал підприємства? На основі узагальнення наукових підходів до змісту категорії «економічний потенціал підприємства» (табл. 1), розуміємо, що це реальна здатність підприємства здійснювати певну виробничо-господарську діяльність, яка відповідає його економічній стратегії розвитку.

Варто зазначити, що економічний потенціал можна схарактеризувати певними рисами [1]:

– економічний потенціал підприємства визначається його реальними можливостями в тій чи іншій сфері економічної діяльності;

– можливості будь-якого підприємства залежать від наявних у нього ресурсів і резервів, які не використовуються у виробництві. Тому потенціал характеризується обсягом ресурсів і резервів як залучених, так і тих, що не беруть участь в господарській діяльності, але підготовлених до використання;

– наявність ресурсів не охоплює вміння розпоряджатися ними. Постійно отримують доходи тільки ті підприємства, які систематично удосконалюють свій потенціал.

Таблиця 1

Систематизація дефініції «економічний потенціал підприємства»

№ з/п	Автор	Визначення
Ресурсний підхід		
1	Костирко Р.О.	Ступінь використання своїх ресурсів.
2	Балацький О.Ф.	Сукупна здатність наявних економічних ресурсів забезпечити виробництво максимально можливого обсягу корисності, відповідного потребам суспільства на певному етапі його розвитку.
3	Савченко М.В.	Складна економічна система функціональних відносин між елементами реального і потенційного рівнів розвитку підприємства, що відбиває його готовність у певний час мобілізувати ресурсні можливості для досягнення поставлених цілей з максимальною ефективністю у процесі оптимальної взаємодії з зовнішнім середовищем.
4	Калінеску Т.В., Романовська Ю.А., Кирилов О.Д.	Сукупність організованих у певних соціально-економічних формах ресурсів, що можуть за певних діючих внутрішніх і зовнішніх чинників середовища бути спрямовані на реалізацію діяльності підприємства, метою якої є задоволення нових потреб суспільства.
Цільовий підхід		
5	Шкроміда Н.Я.	Міра досягненням підприємством поставленої мети.
Сукупність здатностей, здібностей		
6	Райан Б.	Реальна або ймовірна здатність підприємства виконувати цілеспрямовану роботу.
7	Ковальов В.В., Волкова О.Н.	Забезпечує здатність підприємства досягати поставлені перед ним цілі, використовуючи для цього наявні в нього матеріальні, трудові і фінансові ресурси.

Примітка: джерело [2]

За структурою економічний потенціал можна представити як сукупність виробничого, кадрового, інформаційного, інвестиційно-інноваційного потенціалів, а також стратегії розвитку. Ці компоненти тісно взаємодіють між собою, формуються у сукупності та можуть бути ефективно використані лише разом як комплекс складових частин потенціалу суб'єкта господарювання. Структурування економічного потенціалу підприємства є початковою умовою для виділення його основних характеристик задля використання, розвитку, відтворення і нарощування потенціалу, формування його стану відповідно до поставлених завдань [3].

Таким чином, щоб досягти повноцінного уявлення про економічний потенціал необхідно забезпечити комплексний підхід до його оцінки та аналізу з врахуванням галузевих особливостей підприємства. Економічний потенціал, свого роду, є спроможністю, здатністю сприяти задоволенню потреб суспільства, розвиватися у заздалегідь визначеному напрямі, досягати поставлених цілей за умов максимальної ефективності, отримувати заплановані результати, підвищувати конкурентоспроможність шляхом сформованої у певний момент часу сукупності структурованих ресурсів, які використовуються в умовах дії чинників зовнішнього середовища [4].

Перелік використаних джерел:

1. Зайцева Л.О. Аналіз ефективного використання економічного потенціалу підприємства. *Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка»*. 2013. № 6. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2098

2. Ажаман І.А., Жидков О.І. Сутність та структура економічного потенціалу підприємства. *Економіка та держава*. 2018. № 4. С. 22-25.

3. Коваль Л.В. Економічний потенціал підприємства : сутність та структура. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка».* 2010. № 690. С. 59-65.

4. Васьківська К.В., Лозінська Л.Д., Галімук Ю.О. Економічний потенціал підприємства в умовах змін: суть та характерні особливості. *Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка»*. 2020. № 5. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7858

СЕКЦІЯ 4
Сучасний розвиток фінансового ринку України: можливості, виклики, загрози

УДК 336.74

Архірейська Наталя
кандидат економічних наук, доцент
доцент кафедри банківської справи та фінансових послуг
Університет митної справи та фінансів,
м. Дніпро, Україна
Natalia Arkhireiska
PhD (Economics)
Docent, Associate Professor of the Department of Banking
and Financial Services
University of Customs and Finance
Dnipro, Ukraine

ЗАКОНОДАВЧЕ РЕГУЛЮВАННЯ ВІРТУАЛЬНИХ АКТИВІВ В УКРАЇНІ
LEGISLATIVE REGULATION OF VIRTUAL ASSETS IN UKRAINE

Питання регулювання віртуальних активів в нашій державі на сьогодні дуже актуальне, адже Україна посідає перший рядок у рейтингу країн світу щодо володіння криптовалютою. За даними міжнародного рейтингу Triple A за підсумками 2020-го наша країна обійшла Сполучені Штати, Росію, Індію, Венесуелу, Кенію, ПАР та інші держави. На сьогодні криптовалютою володіють у країні понад 5,5 млн осіб – 12,7% всього населення України [1].

Перший крок щодо легалізації операцій з криптоактивами в нашій державі був здійснений на початку вересня цього року. А саме, 8.09.2021 року Верховна Рада України в другому читанні прийняла Закон України «Про віртуальні активи» встановлює правове регулювання обігу віртуальних активів, визначає права та обов'язки учасників ринку, засади державної політики в сфері обігу віртуальних активів (в тому числі і незабезпечених віртуальних активів, до яких можна віднести криптовалюту). Закон набере чинності після підписання президентом та введення в дію закону, який вносить відповідні зміни до Податкового Кодексу України для встановлення спеціального режиму оподаткування послуг з віртуальними активами. Нажаль, це може затягнутися на три-шість місяців, так як на сьогодні залишається ще дуже багато проблемних питань відкритими.

Розберемось з основними моментами закону більш детально. Одне з проблемних питання закону це тлумачення категорії «віртуальний актив». Згідно ст. 1 розділу 1 віртуальний актив – нематеріальне благо, що є об'єктом цивільних прав, має вартість та виражене сукупністю даних в електронній формі. Існування та оборотоздатність віртуального активу забезпечується системою забезпечення обороту віртуальних активів. Віртуальний актив може посвідчувати майнові права, зокрема права вимоги на інші об'єкти цивільних прав [2]. Але в Законі України № 361-IX «Про запобігання та протидію легалізації (відмиванню) доходів, одержаних злочинним шляхом, фінансуванню тероризму та фінансуванню розповсюдження зброї масового знищення» вже міститься визначення віртуального активу – і воно є іншим: віртуальний актив визначається як цифрове вираження вартості, яким можна торгувати у цифровому форматі або переказувати і яке може використовуватися для платіжних або інвестиційних цілей.

Отже, до цифрового активи можемо віднести не тільки криптовалюту, але і будь-який цифровий токен, NFT та навіть ігрові скіни так як вони нематеріальні, існують лише у цифровій формі, однозначно мають вартість і функціонують лише у межах певної цифрової

системи – екосистеми певної гри, блокчейн-платформи тощо. Таким чином, залишається відкритим питання щодо того, вважати віртуальним активом лише цифрові платіжні засоби чи будь-які цифрові активи та, відповідно, яке із визначень віртуальних активів є правильним.

Всі віртуальні активи поділяються на забезпечені та незабезпечені. Відповідно до закону різниця у наступному:

− забезпечений віртуальний актив посвідчує майнові права, зокрема права вимоги на інші об'єкти цивільних прав;

− незабезпечений віртуальний актив не посвідчує жодних майнових та немайнових прав.

Отже, забезпечений віртуальний актив можна обміняти на фіатну валюту, цінні папери та інші валютні цінності, а незабезпечений – лише на інший віртуальний актив. Тобто всі криптовалюти відносимо до незабезпечених віртуальних активів. Також необхідно звернути увагу на деякі обмеження, які встановлені п.7. ст.4. розділу II: віртуальні активи не є засобом платежу на території України і не можуть бути предметом обміну на майно (товари), роботи (послуги).

Ліцензуванню підлягають чотири види діяльності:

− зберігання/адміністрування віртуальних активів чи ключів віртуальних активів;

− надання послуг з обміну віртуальних активів на інші віртуальні активи та валютні цінності;

− надання послуг переказу віртуальних активів;

− надання посередницьких послуг, пов'язані з віртуальними активами.

Аналізуючи ці види діяльності можна зробити висновок, що створення та використання електронних гаманців не підпадає під ліцензування, так як лише користувач має право розпоряджатися своїми ключами та криптовалютою і така діяльність не вважатиметься зберіганням чи адмініструванням віртуальних активів. Скоріше всього і переказ криптовалюти через P2P перекази не буде підлягати ліцензуванню так як не вважатиметься наданням послуг з переказу віртуальних активів.

В законі чітко прописано і вимоги до компаній, які в своїй діяльності будуть використовувати віртуальні активи. В таблиці 1 зазначено розмір мінімального статутного таких компаній.

Таблиця 1.

Мінімальний розмір статутного капіталу компаній, які надають послуги, що пов'язані з оборотом віртуальних активів

Види послуг	для компаній-резидентів	для компаній-нерезидентів
Зберігання/адміністрування віртуальних активів та ключів	1,19 млн грн (не менше 70 тисяч неоподаткованих мінімумів доходів громадян)	5,95 млн грн (не менше 350 тисяч неоподаткованих мінімумів доходів громадян)
Послуги з обміну віртуальних активів	595 000 грн (не менше 35 тисяч неоподаткованих мінімумів доходів громадян)	2,98 млн грн (не менше 175 тисяч неоподаткованих мінімумів доходів громадян)
Послуги переказу віртуальних активів	595 000 грн (не менше 35 тисяч неоподаткованих мінімумів доходів громадян	2,98 млн грн (не менше 175 тисяч неоподаткованих мінімумів доходів громадян)
Посередницькі послуги	595 000 грн (не менше 35 тисяч неоподаткованих мінімумів доходів громадян	2,98 млн грн (не менше 175 тисяч неоподаткованих мінімумів доходів громадян)

Діяльність постачальників послуг, пов'язаних з оборотом віртуальних активів, провадиться за умови попереднього одержання дозволу на надання послуг, пов'язаних з оборотом віртуальних активів. Надання дозволу на надання послуг, пов'язаних з оборотом віртуальних активів, здійснюється на платній основі. Для резидентів від восьми до чотирьох

тисяч неоподаткованих мінімумів доходів громадян в залежності від виду діяльності, для нерезидентів − від сорока до двадцяти тисяч неоподаткованих мінімумів доходів громадян.

Згідно законопроекту дозвіл буде видавати центральний орган виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері обороту віртуальних активів, тобто йдеться про створення ще однієї державної інституції, що потребуватиме значних видатків з Державного бюджету України, джерела покриття яких не визначені.

На нашу думку регулювання діяльності учасників ринку віртуальних активів має бути віднесено до компетенції вже існуючих в Україні фінансових регуляторів НБУ та Національної комісії з цінних паперів та фондового ринку.

Не дивлячись на деякі проблемні питання можна зробити висновок, що прийняття закону «Про віртуальні активи» це великий крок з боку влади щодо впорядкування ринку віртуальних активів, в тому числі і криптоіндустрії в нашій країні.

Перелік використаних джерел:

1. Cryptocurrency across the world URL: https://triple-a.io/crypto-ownership/, https://triple-a.io/crypto-ownership-ukraine.

2. Про віртуальні активи, законопроект № 3637 від 07.09.2021 р., URL http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=69110.

УДК 338

Галагань Юрій
студент групи ПФ-41
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна
Науковий керівник: Панухник Олена
доктор економічних наук, професор
завідувачка кафедри економіки та фінансів
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна
Yurii Halahan
Student of the group PF-41
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil. Ukraine
Scientific supervisor: Olena Panukhnyk
Doctor of Sciences (Economics), Professor
Head of the Department of Economics and Finance
Tepnopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

СТАН І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ НЕДЕРЖАВНОГО ПЕНСІЙНОГО СТРАХУВАННЯ (НА ПРИКЛАДІ СТРАХОВОЇ КОМПАНІЇ «MetLife») STATE AND PROSPECTS OF DEVELOPMENT OF NON-STATE PENSION INSURANCE (ON THE EXAMPLE OF AN INSURANCE COMPANY «MetLife»)

Фінансова нестабільність та наростаюче демографічне навантаження, постійний дефіцит Пенсійного фонду та збільшення обсягу коштів Державного бюджету на його покриття, високий рівень тінізації економіки та низький рівень заробітних плат свідчать про неспроможність солідарної складової пенсійної системи України гарантувати гідний рівень життя населення. Саме тому, в складних умовах сьогодення питання дослідження розвитку недержавного пенсійного забезпечення (НПЗ) та його розбудови піднімається все частіше.

Система недержавних пенсійних фондів в Україні почала формуватися після прийняття 09.07.2003 р. Закону України «Про недержавне пенсійне забезпечення». Вона базується на засадах добровільної участі громадян, роботодавців та їх об’єднань у формуванні пенсійних

накопичень з метою отримання громадянами пенсійних виплат на умовах та в порядку, передбачених законодавством про недержавне пенсійне забезпечення .

Початковий процес розвитку недержавних пенсійних фондів характеризувався достатньою динамічністю: збільшенням кількості фондів та учасників недержавного пенсійного забезпечення, зростанням загальних пенсійних активів, пенсійних внесків і пенсійних виплат, збільшенням інвестиційного доходу. Але фінансова криза негативно вплинула на розвиток і діяльність НПФ України, що супроводжувалося зменшенням їхньої кількості, сповільненням досягнутих раніше темпів їхнього зростання і призвело до погіршення окремих параметрів [4].

Як показує світовий досвід, розвиток недержавного пенсійного забезпечення є невід'ємною складовою успішного розвитку країни в умовах ринкової економіки, адже кошти вкладені до НПЗ не тільки в майбутньому забезпечать стабільний дохід пенсіонерам, а й сьогодні працюють на користь національної економіки та підприємств, адже вони повертаються до підприємств у вигляді інвестиційного капіталу [2].

До прикладу розглянемо страхову компанію «MetLife».

«MetLife» – провідний міжнародний холдинг у сфері страхування та пенсійного забезпечення. Компанія надає клієнтам широкий спектр продуктів і послуг зі страхування життя і здоров'я від нещасного випадку і пенсійного забезпечення через мережу дочірніх компаній і філій, банків-партнерів і каналів прямого маркетингу. Суть компанії полягає в тому, що клієнт вкладає щорічно певну суму коштів і потім у разі виникнення страхового випадку або настання пенсійного віку отримує гроші. Це виглядає певним чином так, що людина поки молода і працездатна маленькими вкладами забезпечує себе безбідною старістю [1].

«MetLife» впевнено зберігає лідерство на українському ринку страхування життя останні кілька років. За брендом стоїть 153-річна історія, що почалася в США, де і розташований головний офіс. Компанія працює на ринках більш ніж 40 країн, в половині з яких займає перші місця в рейтингах страховиків. В Україні компанія відзначила вже 19-річний ювілей роботи.

Про перші позиції «MetLife» свідчить, перш за все, кількість українських громадян, які застрахували своє життя – їх більше 904 000. Частка ринку, яку стабільно утримує компанія, перевищує 35%, тобто кожна четверта гривня, яку українці сплачують за страхування життя – це покупка страхового захисту від «MetLife». У цілому, компанія станом на 2020 рік знаходиться на 44 місці в рейтингу найбагатших компаній світу, що формує з боку споживачів ще більшу довіру до неї, адже, якщо вони вже не перший рік в топі 100 найкращих, то це вказує, що все чітко, безпечно і прозоро.

Страхова компанія пропонує універсальні послуги, що включать широкий вибір страхових продуктів для фізичних осіб та комплексні страхові програми для бізнесу:

- страхування життя;
- страхування від нещасних випадків;
- страхування у разі можливої втрати працездатності;
- страхування на випадок серйозних проблем зі здоров'ям (інсульт, інфаркт, онкологічні захворювання);
- і найголовніше – пенсійне страхування;

Можна зробити висновок, що стан недержавного пенсійного страхування на прикладі компанії «MetLife» на доволі високому рівні, як показує статистика, але все рівно велика частка населення відноситься з недовірою, це потрібно змінювати [3].

Розглядаючи перспективи розвитку компанії «MetLife», можна визначити наступні пріоритетні напрями:

- формування дієвої мотиваційної системи для вкладників та учасників;
- підвищення рівня довіри та обізнаності населення з системою;
- пошук додаткових сфер для залучення інвестиційного потенціалу фондів;
- удосконалення механізму оподаткування пенсійних виплат; [5].

Якщо для клієнтів компанія не є досить прозорою, можна вирішити це питання шляхом запровадження обов'язковості використання суб`єктами НПС міжнародних стандартів фінансової звітності. Також потрібно створити єдиний державний орган контролю за діяльністю суб'єктів недержавних пенсійних фондів [4].

Отже, можна зробити висновок, що стан недержавного пенсійного страхування задовільний, але мною були названі перспективи розвитку, які повинні покращити ситуацію. Компанія «MetLife» номер один в Україні та світі по страхуванню. Це лідер, який повинен бути рушійною силою для інших страхових компаній для хорошої конкуренції, задоволення потреб клієнтів і підвищення економічної ситуації в країнах.

Перелік використаних джерел:

1. Про Метлайф. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/MetLife
2. Небаба Н.О. Система недержавного пенсійного забезпечення в Україні: сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку. Журнал «Молодий вчений». С. 41-44
3. Офіційна сторінка компанії «MetLife» в Україні. URL:https://www.metlife.ua/about-us/our-strengths/
4. Про недержавне пенсійне забезпечення. URL: http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=1057-15.
5. Федоренко А. Система суб'єктів сфери недержавного пенсійного забезпечення як соціально-економічний кластер 18-27 с.

УДК 330.341

Гарматій Сергій
аспірант
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна
Науковий керівник: Крамар Ірина
д.е.н., професор кафедри економіки та фінансів
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна
Serhii Harmatii
Post-graduate student
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine
Scientific Supervisor: Irina Kramar
Doctor of economics, professor of economics and finance
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

ДИНАМІКА ЕКВАЙРИНГУ ТА ІНТЕРЧЕЙНДЖУ НА БАНКІВСЬКІ КАРТКИ НА НАЙБЛИЖЧУ ПЕРСПЕКТИВУ
DYNAMICS OF ACQUIRING AND INTERCHANGING ON BANK CARDS FOR THE NEAREST PERSPECTIVE

Аналізуючи динаміку проведених розрахунків споживачами за останні два-три роки, коли пандемія Covid-19 ще більше змістила операції за товари та послуги здійснювати через інтернет та банківські картки, можна сказати, що у 2016 році витрати ритейлерів на оплату комісійних за картками становили понад 11,4 млрд.грн, у 2020-му – 22,6 млр.грн. Адже лише минулоріч кількість безготівкових операцій з використанням платіжних карток зросла на 25% порівняно з 2019 роком [2].

Позитивним моментом є те, що до розгляду подало законопроекти, які передбачають зниження міжбанківських комісій на еквайринг та інтерчейндж. *Еквайринг*- це послуга, за допомогою якої торгові підприємства можуть приймати оплату карткою, телефоном чи іншим електронним платіжним засобом. Послуги з еквайрингу здебільшого надають банки,

які встановлюють у магазинах POS-термінали. *Інтерчейндж* – спеціальна комісія, яку банк-еквайр платить з кожної операції банку-емітенту платіжного засобу[4].

В Україні на даний момент досить високі тарифи на еквайринг порівняно з країнами Європейського Союзу. До прикладу якщо в Австрії, Литві, Німеччині, Італії ставки коливаються в межах 0,2-0,3% то в Україні – 1,8-2% за кожну операцію. А оскільки комісійну винагороду за еквайринг підприємці включають у вартість товарів та послуг, то зростає ціна для кінцевих споживачів на продукти, ліки і т.д.

Як свідчать експерти, наприклад М. Непран, перший віце-президент Торгово-промислової палати України: « Великі платіжні системи як от VISA та Master Card прийшли до нас на початку 1990-х,Україна тоді була країною з нестабільною економікою. Тому високі комісійні тарифи були фактично платою за ризики, час змінився економіка стабілізувалася, і тарифи на еквайринг треба переглядати»[4]. Згідно законопроектів, які подані до розгляду у ВР, передбачено поступове зниження ставок еквайрингу, включаючи комісійну винагороду інтерчейндж. Відповідно комісія, яку сумарно сплачуватимуть отримувачі під час безготівкових розрахунків при оплаті товарів, послуг чи робіт, не може перевищувати до 31 грудня 2021 року – 1.4%, до 31 грудня 2022 року – 1.1.%; а з 1 січня 2-23 року – 0,9%. Це відповідно призведе до зниження ціни на товари та послуги, що в цілому позитивно відобразиться, як на динаміку споживання, так і збільшення товарообороту підприємців.

Але звичайно є і інша «сторона медалі»: якщо ВР ухвалить рішення про штучне зниження міжбанківських комісій, яке лобіюють великі ритейлери, то банківські картки можуть стати платними, а бонуси та кешбеки- зникнуть.

Якщо докладніше, то з 18 млн. карток України значна більшість- це картки бюджетних та державних установ(зарплатні, пенсійні, соціальні). З боку Мінфіну до них є відповідні вимоги(зарахування, зняття готівки, обслуговування- безплатні). Все це банки забезпечували, бо в них були доходи відповідно з комісій за міжбанківські операції. І ще дещо що законотворцям слід врахувати, якщо в країнах Єврозони, держава компенсує витрати на обслуговування банкоматів до прикладу в розмірі 99,9%, то в нашій країні банки встановлюють і обслуговують банкомати за власні кошти, і при теперішніх ставках 1.8-2% за міжбанківські операції, термін окупності банкоматів становить – 4 роки, то якщо приймуть пропозиції про зниження ставок на обслуговування банківських карток, то термін самоокупності банкоматів зросте до 10 років, а якщо мова іде про сільські місцевості то напевне і ще більше, тому разом із законом про зниження інтерчейнджу, доцільно приняти поравки до компенсації банкам зі сторони державних структур на обслуговування банкоматів, що звичайно підвищить рівень надійності до банківських структур [2].

Звичайно доцільно перейняти досвід країн Європейського Союзу, де важель безготівкових розрахунків вже давно змістився в сторону цифровізації операції, та зниження відсотків за такі операції, оскільки збільшується відповідно обсяг проведення розрахунків. На разі звичайно найкращі пропозиції по перерахунках з картки на картку та інші операції з банківською карткою пропонує Монобанк, який на нашу думку робить серйозну конкуренцію іншим банкам щодо розрахунків по картковим системам, та має наразі найнижчий відсоток за переказ коштів. Нижче наводимо вартість розрахунків по Монобанку:

-комерційний платіж по шаблону (вибір компанії з переліку у мобільному додатку) Комісія від 0.5 % до 5 % від суми платежу за переказ коштів в залежності від отримувача платежу. Про конкретний розмір комісії Банк повідомляє Клієнта за допомогою Мобільного додатку до момента здійснення Клієнтом платежу

- платіж на рахунок єдиних реквізитів будь-якого українського банку або на рахунок фізичної особи будь-якого українського банку – Безкоштовно за рахунок власних коштів – 4% за рахунок кредитних коштів Оплата онлайн-ігор – Безкоштовно за рахунок власних коштів – 2% за рахунок кредитних коштів Зняття власних коштів за карткою в Україні 0,5% від суми зняття

-зняття готівки на суму, що перевищує залишок власних коштів, а також за операції з quasi-валютою за карткою 4% від суми Зняття власних коштів за карткою за кордоном 2%

від суми зняття Зняття цільових коштів або зарахування власних коштів від діяльності ФОП, у сумі до 50 тис грн. на місяць - Безкоштовно в рахунок власних коштів - 3,5% від суми в рахунок кредитних коштів. Крім того один з найбільш прогресивних банків України з липня 2021 року відкриває нову можливість: переказ коштів з картки на карту, або інший рахунок по номеру телефону клієнта:

Компанія Visa у партнерстві з ПриватБанком оголосили про запуск в Україні повного функціоналу інноваційного доповнення до сервісу Visa Direct, який дозволяє здійснювати перекази за номером телефону і який має змінити підхід українців до щоденної рутини P2P-переказів. Відтепер щоби зробити переказ, достатньо лише вказати номер телефону отримувача – якщо банк отримувача також підключений до послуг [3].

Тобто можна зробити наступні висновки, що створення нових конкурентних банків таких як Монобанк, дозволить створити ринкові умови, щодо вартості міжбанківських операцій в сторону зниження, що створить позитивну динамку як для споживачів так і для банківських структур, що змушені будуть переглядати ставки на міжбанківські операції.

Перелік використаних джерел:

1. Офіційний сайт Монобанк.URL: https://www.monobank.ua/taryfy.

2. Visa платіжна система .URL: https://www.visa.com.ua/uk_UA/about-visa/newsroom/press-releases/prl-22072021.html.

3. Офіційний сайт Приватбанку. URL:https://privatbank.ua/ru

4.Річний звіт НБУ України за 2020 рік. URL: https://bank.gov.ua/ua/payments

5.R Rohatynskyi , N Harmatiy, H Humeniuk, N Marynenko Development of Model for Assessing the Level of Multipurpose Water Use and Protection by Economic Mathematic al Modeling. 2019. URL: http://elartu.tntu.edu.ua/handle/lib/29505.

УДК 336

Гой Віта
студентка групи ПФмз-51
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна
Науковий керівник: Панухник Олена
доктор економічних наук, професор
завідувач кафедри економіки та фінансів
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна
Vita Hoi
student of the group PFmz-51
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine
Scientific supervisor: Olena Panukhnyk
Doctor of Sciences (Economics), Professor
Head of the Department of Economics and Finance
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

СТАН І ПЕРСПЕКТИВИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ СИСТЕМИ КАЗНАЧЕЙСЬКОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ
STATE AND PROSPECTS OF IMPROVEMENT OF INFORMATION TECHNOLOGIES OF THE TREASURY SERVICE SYSTEM

Казначейське обслуговування бюджетних коштів на сучасному етапі бюджетної реформи в Україні виступає одним із головних елементів забезпечення та підвищення стабільності й захищеності бюджетної системи.

Запровадження нових наукових досягнень у сфері інформаційних систем та технологій у практику діяльності Державної казначейської служби України і її структурних

підрозділів дозволяє оптимізувати взаємодію фінансових органів з органами державної влади, місцевого самоврядування та між собою за допомогою доступу до єдиної інформаційної бази щодо фінансових ресурсів, а також надання різних інформаційних послуг через мережу Інтернет.

Органи Казначейства у своїй діяльності щодо казначейського обслуговування керується такими нормативно-правовими актами:

- Бюджетний кодекс України;
- Наказ МФУ № 309 від 2 березня 2012 р.;
- Наказ МФУ № 938 від 23 серпня 2012р.;
- Наказ МФУ № 1407 від 24 грудня 2012 р.;
- Наказ МФУ № 333 від 12 березня 2012 р.;
- інші нормативно-правові акти.

Основні положення казначейського обслуговування бюджетів містяться в ст. 43 Бюджетного кодексу України, згідно з якою «…при виконанні державного бюджету і місцевих бюджетів застосовується казначейське обслуговування бюджетних коштів. Казначейство України забезпечує казначейське обслуговування бюджетних коштів на основі ведення єдиного казначейського рахунку, відкритого у Національному банку України» [1].

Основне призначення системи дистанційного обслуговування – надання зовнішнім клієнтам ДКСУ віддаленого доступу за допомогою Інтернету до інформаційних ресурсів ДКСУ. Доступ до системи надає програмно-технічний комплекс «Клієнт Казначейства – Казначейство».

СДО «Клієнт Казначейства – Казначейство» має переваги для розпорядників і одержувачів бюджетних коштів порівняно з іншими СДО. Основна з них – зменшення вартості супроводження інформаційних систем з обслуговування бюджетів (безкоштовне підключення, використання системи та підтримка клієнтів). Перевагою також є мінімізація часу на виконання казначейських транзакцій. Отже, запровадження електронного документообігу в частині надання в електронному вигляді документів та звітності призводить до економії часу, коштів бюджетних установ та комунальних підприємств.

Завдяки системі дистанційного обслуговування клієнти мають змогу: формувати і відправляти платіжні доручення до органів казначейства, здійснювати обмін плановими бюджетними документами (кошторисами, планами використання, розписами та інше), завантажувати інформацію про бюджетні зобов’язання та бюджетні фінансові зобов’язання; отримувати дані щодо руху коштів.

Станом на 01 жовтня 2021 року договори на дистанційне розрахункове обслуговування з використанням СДО «Клієнт Казначейства – Казначейство» укладено із 36 142 клієнтами, зокрема: 34 258 – розпорядники (одержувачі) коштів державного та місцевих бюджетів; 1 883 – інші клієнти [2].

У 2018 році введено в дію автоматизовану систему подання електронної звітності клієнтами ДКСУ (АС «Є-Звітність»). Система має можливість подавати фінансову та бюджетну звітність клієнтам, які обслуговуються у системі ДКСУ.

Визначимо основні проблеми діяльності органів казначейства в Україні:

- відсутність чіткого розподілу функцій між підрозділами Державної казначейської служби та органів Міністерства фінансів України щодо розпорядження бюджетними коштами;
- недостатній рівень контролю в сфері запобігання порушенням бюджетного законодавства;
- відсутність у веденні бухгалтерського обліку єдиної уніфікованої системи Міністерства фінансів України в розпорядженні бюджетними коштами.

Основними проблемами казначейського обслуговування в частині видатків є:

1. Відсутність електронного документообігу, що спричиняє витрати додаткового часу та фінансових ресурсів для отримання виписок з бюджетних рахунків. Існує проблема

використання різних програмних продуктів органами Казначейства та розпорядниками бюджетних коштів.

2. Здійснення органами Казначейства та розпорядниками бухгалтерського обліку видатків за різними Планами рахунків.

3. Недостатній рівень відповідальності окремих розпорядників бюджетних коштів [3, с. 14].

Отже, основними напрямами вдосконалення автоматизованої інформаційної системи казначейства є: запровадження повноцінного внутрівідомчого електронного документообігу із застосуванням ЕЦП, та інтегрувати систему «Електронне казначейство» з системою «Електронний уряд»; оптимізація обслуговування розпорядників шляхом використанням сучасних інтернет-технологій; посилення інформаційної безпеки; розширення сфери використання системи формування оперативної звітності АС «Є-Звітність»; спрощення та вдосконалення адміністрування інформаційних ресурсів.

Виходячи з вищезазначеного, доцільно запровадити єдину автоматизовану інформаційну систему для органів Казначейства та розпорядників бюджетних коштів, вжити заходів для захисту інформації й посилити відповідальність розпорядників за порушення бюджетного законодавства.

Перелік використаних джерел:

1. Бюджетний кодекс України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2456-17#Text

2. Офіційний сайт Державної казначейської служби України. URL: https://www.treasury.gov.ua/ua/kliyent-kaznachejstva-kaznachejstvo/statistika

3. Ватаманюк-Зелінська У.З., Устюжанінова Н.В. Удосконалення системи казначейського обслуговування у сфері управління коштами Державного бюджету України. Інноваційна економіка. № 7-8. 2018. С. 10-16

УДК 330

Собіль Ірина
студентка групи ППс-41
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна
Науковий керівник: Маркович Ірина
кандидат економічних наук, доцент
доцент кафедри економіки та фінансів
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна
Iryna Sobil
Student of PPs-41 group
Scientific supervisor: Iryna Markovych
PhD (Economics), Docent
Assosiate Professor of Economics and Finance Department
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

СУЧАСНИЙ РОЗВИТОК ФІНАНСОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ: МОЖЛИВОСТІ, ВИКЛИКИ, ЗАГРОЗИ
CURRENT DEVELOPMENT OF THE FINANCIAL MARKET OF UKRAINE: OPPORTUNITIES, CHALLENGES, THREATS

Розвинений фінансовий ринок є одним з необхідних атрибутів архітектури фінансово-економічних відносин, що значною мірою характеризують стан розвитку національної економіки. Сьогодні побудова в Україні високоліквідного фінансового ринку інтегрованого в світову фінансову систему є одним з ключових завдань, адже упродовж кількох останніх

десятиріч роль та значення фінансового ринку у національних економіках усіх країн світу різко зросла. Фінансовий ринок став одним з найважливіших інструментів розвитку національних економік, за допомогою якого вирішуються фінансові, інвестиційні і соціальні питання.

Фінансовий ринок повинен стати одним з основних механізмів мобілізації вільних ресурсів для розвитку економіки і формування надійних інструментів заощадження для населення.

Цього можна досягти шляхом:

- стабілізації валютного ринку;
- зниження та утримання рівня інфляції на прийнятному для розвитку економіки рівні(не більш як 10%);
- стабілізації роботи фінансового сектора;
- відновлення довіри населення до інститутів фінансового ринку;
- формування ефективної системи перерозподілу ресурсів з пріоритетним їх спрямуванням на реалізацію проектів економічного розвитку [1].

Для глибшого дослідження ринку фінансових послуг необхідно застосувати інституційний підхід, який дозволяє врахувати не тільки системні зв'язки, але й інституційну структуру ринку. Таким чином, структуру ринку фінансових послуг подано нижче (рис.1).

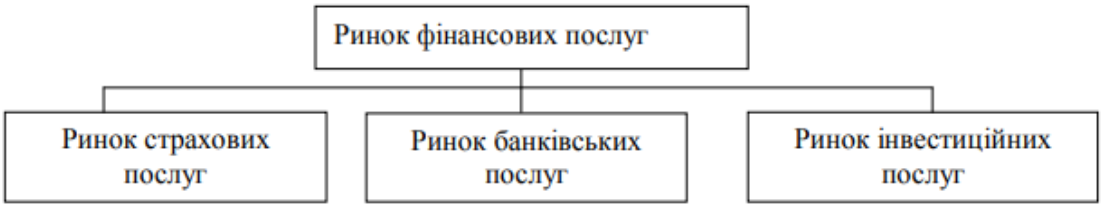


Рисунок 1. Структура ринку фінансових послуг

Схема не розкриває основних відмінностей між структурою фінансового ринку і ринку фінансових послуг, а дає можливість в кожній ланці структури фінансового ринку виокремити наявність фінансових інструментів і фінансових послуг. У запропонованій структурі ринку фінансових послуг ринок банківських послуг включає три складові: кредитний ринок, валютний ринок і ринок дорогоцінних металів, а ринок інвестиційних послуг – фондовий ринок. До ринку фінансових послуг входить ринок страхових послуг, що тією чи іншою мірою представлений на усіх взаємозалежних ринках у структурі фінансового ринку [2].

На основі проведеного аналізу сучасного стану фінансового ринку України, вивченні наявних проблем, нами визначено такі перспективи його подальшого розвитку:

Створення ефективної системи регулювання та нагляду за діяльністю небанківських фінансових установ:

Підвищити роль та функції наглядових рад банків і небанківських фінансових установ, впроваджувати нові вимоги до систем внутрішнього аудиту та контролю в банках і в небанківських фінансових установах.

Впроваджувати ефективний консолідований нагляд за фінансовим сектором на основі принципів IOSCO, IAIS, Basel III, Solvency II, EIOPA, BIS, що дасть можливість ефективно діагностувати, попереджати розвиток системних ризиків та оцінювати реальну і потенційну дію шоків на фінансовий сектор та його учасників.

Створення дієздатної системи гарантування вкладів населення, що сприятиме отриманню гарантованої суми, зменшенню фактору морального ризику для більш відповідального вибору вкладниками банків та небанківських фінансово-кредитних установ.

В галузі страхування: запровадження накопичувальної системи пенсійного забезпечення. Це сприятиме збільшенню кількості доступних фінансових інструментів на внутрішньому ринку.

Фінансовий ринок є життєво важливим фундаментом для зростання, розвитку і стабільності національної ринкової економіки. Становлення і розвиток фінансового ринку має стати ключовим елементом сильного економічного середовища, який підтримуватиме корпоративні ініціативи, забезпечуватиме фінансування реального сектора економіки через залучення інвестицій, здійснення платежів та перерозподілу капіталів. В умовах глобальної інтеграції ринків фінансових послуг надзвичайно важливим завданням для кожної країни є забезпечення функціонування конкурентного ринку фінансових послуг. Сучасний етап розвитку фінансового ринку та його складових є вкрай складним, динамічним і важкопрогнозованим. Однак, саме такий період є найбільш сприятливим для впровадження інноваційних, а часом і радикальних заходів щодо реформування всього фінансового ринку [3].

Перелік використаних джерел:

1. Баліцька Н.В. Сучасний стан та перспективи розвитку фінансового ринку України. URL: https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2018/09/126.pdf

2. Мединський В.Т. Формування та розвиток ринку фінансових послуг в Україні. URL: http://surl.li/amnaj

3. Шишпанова Н.О., Іванова А.О. Фінансовий ринок України: сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку. URL: https://modecon.mnau.edu.ua/issue/1-2017/UKR/shyshpanova.pdf

УДК 336

Стельмах Анастасія
студентка кафедри економіки та фінансів
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна
Винник Тетяна
кандидат економічних наук, доцент
доцент кафедри економіки та фінансів
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна
Anastasiia Stelmakh
Student of Economics and Finance Department
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine
Tetiana Vynnyk
PhD (Economics), Docent
Associate Professor Department of Economics and Finance
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

ДЕПОЗИТИ ЯК ОСНОВНИЙ ІНВЕСТИЦІЙНИЙ РЕСУРС БАНКУ
DEPOSITS AS THE BANK'S MAIN INVESTMENT RESOURCE

Ефективність управління депозитним портфелем впливає на ліквідність та рентабельність банківської установи. Від цього також залежить фінансова стабільність банку і її здатність до здійснення кредитно-інвестиційних операцій.

Під час виконання завдань депозитної політики банки мають враховувати багато факторів, а саме[1]:

- зовнішні (макроекономічні), тобто стан ринку, на якому функціонує банк, ризики, рівень інфляції, конкуренція, попит на банківські послуги тощо.

- внутрішні (мікроекономічні) це прибутковість, ліквідність, розширення клієнтури, завоювання нових ринків, упровадження нових видів операцій тощо.

Основним завданням щодо формування депозитного портфелю є забезпечення у складі ресурсів стабільних, але недорогих коштів. Значним джерелом формування портфелю депозитів банківської системи є кошти домогосподарств. Цьому сприяє повернення довіри фізичних осіб до банківської системи, зростання доходів домогосподарств, частковий вихід країни з економічної кризи.

В першу чергу на структуру залучених ресурсів впливають стан банківського сектору та загальний стан економіки країни. На ріст депозитного ринку, в основному, впливає ріст грошових доходів суб'єктів господарювання та фізичних осіб, що дозволяє збільшувати у майбутньому обсяги активних операцій (рис. 1).

Рис. 1. Структура вкладів домогосподарств та нефінансових корпорацій у депозитній базі банківської системи України, млн. грн .

Джерело: складено автором на основі [2]

Рисунок свідчить, що кошти, залучені від юридичних осіб постійно змінюються у сторону збільшення. Так, на 31.12.2020 р. зазначені ресурси склали у зобов'язаннях банків 549 488 млн. грн, що на 77,0 % є більшим показників 2016 р. (станом на 31.12.2016 склали 310559 млн. грн.). Кошти фізичних осіб також мають тенденцію до збільшення. Станом на 31.12.2020. цей показник склав 730317 млн. грн, що на 64 % більше, ніж у 2016 р. (444676 млн. грн.) [2].

Значним джерелом формування портфелю депозитів банківської системи є кошти домогосподарств. Оскільки ріст обсягів депозитів без здійснення відповідних обсягів кредитування скорочує чистий процентний дохід банківських установ, вважаємо за доцільне дослідити структуру депозитних коштів домогосподарств за строками залучення (рис. 2).

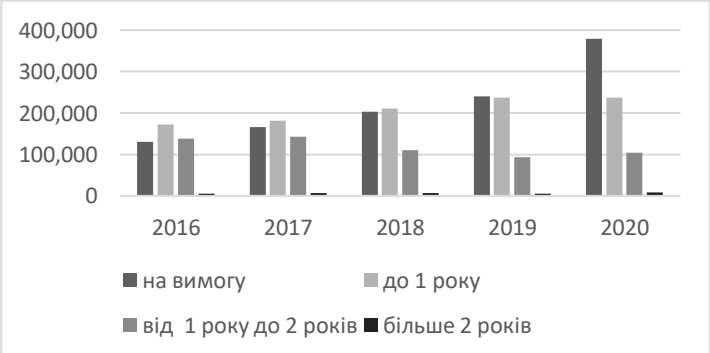


Рис. 2. Обсяги депозитів домогосподарств за строками залучення, млн. грн .

Джерело: складено автором на основі [2]

За досліджуваний період з 2016 р. по 2020р. у обсягах депозитів домогосподарств найбільшу частку мають кошти на вимогу та вклади строком до 1 року. Кошт вкладені на строк від 1 до 2 років стабільно зростають. Найменшу питому вагу у депозитному портфелі банків України займають депозит понад 2 років. Це можна пояснити відсутністю пропозиції таких вкладів з боку банків та недовірою клієнтів до банків.

Проведене дослідження доводить, що залучення депозитів банками в України можливе на короткостроковий період. Тому залучені кошти неможливо використовувати для проведення довгострокового кредитування національної економіки або цей процес тягне за собою значні ризики. Депонування коштів на тривалі терміни активізувало б кредитно-інвестиційну діяльність банків.

Перелік використаних джерел:

1. Коваленко М. О. Депозитна політика банків України та її вплив на ефективність залучення депозитних ресурсів. Київ, 2017. URL: http://www.investplan.com.ua/pdf/2_2017/9.pdf
2. Грошово-кредитна статистика НБУ. URL: https://bank.gov.ua › files › 3.2-Deposits.xls

УДК 368.013

Черкашин Інна
студентка групи ПФ-21
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна
Науковий керівник: Тимошик Наталія
кандидат економічних наук, доцент
доцент кафедри економіки та фінансів
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна
Inna Cherkashyn
student of the group PF-21
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine
Scientific adviser: Natalia Tymoshyk
Candidate of Economic Sciences, Docent
Associate Professor of the Economics and Finance Department
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

ВИКЛИКИ ТА ЗАГРОЗИ СТРАХОВОГО РИНКУ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ
CHALLENGES AND THREATS OF THE INSURANCE MARKET IN A PANDEMIC CONDITION

Невід'ємним елементом фінансового ринку є страховий ринок. Страхова сфера безпосередньо пов'язана з глобальним фінансовим ринком, оскільки кошти, отримані від страхувальників, потрібно постійно інвестувати. У великих страхових компаніях значну частину прибутку отримують саме від інвестиційної діяльності. З цих причин потрібно навчитись працювати та розвиватись у будь – яких умовах.

Сучасний страховий ринок в даний час знаходиться не в найкращому становищі із-за негативного впливу різних внутрішніх та зовнішніх чинників. Сьогодні внаслідок нестабільної економіки, війни на сході України та пандемії COVID–19 страхування розвивається недостатньо активно, проте стабільно і прослідковуються тенденції до майбутнього зростання. Вірус COVID–19 охопив майже весь світ, став причиною не тільки захворюваності та смертності населення, але й багатьох економічних та фінансових проблем.

Страхові компанії ретельно вивчають ситуацію з COVID-19 і вже оплачують страхові виплати страхувальникам та вигодонабувачам, рахують свої витрати та прогнозують ситуацію на майбутнє. За розрахунками корпорації Lloyd's, яка є лідером серед страхових компаній, втрати страховиків є дуже високими і надалі будуть збільшуватись [1].

На українському страховому ринку найуспішніші ТОП – 10 страховиків за валовими страховими преміями за версією журналу «Фориншурер» (табл. 1) по різному оцінюють ситуацію з пандемією. Багато компаній надають перевагу страхуванню туристів від COVID-19 і при поїздці за кордон оформляють страховий поліс. Також необхідно враховувати зростання захворюваності, нестачу ліжко-місць, апаратів ШВЛ. Страховики просто не взмозі виконувати свої обов'язки перед клієнтами, а це може призвести до втрати довіри з боку страхувальників.

З іншої сторони, в умовах пандемії існують як загрози, так і можливості. Українські страховики ввели нові програми страхування, зокрема, медичне страхування, щоб можна було оплатити лікування чи надати виплату в разі смерті через COVID–19. Водночас зросло безробіття через поширення інфекції. Ведеться пошук шляхів вирішення проблеми, зокрема, актуальним є партнерство між державою та страховими компаніями.

Багато страхових компаній світу після початку пандемії, почали працювати дистанційно, тобто можна у онлайн форматі отримати страховий поліс та проконсультуватись із спеціалістами.

Таблиця 1. Рейтинг страхових компаній за чистими страховими преміями та участь у програмах страхування від COVID-19

№	Назва компанії	Чисті страхові премії за 2020 р., тис грн	Участь у програмах стахування від COVID-19	Максимальна страхова сума
1	ARX	2188493	Так	200000 грн
2	Уніка	1887107	Тільки для туристів	1000-30000 євро
3	ТАС СГ	1649578	Так	1000-5000 євро
4	ІНГО Україна	1194312	Тільки для корпоративних клієнтів	50000 грн
5	Арсенал Страхування	1047981	Тільки для туристів	100000 грн
6	PZU Страхування	1010520	Так	3000 дол. США
7	Альфа Страхування	963070	Ні	50000 грн
8	Оранта	846403	Так	-
9	Універсальна	770795	Так	100000 грн
10	Провідна	754176	Так	50000 грн

У середині березня 2020 року страховики розмістили на своїх сайтах доволі цікаву інформацію про зміни в політиці у зв'язку з коронавірусом. Наприклад, у США страхова компанія, яка спеціалізується на страхуванні подорожей повідомила, що 48 страхових компаній готові покривати збитки від захворюваності коронавірусом у разі, якщо поліс був придбаний до 21 січня 2020 року. У Китаї, звідки і поширилась пандемія, великого удару зазнали страховики, які працюють у сфері медичного страхування. (табл. 2)

Таблиця 2

Наслідки впливу пандемії COVID-19 на функціонування страхового ринку

Позитивні наслідки	Негативні наслідки
1. Збільшення клієнтів у страховиків стосовно страхування життя та страхування на випадок захворюваності на COVID-19 2. Відкриття нових напрямів страхування	1. У період пандемії стало неефективне страхування в багатьох галузях, зокрема: -страхування працівників, оскільки у червоній зоні було мало підприємств, які працювали; - страхування туристів, адже важко виїхати за

3. Для вирішення ситуації з пандемією багато страхових компаній перейшли в онлайн – режим, що дозволило дистанційно оформити страховий поліс	кордон у даній ситуації. 2. У період пандемії збитки понесли практично всі страховики 3. Малі страхові компанії понесли великі збитки, внаслідок чого збанкрутували.

З метою налагодження своєї діяльності страховикам необхідно:

– зміцнити конкурентоспроможність;

– провести курси для клієнтів та громадян щодо підвищення страхової грамотності, шукати різні напрямки та діяти, щоб у період кризи страхова компанія змогла протистояти будь-якій несприятливій ситуації;

– відновити довіру страхувальників до страховиків [2].

Отже, світова економіка неочікувала такого швидкого поширення коронавірусу по всьому світу та виявилася не готовою до такої ситуації. До сьогодні немає основного погляду на проблему, немає бачення підходів для подолання кризових явищ. Страховому ринку України було кинуто виклик, спричинений пандемією коронавірусу, не всі змогли протиястояти та виграти цю боротьбу. Проте більшість шукала способи вирішення цієї проблеми: запровадили нові види страхування, створили онлайн-страхування, що допомогло страховикам залишитись «на плаву». Страховики особливо відчули попит на страхування від COVID-19 та були не готові забезпечити кожного страхувальника належним лікуванням, оскільки ліжко-місць у лікарнях як приватних, так і державних катастрофічно не вистачало. Страхові компанії почали визначати майбутній розвиток поширення вірусу та рахувати збитки, які, нажаль, є неминучими. Пандемія призвела до неминучих наслідків як позитивних. так і негативних, але з цієї ситуації кожен зробив свої висновки. Та в майбутньому економіка нашої країни буде більш готова для протистояння будь-якій кризовій ситуації.

Перелік використаних джерел:

1. Боднар О. А., Хоренженко В. В., Татаренкова Ю. В. Функціонування страхового ринку України в умовах пандемії COVID-19 : навч.посіб. Київ, 2021. 82 с.
2. Лой Ю. В. Страховий ринок та перспективи його розвитку: навч.посіб. Київ, 2020. 118 с.

УДК 336.74

Яковенко Світлана
викладач вищої категорії
Харківський державний
автомобільно-дорожній коледж, Лозівська філія, Україна
Svetlana Yakovenko
teacher of higher category, Kharkov State
road and road college, Lozova branch, Ukraine

ФІНАНСОВИЙ РИНОК УКРАЇНИ: ПРОБЛЕМИ СТАНОВЛЕННЯ І ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ
FINANCIAL MARKET OF UKRAINE: PROBLEMS OF FORMATION AND DEVELOPMENT TRENDS

В умовах ринкової економіки постійно відбуваються процеси акумулювання тимчасово вільних коштів різних суб'єктів ринку, їх подальший розподіл і напрямок у вигляді позичкового та інвестиційного капіталів в різні сфери економіки з метою її розвитку. Погіршення стану фінансового ринку під впливом економічних і політичних як зовнішніх, так і внутрішніх чинників, яке спостерігається в Україні, викликає економічні і фінансові кризи. Вони призводять до порушення його функціонування, зниження цінових показників, банкрутства учасників ринку, погіршення ліквідності і якості фінансових інструментів і т.п.

Основними методами поліпшення стану фінансового ринку є формування умов для забезпечення інвестиційного попиту з боку реального сектора економіки; залучення заощаджень населення в інвестиційну діяльність; створення інноваційних проектів привабливих для іноземних інвесторів.

Фінансовий ринок як важлива сфера фінансових відносин сприяє ефективному функціонуванню інших органів і підрозділів фінансової системи країни, займає важливе місце в фінансовій системі держави. На цьому ринку визначаються попит і пропозиція на різні фінансові інструменти [1, с. 7].

В сучасних умовах на ринку фінансових послуг склався ряд тенденцій і напрямків розвитку, які суттєво впливають на якість і специфіку послуг фінансових установ. До них можна віднести домінування банківського сектора над усіма іншими на фінансовому ринку. Фінансовий ринок України розвивається за європейською моделлю. Глобалізація світових економічних процесів і її вплив на фінансовий сектор також істотно позначаються на тенденції, що панують у фінансовому секторі економіки. Похідними від цього є процеси злиття і поглинання українських фінансових установ іноземними корпораціями, групами компаній, холдингами і т.д. [2, с. 137].

Фінансовий ринок включає в себе різні сегменти (валютний ринок, ринок цінних паперів, кредитний ринок і ринок фінансових послуг). Саме в розрізі цих сегментів слід проводити аналіз ринку. Деякі складові фінансового ринку в Україні розвинені добре (кредитний ринок), а інші знаходяться тільки на стадії розвитку (фондовий ринок). Провідне місце в структурі всього ринку займає фондовий ринок. Однак його недостатня розвиненість не дає можливість розвиватися в повній мірі інших складових ринку і всьому фінансовому ринку в цілому [3].

У країнах з ринковою економікою фондовий ринок вважається головним індикатором економічного стану країни. Функціональна роль, яку виконує фондовий ринок в довгостроковій перспективі, повинна сприяти підвищенню темпів приросту національного продукту і в цілому зростання добробуту населення. Однак рівень капіталізації в Україні не можна розглядати як індикатор розвитку фондового ринку, оскільки він практично ніяк не пов'язаний з ефективністю функціонування реального сектора економіки, а відображає особливості протікання процесів перерозподілу власності. Державне регулювання фінансового ринку полягає в здійсненні державою комплексних заходів щодо упорядкування контролю, нагляду за ринком та запобігання зловживанням і порушенням у цій сфері.

З метою створення фінансової системи, здатної забезпечувати сталий економічний розвиток за рахунок ефективного перерозподілу фінансових ресурсів в економіці на основі розвитку повноцінної ринкової конкурентоспроможного середовища у відповідності зі стандартами, ЄС і Національним банком України була розроблена Комплексна програма розвитку фінансового сектора України до 2020 року. В основу програми покладено такі базові принципи:

• європейська інтеграція;

• незалежність і ефективність роботи регуляторів, здійснення нагляду на основі оцінки ризиків;

• прозорість і високі стандарти розкриття інформації учасниками фінансового сектора і регуляторами;

• відповідальність і довіру між учасниками фінансового сектора і регуляторами;

• цілісність фінансової системи, всебічний захист прав кредиторів, споживачів і інвесторів [5, с. 3].

Для впровадження цих принципів були проведені ряд реформ в банківській системі, економіці, політиці. Однією з основних завдань є ліквідація корупції та «тіньової економіки» на всіх рівнях, неможливості їх поширення в різних сферах. Органам державної влади було розроблено і прийнято єдину стратегію розвитку фінансового сектора України. Поліпшення стану фондового ринку, залучення населення до інвестиційної діяльності та

капіталовкладень з боку іноземних інвесторів в Україні можливо тільки при стабілізації економічної і політичної ситуації.

Перелік використаних джерел:

1. Маслова С.О., опал А.А. Фінансовий ринок: навч. 3-е изд., Виправлене. К .: Каравела, 2008. 344 с.

2. Урусова З.П., Ярмош В.В. Проблеми і перспективи розвитку ринку фінансових послуг в Україні / З.П. Урусова, В.В. Ярмош // Вісник Полтавської державної аграрної академії. 2014. № 2. С. 137-139.

3. Лисенко, Ж.П. Фінансовий ринок України - стан, тренди та напрямки розвитку / Ж.П. Лисенко // Ефективна економіка. 2014. № 6.

4. Річний звіт НКЦПФР за 2014 рік. Ринок цінних паперів. Європейський вибір: нові можливості та зростання в 2015 році. URL: http://www.nssmc.gov.ua/user_files/content/58/1434454281.pdf

5. Комплексна програма розвитку фінансового сектора України до 2020 р Постанова Правління НБУ від 18.06.2015 р № 391. URL:: http://www.bank.gov.ua/doccatalog/document?id

СЕКЦІЯ 5
Інновації у глобальній біржовій сфері та банківській діяльності

УДК 336

Золота Наталія
студентка групи ПФс-41
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна
Науковий керівник: Панухник Олена
доктор економічних наук, професор
завідувач кафедри економіки та фінансів
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна
Natalia Zolota
student of the group PFs-41
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine
Scientific supervisor: Olena Panukhnyk
Doctor of Sciences (Economics), Professor
Head of the Department of Economics and Finance
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

УПРАВЛІННЯ ПРОБЛЕМНИМИ КРЕДИТАМИ БАНКУ
MANAGEMENT OF BANK'S PROBLEM LOANS

Послуги кредитування приносять значну частку доходу українських банків, але вони є достатньо ризиковими. В Україні постійно зростають обсяги кредитування, водночас зменшується платоспроможність фізичних і юридичних осіб, а тому і збільшується частка проблемної заборгованості в кредитних портфелях банків.

Значний обсяг проблемної заборгованості спричиняє необхідність створення більших резервів банку, що зменшує можливості для проведення активних операцій і зменшує прибуток банку.

Кожний комерційний банк ставить собі за мету забезпечення високої якості власного кредитного портфеля, який включає агреговану балансову вартість усіх кредитів, зокрема прострочених, пролонгованих та сумнівних щодо повернення [1].

Згідно з визначенням Базельського комітету із банківського нагляду «проблемний кредит» – це кредитний продукт, за яким є істотні порушення строків виконання зобов'язань перед банком, істотне погіршення фінансового стану боржника, істотне погіршення якості чи повна втрата забезпечення [2].

Причини виникнення таких кредитів можуть бути як зовнішні, так і внутрішні. До зовнішніх належать: політичне становище (військові дії у східному регіоні та анексія АР Крим), економічне становище (спад в економіці, девальвація гривні, зниження обороту виробництва основних галузей), а також зміни законодавства.

Внутрішні причини можуть виникати зі сторони позичальника або зі сторони банку. З сторони позичальника: погіршення фінансового становища, помилки менеджменту, небажання клієнта повертати кредит, форс-мажорні обставини та інше. З сторони банку це можуть бути недосконала кредитка політика, помилки під час аналізу кредитної документації, відсутність належного контролю та інше.

Зростання заборгованості є негативним явищем для діяльності комерційного банку, тому що значний розмір заборгованості впливає на ліквідність банку, що може призвести до його неплатоспроможності і банкрутства. Існування проблемних кредитів потребує формування значних резервів банку. Проблема непрацюючих кредитів стала ще більш гострою після економічної кризи у 2014-2016 роках та початку військових дій на Сході, а також коронавірусної кризи у 2020-2021 роках, що призвело до зменшення платоспроможності населення, як наслідок, неможливість погасити заборгованість перед банком.

Банки в Україні зазвичай використовують три стратегії управління проблемними кредитами:

1. Стратегія управління – банк продовжує утримувати проблемні кредити на балансі. Така ситуація зазвичай вирішується через реструктуризацію або стягнення заборгованості через суд.

2. Стратегія продажу – банк продає проблемні кредити третій стороні.

3. Стратегія списання – банк списує проблемні кредити і припиняє заходи для стягнення заборгованості.

Управління такими кредитами мають здійснювати окремі підрозділи, що в межах своїх повноважень зможуть приймати конкретні рішення та нести відповідальність за них у подальшому.

Основними методами повернення проблемних кредитів є:

- Кредитні канікули;
- Пролонгація кредиту;
- Зниження відсоткової ставки;
- Відміна пені;
- Зміна схеми погашення кредиту;
- Переведення валютних кредитів в гривневі;
- Припинення кредитних відносин із позичальником:
- Звернення до колекторських фірм;
- Продаж кредиту третім особам;
- Судовий позов про стягнення боргу;
- Продаж застави та закриття кредитної угоди.

В Україні за 2020 рік частка непрацюючих кредитів скоротилася. На початку 2020 року проблемні кредити становили 52,9%. За рік показник знизився до 48,4%. Причому обсяг проблемних кредитів зменшився в усіх групах банків:

- державні банки – з 55% до 49,3%,
- приватні банки – з 23% до 18,6%,
- іноземні банки – з 38,5% до 32,5% [4].

Виділимо такі шляхи подолання проблемної заборгованості українських банків:

- Застосування нових методик при оцінці платоспроможності клієнта;
- Створення єдиної бази кредитних історій;
- Застосування факторингу;
- Спрощення досудових процедур;
- Посилення нагляду за банківською діяльністю;
- Вибір та реалізація моделі реструктуризації проблемних активів.

Дані заходи допоможуть мінімізувати кредитні ризики в банківській сфері, зменшити кількість проблемної заборгованості, і відповідно, забезпечити нормальний фінансовий стан комерційного банку й економічне зростання держави загалом.

Отже, економічна криза та інші макроекономічні фактори негативно впливають на банківську діяльність. Ефективне управління проблемними кредитами допоможе комерційному банку продуктивно використовувати активи і фінансові ресерси, зберегти ліквідність, платоспроможність та фінансову стійкість.

Перелік використаних джерел:
1. Закон України «Про банки і банківську діяльність» від 7 груд. 2000 р. № 2121-III.
2. Офіційний сайт Базельського комітету з банківського нагляду. URL: https://www.bis.org/bcbs/index.htm
3. Макаренко Ю. П., Онищенко І. С. Теоретичні аспекти системи управління проблемною заборгованістю в банках. Економічна наука. Інвестиції: практика та досвід № 1, 2019. С. 18-23.
4. Офіційне Інтернет-представництво Національного банку України. URL: https://bank.gov.ua/news/all/u-2019-rotsi-chastka-nepratsyuyuchih-kreditiv-u-bankah-vpershe-za-ostanni-roki-znizilasya-nijche-50

УДК 336.7

Стещенко Данило
аспірант
Харківський національний аграрний університет ім.В.В.Докучаєва
Науковий керівник: Кошкалда Ірина
доктор економічних наук, професор
керівник кафедри управління земельними ресурсами та кадастру
Харківський національний аграрний університет ім.В.В.Докучаєва
м. Харків, Україна
Danylo Steshchenko
Post-graduate student
Kharkiv National Agrarian University named after V.V. Dokuchayev
Kharkiv, Ukraine
Scientific supervisor: Irina Koshkalda
Doctor of Economic Sciences, Professor
Chair of the Department of Land Resources Management and Cadastre
Kharkiv National Agrarian University named after V.V. Dokuchayev
Kharkiv, Ukraine

ФІНАНСОВІ ІННОВАЦІЇ ТА ФІНАНСОВІ РЕСУРСИ У ДІЯЛЬНОСТІ БАНКІВ ЗА УМОВ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ
FINANCIAL INNOVATIONS AND FINANCIAL RESOURCES IN THE ACTIVITIES OF BANKS UNDER THE CONDITIONS OF GLOBALIZATION

Зумовлені глобалізацією суттєві зміни відбулися за останні роки в сфері корпоративних, фінансових та інвестиційних капіталів, що сприяло, зокрема, бурхливому розвитку фінансових інновацій. Виникнення й широке застосування фінансових інновацій призвело до появи нової фінансової науки, яка отримала назву «фінансовий інжиніринг».

Зокрема фактори, що сприяють появі та впровадженню фінансових інновацій та основні рівні їхнього прояву: так, глобалізація та підвищена активність ринків, існування на міжнародних ринках можливості для арбітражу, глобальні ризики, технологічні досягнення в сфері обробки інформації та телекомунікації спостерігаються на мегарівні; накопичення національного багатства, особливості віросповідання, етичні норми поведінки суб'єктів господарювання, принципи регулювання – на макрорівні; необхідність мінімізації витрат, сегментація ринків, податки, агентські питання та інформаційна асиметрія, економічні інтереси суб'єктів, конкуренція – на мікрорівні. Фінансова інновація може бути представлена у вигляді фінансового інструмента та фінансової технології.

Під поняття «фінансові інновації» у науковій літературі розуміється процес, спрямований на розроблення нових або удосконалення існуючих фінансових продуктів (послуг), технології їх просування, а також нових інноваційних методів управління банківською установою з метою отримання додаткових доходів та конкурентних переваг. При цьому розглядаючи фінансові інновації варто виділити наступні напрямки їх запровадження :

− продуктові інновації – полягають у розробці нових або модифікації існуючих фінансових продуктів;

− процесні інновації, відображають удосконалення фінансових бізнес-процесів у рамках програм комплексного управління якістю -TQM (англ. Total Quality Management);

− маркетингові інновації - інновації у каналах збуту та маркетингових комунікаціях комерційного банку;

− технологічні інновації, що пов'язані з розвитком технічних можливостей функціонування банку;

− управлінські інновації, що стосуються змін організаційної структури банку, механізмів планування, контролю, стимулювання тощо.

Продуктові інновації можна розглядати: − як процес створення принципово нових фінансових продуктів (створення нового банківського продукту, що має більш привабливі споживчі властивості, в порівнянні з пропонованими раніше); − як процес вдосконалення окремих характеристик існуючих продуктів (удосконалення існуючого банківського продукту, з метою задоволення неврахованих раніше потреб клієнтів).

Процесні інновації – полягають у впровадженні нових або удосконаленні існуючих технологій, способів діяльності, обладнання та програмного забезпечення [1].

Маркетингові інновації – інновації у каналах збуту та маркетингових комунікаціях комерційного банку. Характеризуючи даний напрям запровадження фінансових інновацій варто відмітити, що наразі найбільш актуальні три тенденції: трансформація фінансових відділень, використання соціальний мереж у якості каналу комунікації та курс на віртуальний банкінг.

Технологічні фінансові інновації передбачають створення нових і вдосконалення існуючих технологій у сферах надання фінансових послуг, оброблення та захисту інформації, розроблення нових фінансових продуктів, технологічного забезпечення й технічного обладнання [2].

На наш погляд фінансові ресурси банків для впровадження інновацій повинні охоплювати: ресурси на проведення досліджень та розробок, а також для забезпечення роботи спеціального підрозділу, що займається організацією інноваційної діяльності; фінансування маркетингових досліджень з вивчення ринку, маркетингових компаній з просування інноваційних продуктів; ресурси на створення різноманітного технологічного забезпечення надання інноваційних послуг, на розробку програмних продуктів або придбання їх у спеціалізованих компаній; фінансування консалтингового обслуговування; витрати на навчання, перепідготовку персоналу та стимулювання його інноваційної активності; витрати на забезпечення захисту прав інтелектуальної власності на інноваційні рішення. Багато експертів стверджують, що попри технологічні інновації, домінантну роль у майбутньому все ж будуть відігравати інновації соціальні [3].

Попри складну і не завжди прогнозовану економічну ситуацію саме фінансові інновації здатні бути тим інструментом, що може забезпечити подальший розвиток українського банківського сектору. Варто відмітити, що українські банки також слідують цим тенденціям, і деякі світові фінансові інновації вже успішно використовуються на українському ринку. Тому важливими є подальші дослідження у цьому напрямі, адже впровадження фінансових інновацій дуже динамічний процес. До того ж не всі інноваційні рішення набувають масового характеру, а успішні фінансові інноваційні рішення в одних країнах, можуть пройти непоміченими в інших. Отже, важливими є подальші розвідки подальших фінансових інновацій в Україні.

Перелік використаних джерел:

1. Єгоричева С.Б. Інноваційна діяльність комерційних банків: стратегічні аспекти: монографія / С.Б. Єгоричева; ВНЗ укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі». Полтава: ТОВ «АСМІ», 2010. 348 с

2. Степаненко О.П. Тенденції інноваційного розвитку банківської системи України / О.П. Степаненко // Актуальні проблеми економіки. № 6(132). 2012. С. 275-282

3. Tufano P. Financial Innovation: The Last 200 Years and the Next / P. Tufano // The Handbook of the Economics of Finance / Edited by George M. Constantinides, Milton Harris and René M. Stulz. - JAI Press, Inc., 2003. P. 307-335

СЕКЦІЯ 6
Страховий ринок України – каталізатор чи стримувач прогресивних змін у вітчизняній економічній системі?

УДК 330

Любінська Ольга
студентка групи ПФс-41
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна
Науковий керівник: Панухник Олена
доктор економічних наук, професор
завідувачка кафедри економіки та фінансів
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна
Olha Liubinska
student of the group PFs-41
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine
Scientific supervisor: Olena Panukhnyk
Doctor of Sciences (Economics), Professor
Head of the Department of Economics and Finance
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

СТАН І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ НЕДЕРЖАВНОГО ПЕНСІЙНОГО СТРАХУВАННЯ
STATE AND PROSPECTS OF DEVELOPMENT OF NON-STATE PENSION INSURANCE

На сьогоднішній день діюча система пенсійного забезпечення України перебуває у процесі трансформації. Оскільки, наявна пенсійна система характеризується неспроможністю забезпечувати достатні пенсійні виплати, виникає потреба в побудові пенсійної системи, яка відповідає вимогам ринкової економіки та яка зможе забезпечити гідні соціальні умови для населення.

Сучасна пенсійна система нездатна забезпечити гідної старості у майбутньому, а процес старіння населення та зростання частки осіб пенсійного віку, спричинило зростання фінансового навантаження та, зокрема, соціального на частку працюючого населення країни. Саме ці фактори стали безпосередньою причиною зростання уваги нашого суспільства до розвитку та використання системи недержавного пенсійного страхування, а також вихід на ринок фондів, які мають на меті здійснювати таку діяльність. Зазначимо, що саме рівень розвитку недержавного пенсійного забезпечення є одним з показників економічного та соціального становища населення країни та його соціального захисту.

Недержавне пенсійне страхування в економічно розвинених країнах займає одне з ключових місць у системі пенсійного забезпечення. У таких країнах свідомі, фінансово грамотні громадяни розуміють, що не завжди потрібно розраховувати на фінансове забезпечення у вигляді пенсійних виплат зі сторони держави, а необхідно самостійно забезпечувати собі гідне життя у похилому віці. Саме тому недержавні пенсійні фонди у всьому світі є ключовим суб’єктом у цьому питанні.

Окремі питання розвитку недержавного пенсійного страхування були предметом наукових досліджень низки вітчизняних вчених та науковців, зокрема висвітлені в працях

таких науковців, як: Базилевич В., Говрушко А., Городецька О., Коваль О., Кравцова І.В., Назарова Г.В., Небаби Н.О., Фисуна І.В., Шумило М., а також низки інших дослідників.

Згідно з Законом України «Про недержавне пенсійне страхування», система недержавного пенсійного забезпечення – це складова частина системи накопичувального пенсійного забезпечення, яка ґрунтується на засадах добровільної участі фізичних та юридичних осіб, крім випадків, передбачених законами, у формуванні пенсійних накопичень з метою отримання учасниками недержавного пенсійного забезпечення додаткових до загальнообов'язкового державного пенсійного страхування пенсійних виплат [1].

Отже, недержавне пенсійне забезпечення можна охарактеризувати, як систему добровільного формування пенсійних накопичень свідомими громадянами, які мають на меті отримання додаткових пенсійних виплат.

Зазначеним вище Законом сформульовано, що недержавне пенсійне забезпечення здійснюється [1]:

1. Пенсійними фондами. Завдяки пенсійним фондам люди можуть накопичувати кошти для отримання додаткової пенсії, шляхом укладення пенсійних контрактів у яких суб'єктами виступають адміністратор пенсійного фонду та вкладник коштів даного фонду;

2. Страховими організаціями. Таким чином відбувається пенсійне накопичення коштів за допомогою укладення договорів страхування довічної пенсії з членами фонду, страхування ризику настання інвалідності або смерті учасника фонду.

3. Банківськими установами. Людина, яка має намір накопичувати кошти для отримання додаткових пенсійних виплат укладає договорів про відкриття пенсійного депозитного рахунку для накопичення пенсійних заощаджень в установі банку.

Оскільки недержавне пенсійне забезпечення здійснюється за допомогою недержавних пенсійних фондів, доцільно проаналізувати їх діяльність. Станом на сьогоднішній день в Україні є 58 діючих пенсійних фондів недержавної форми власності. Проаналізуємо детальніше показники діяльності таких пенсійних фондів за 2020-2021 роки у таблиці 1.

Таблиця 1

Динаміка ключових показників діяльності пенсійних фондів недержавної форми власності

Показники	Станом на 31.03.2020	Станом на 31.03.2021	Темп приросту, %
Кількість укладених пенсійних контрактів, тис. шт.	79,6	90,9	14,2
Загальна кількість учасників НПФ, тис. осіб	878,3	886,9	1,0
Пенсійні виплати, млн. грн	986,7	1 150,4	16,6
Пенсійні внески, всього, млн. грн.	2 219,1	2 440,4	10,0

Примітки. Складено автором самостійно на основі даних джерела [2]

Отож, згідно з даними таблиці 1, станом на 31.03.2021 адміністраторами недержавних пенсійних фондів укладено 90,9 тис. шт. пенсійних контрактів, що більше на 14,2% (11,3 тис. шт.) порівняно із 31.03.2020.

Загальна кількість вкладників за період з 31.03.2020 по 31.03.2021 зросла на 1%.

Проаналізувавши пенсійні виплати зазначимо, що станом на 31.03.2020 сума пенсійних виплат становила 986,7 млн. грн, а станом на 31.03.2021 – 1 150,4, отож спостерігаємо збільшення пенсійних виплат на 16,6%.

Сума пенсійних внесків станом на 31.03.2021 становить 2 440,4 млн. грн., збільшившись на 10,0% (221,3 млн. грн.) в порівнянні з аналогічним періодом 2020 року.

Оскільки недержавне пенсійне забезпечення здійснюється і через страхові компанії, то зазначимо, що станом на 30.06.2021 в Україні є 19 компаній зі страхування життя (СК «Life»), а у 2020 році було офіційно зареєстровано – 20 компаній [3]. Така негативна тенденція є наслідком впливу на фінансовий ринок України світової економічної кризи,

неплатоспроможності страхових компанії, внутрішньої нестабільності. За 2019 рік сума отриманих страховиками валових премій зі страхування життя – 4 624,0 млн грн, а станом на 31.06.2021 сума отриманих страхових премій становила – 2,7 млрд. Отож, спостерігаємо незначне збільшення сум страхових премій.

Розглядаючи діяльність банківських установ у сфері недержавного пенсійного страхування відзначимо, що останнім часом все більше банків пропонують своїм клієнтам відкриття пенсійних депозитних рахунків для накопичення пенсійних заощаджень, але у зв'язку з кризовими явищами та низькими доходами громадян, даний вид послуг є все ще не достатньо розвиненим.

Отже, проаналізувавши сучасний стан недержавного пенсійного страхування, діяльність пенсійних фондів недержавної форми власності та страхових компаній, зазначимо, що на сьогоднішній день недержавне пенсійне страхування в Україні є не дуже популярною практикою серед громадян, але навіть попри це, недержавні пенсійні фонди та страхові компанії показують приріст по залученні кількості осіб, відкритті договорів та сумі акумульованих коштів. На нашу думку, для розвитку системи недержавного пенсійного забезпечення необхідно підвищувати рівень фінансової грамотності серед населення, сприяти підвищенню довіри людей до фінансово-кредитних установ.

У цілому, розвиток недержавного пенсійного забезпечення позитивно впливатиме на економічне становище в країні, підвищення якості життя населення та призведе до зміцнення соціального захищення населення.

Перелік використаних джерел:

1. Про недержавне пенсійне забезпечення: Закон України від 09.06.2003 р. № 1057-IV. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/105715?ed=20060114

2. Підсумки розвитку системи недержавного пенсійного забезпечення станом на 31.03.2021.URL: https://www.nssmc.gov.ua › npf_1_kv-2021

3. Підсумки страхового ринку України за 1 півріччя 2021 року: $ 925 млн премій.URL: https://tbt-broker.com/news/itogi-strahovogo-rynka-ukrainy-za-1-polugodie-2021-goda-925-mln-premij

УДК 330

Могильська Василина
студентка групи ППс-31
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна
Науковий керівник: Тимошик Наталія
кандидат економічних наук, доцент
доцент кафедри економіки та фінансів
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна
Vasylyna Mohylska
student of group PPs-31
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine
Scientific supervisor: Nataliia Tymoshyk
PhD (Economics), Docent
Associate Professor at the Department of Economics and Finance Department
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

ІНВЕСТИЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ СТРАХОВИХ КОМПАНІЙ
INVESTMENT POTENTIAL OF INSURANCE COMPANIES

Одним із головних завдань України для забезпечення економічного зростання є подолання інвестиційної кризи. Зараз у нашій державі роль страховика-інвестора є недооціненою на загальнодержавному рівні і на рівні менеджменту компанії страхування.

Інвестиційний потенціал страхової компанії – це сукупність коштів, які є тимчасово вільними в залежності із страховими зобов'язаннями. Його можна визначити комплексом динамічних й статичних показників розвивання компаній страхування, що містять в собі вартість активів, їхню структуру та використання, динаміку змін тощо.

Однією з умов забезпечення платоспроможності страхових компаній відповідно до українського закону "Страхування" є встановлення страхового резерву, достатнього для майбутніх виплат страхових внесків, страхових виплат та належне їх укладання відповідно до принципу диверсифікації, оборотності, здатність до ліквідності та прибутковості.

Перший принцип інвестиційної діяльності - це принцип безпеки. Це стосується активів, що покривають страхові резерви та вільних активів. Цей принцип забезпечує найбільш надійне розподіл активів та забезпечує їх повну віддачу.

Другий принцип - це рентабельність інвестицій. Активи, розміщені страховиком відповідно до принципу безпеки, також повинні забезпечувати стабільний і достатньо високий дохід.

Третій принцип - ліквідність об'єктів інвестування. Страхові компанії завжди повинні мати надійні, високоприбуткові активи, щоб забезпечити їх легке перетворення в готівку, щоб забезпечити своєчасну виплату страхових сум за договором.

Четвертий принцип - диверсифікація інвестиційної діяльності. Він використовується для розподілу страхових резервів між різними видами інвестицій для мінімізації інвестиційних ризиків, забезпечуючи тим самим фінансову стабільність, високу прибутковість та належний рівень ліквідності інвестиційного портфеля страхової компанії.

Інвестиційна і страхова діяльність взаємопов'язані між собою навіть тоді, коли першою метою є отримання прибутку, а другою – захист від ризиків та покривання збитків.

У цьому випадку для забезпечення платоспроможності мають бути дотримані такі умови:

1) наявність статутного фонду, що сплачується страховою компанією-резидентом або маржі філії страхової компанії-нерезидента та гарантійного фонду страхової компанії;

2) створення страхових резервів, достатніх для майбутніх виплат страхових сум і страхових відшкодувань;

3) перевищення фактичного запасу платоспроможності страховика над розрахунковим нормативним запасом платоспроможності [1].

Незначний розвиток інвестиційного потенціалу страхових компаній в Україні пояснюється такими причинами:

- недорозвинутий фондовий ринок і обмеженість ефективних інструментів фонду;
- суворе державне регулювання процесу розподілу коштів страхових резервів;
- низький рівень державного регулювання інвестиційних процесів;
- недостатність інформації про об'єкти інвестування;
- присутність високих інвестиційних ризиків.

Втрата активів чи зниження їхньої вартості призведе до того, що розмір зобов'язань страховика не відповідатиме величині активів, які мали б забезпечити їх виконання. Так само, це збільшить ризики невиконання зобов'язань страховиками перед тими хто страхуватиме відповідно до укладених договорів. Тоді виникатиме потреба змінити вимоги до якості активів та підвищити вимоги щодо їхньої диверсифікації.

Інвестиційна діяльність відіграє ключову роль у забезпеченні сталого економічного зростання та ефективної реалізації політики економічних реформ. Для того, щоб особлива позиція в інвестиційному процесі належала страховій компанії, вона мобілізує більшість фінансових ресурсів юридичних та фізичних осіб і спрямовує їх до різних видів інвестицій, виконуючи функції інституційних інвесторів.

Головною перешкодою для збільшення інвестиційної діяльності страхових компаній є складне економічне становище країни. Фінансова нестабільність, наявність високих інвестиційних ризиків, нерозвиненість фондового ринку призвели до консервативності управління страховими компаніями інвестиційних портфелів та неефективного розподілу

страхових резервів. Як важливий системний компонент фінансової інфраструктури, страхові компанії повинні підвищити свою ефективність за рахунок збільшення ресурсної бази та оптимізації структури розподілу накопичених коштів.

Активізація інвестиційної діяльності страховими компаніями тісно пов'язана зі зростанням попиту на послуги зі страхування життя, оскільки резерви страхування життя мають довгострокову основу. Проблему залучення цих джерел інвестицій слід вирішити шляхом запровадження стимулів для фізичних та юридичних осіб, переважно оподаткування. Адже дослідження показують, що показники розвитку цього сектору страхового ринку повністю залежать від фінансового стану населення та соціально-економічного стану країни.

Видно, що страхові компанії безпосередньо стикаються з великими труднощами на етапі відбору фінансових активів. При цьому вони намагаються приймати фінансові рішення високого рівня в найбільш ризикованих сферах інвестування для досягнення своїх інвестиційних цілей. Страхові компанії використовують більшу частину своїх страхових резервів на банківські депозити та інвестують у державні цінні папери. Невеликий розмір та низька ліквідність ринку цінних паперів компанії у поєднанні з борговим характером вітчизняної економіки змусили їх обрати прості та доступні фінансові інструменти. Збереження технічних та математичних резервів на банківських депозитних рахунках або в іноземній валюті - це засіб економії та захисту від інфляційних ризиків, але він не забезпечує реального збільшення капіталу, наприклад, інвестування в акції. Страхові компанії мають перевагу перед іншими інституційними інвесторами - вони можуть торгувати на фінансовому ринку з довгостроковою тенденцією (зазвичай більше одного року), тому ймовірність збитків у кілька разів нижча, ніж у короткострокових періодах інвестування. Українським вченим і практикам страхові компанії слід ретельно і критично переглянути досвід інвестиційної діяльності іноземних партнерів, щоб значно зміцнити внутрішній ринок страхових послуг.

Перелік використаних джерел:

1. Коваленко Ю. М., Літвін Я. А. Фінансово-інвестиційний потенціал страхових компаній в Україні. *Збірник наукових праць Університету державної фіскальної служби України*, №1, 2019. С. 109-124.

2. Рекуненко І. І., Чорна С. В. Особливості інвестиційної діяльності страхових компаній. *Економіка і суспільство*. Вип. 8. 2017. С. 666-672.

3. Шишпанова Н. О. Напрями активізації інвестиційної діяльності страхових компаній України. *Агросвіт*. № 21. 2019. С. 59-65.

СЕКЦІЯ 7
Економічно ефективна торгівля: розуміння суті та сучасні підходи до її ведення

УДК 65.014.1

Калінін Назар
студент групи ППм-51
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
Науковий керівник: Маркович Ірина
кандидат економічних наук, доцент
доцент кафедри економіки та фінансів
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна
Nazar Kalinin
student of group PPm-51
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine
Scientific supervisor: Iryna Markovych
PhD (Economics), Docent
Assosiate Professor of Economics and Finance Department
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

СУТНІСТЬ, ФУНКЦІЇ ТА ОСНОВНІ РІЗНОВИДИ КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА
ESSENCE, FUNCTIONS AND MAIN VARIETIES OF BUSINESS ACTIVITIES OF THE ENTERPRISE

В умовах ринкової економіки одним із найбільш важливих елементів управління підприємством виступає управління його комерційною діяльністю. Комерційна діяльність являється ключовою умовою формування та розвитку споживчого ринку, сфери комерційного підприємництва в нашій країні, де відбувається обмін грошей на товари, а також товарів на гроші. Комерційну діяльність слід визначати як процес, котрий пов'язаний із реалізацією купівлі та подальшого продажу товарів, задоволенням споживчого попиту, формування і розвитком цільових товарних ринків, мінімізацією витрат обігу та забезпечення максимізації отриманням прибутку. В процесі закупівлі та подальшого постачання товарів здійснюється вивчення споживчого ринку, забезпечується налагодження господарських взаємозв'язків із постачальниками, здійснюються торгівельні операції, котрі спрямовані на комерційні угоди, укладання контрактів та товарно-грошовий обмін. Комерційна діяльність будь-якого підприємства повинна супроводжуватися різноманітними комерційними діями та рішеннями, беручи до уваги сучасну ринкову кон'юнктуру та вплив безпосереднього оточення підприємства.

В науковій літературі визначено основні підходи до дослідження поняття «комерційна діяльність підприємства». Зокрема, Апопій В. визначає її як «спосіб реалізації комерційних процесів як послідовного виконання операцій, що забезпечують організаційні, економічні, соціальні, правові аспекти товарно-грошового обміну» [1].

Кісельов А. у праці «Основи бізнесу» зазначає, що «...торгівлю здійснюють підприємства (фірми), які спеціалізуються на продажу або перепродажу товарів з метою отримання прибутку. Такий вид діяльності називається комерційним. Тому підприємницькі структури, що займаються торгівлею і торгово-посередницькою діяльністю, називають комерційними структурами. Проте комерційною діяльністю сьогодні займаються не тільки

спеціалізовані підприємства. Цей вид діяльності тією чи іншою мірою притаманний усім підприємницьким структурам незалежно від форм власності, до яких вони належать» [3].

Науковці Русєва О. та Балан А. подають наступне визначення комерційної діяльності: це особливий вид діяльності, що охоплює обмін матеріальними цінностями і послугами, торговельні операції з придбання матеріально-технічних ресурсів і реалізації продукції [5].

Таким чином, комерційна діяльність – виступає особливим різновидом господарської діяльності, що пов'язана із реалізацією товарів чи послуг, від якої напряму залежатимуть кінцеві результати господарської діяльності будь-якого підприємства. Комерційна діяльність також є частиною підприємницької діяльності та відрізняється від неї тільки тим, що не охоплює сам процес виготовлення товару, а стимулює його подальшу комерціалізацію (продаж, обслуговування, сервіс).

Теоретичний підхід до дослідження сутності комерційної діяльності передбачає розгляд її як системи у взаємозв'язку всіх елементів, поданні її як цілісного явища. Функціональний аспект бізнесу передбачає поділ її (системи комерційної діяльності) на шість її основних функцій [2]:

1) фінансового забезпечення;
2) матеріально-технічного забезпечення;
3) інформаційного забезпечення;
4) закупки товарів;
5) найму робочої сили;
6) продажу (збуту) товарів і послуг як власне комерційної функції.

Зазначені функції визначають специфіку комерційної діяльності, а саме реалізацію процесу закупівлі та подальшого продажу товарів, інформаційне та матеріально-технічне забезпечення господарських процесів на підприємстві, наповнення фінансової бази та найм кваліфікованої робочої сили для ефективного функціонування підприємства.

Для обґрунтування основних функцій, ролі та значення комерційної діяльності в діяльності підприємства охарактеризуємо її основні різновиди. Щодо зазначеного питання в економічній літературі виділяють різноманітні точки зору.

Зокрема, комерційна діяльність підприємства диференціюється: за об'єктом купівлі-продажу:

– фактори виробництва, необхідні для здійснення виробничого процесу;

– вироблені товари й створені технології; вільні виробничі активи; вільні кошти й паперові активи;

– за роллю підприємства в процесі купівлі-продажу: в одних випадках воно є покупцем, в інших – продавцем;

– за характером зміни права власності: право власності переходить іншій особі – продаж, купівля; право власності не переходить іншій особі – оренда, лізинг;

– за характером вигоди в результаті угоди: безпосереднє одержання прибутку (реалізація виготовлених товарів і розроблених технологій, виконання робіт і надання послуг), створення умов для одержання прибутку в майбутньому (придбання факторів виробництва), зниження витрат виробництва (продаж і здача в оренду вільних активів), капіталізація вільних коштів (інвестування в цінні папери) [4].

Різноманітні також ринки, на яких здійснюється комерційна діяльність. Виокремлюють такі типи ринки:

– за видом товарів (ринки споживчих товарів, факторів виробництва, виробничих активів, цінних паперів);

– за державною належністю (внутрішній ринок, зовнішній ринок);

– за правами учасників ринку (вільні економічні зони, зони вільної торгівлі, офшорні зони).

Зазначимо, що комерційну діяльність варто окреслювати як діяльність на ринку факторів виробництва, де підприємство спочатку є покупцем, і на ринку вироблених підприємством товарів, де воно є продавцем.

Діяльність підприємства на ринках визначає сферу комерційної діяльності, метою якої виступає отримання доходів та прибутку підприємством. В умовах ринкової економіки комерційна діяльність як спосіб реалізації комерційних відносин стає домінуючою. Саме ці відносини всебічно стимулюють виробництво, надають динаміку потребам, активізують товарно-грошовий обмін. З огляду на це комерційна діяльність є об'єктивно необхідною категорією ринкової економіки, до того ж надзвичайно складною за своїм характером і змістом [4].

Узагальнюючи результати дослідження необхідно відзначити, що комерційною діяльністю визнається діяльність будь-якого підприємства, котра в умовах конкурентного середовища спрямована на реалізацію управління процесами купівлі-продажу для задоволення споживчого попиту, отримання фінансових вигід та забезпечення зростання капіталізації її суб'єкта. Основні операції, котрі пов'язані із реалізацією підприємством комерційної функції, мають значну кількість спільних рис із торговельними, поряд із цим містять істотні відмінності, що виокремлюють комерційну функцію із-поміж інших у сфері товарно-грошового обігу.

Перелік використаних джерел:

1. Апопій В. В.. Комерційна діяльність : підруч. К. : Знання, 2008. 558 с.
2. Бабух І.Б. Теоретичні підходи до аналізу комерційної діяльності та управління нею. *Науковий вісник Ужгородського національного університету.* 2016. Вип. 10 (1). С. 23-26
3. Кісельов А. П. Основи бізнесу. К. : Вища шк., 1997. 191 с.
4. Крисько Ж. Сутність та види комерційної діяльності підприємства. *Українська наука: минуле, сучасність та майбутнє.* 2013. Вип. 18.С. 75-83.
5. Русева О. Н., Балан А. С. Стратегическое управление коммерческой деятельностью предприятия. *Труды Одесского политехнического университета.* 2003. Вып. 2 (20). С. 1–4.

УДК 339

Одайський Олександр
студент групи ПФм-51
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна
Науковий керівник: Винник Тетяна
кандидат економічних наук, доцент
доцент кафедри економіки та фінансів
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна
Oleksandr Odaiskyi
student of group PFm-51
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine
Scientific supervisor: Tetiana Vynnyk
PhD (Economics), Docent
Associate Professor Department of Economics and Finance
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

ЕКСПРЕС-АНАЛІЗ РИНКУ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ В СВІТІ ТА УКРАЇНІ
EXPRESS ANALYSIS OF ELECTRONIC COMMERCE MARKET IN THE WORLD AND UKRAINE

Сьогодні жодна людина не може уявити свого життя без Інтернету - станом на січень 2021 року кількість користувачів глобальної мережі у всьому світі досягла позначки у 4,66

мільярда людей [5], з них 30 мільйонів – українці (85,7% від загальної кількості населення України) [6]. Звичайно, кожен з нас може назвати головну причину такого шаленого росту і матиме рацію – беззаперечно, нею є пандемія COVID-19 – епідемія, що заполонила увесь світ та назавжди змінила наше життя. Зміни торкнулися також і сфери торгівлі – за результатами опитувань 78% користувачів Інтернету різних вікових категорій заявили, що користуються послугами купівлі в Інтернеті щомісяця.

За даними американської компанії «eMarketer», за 2020 рік середнє зростання роздрібних продажів в електронній комерції становило 27,6%, а опитування фінансових директорів компаній з різних галузей, що було проведене на початку 2021 року, показує, що 71% респондентів готові збільшити свої інвестиції у сферу інформаційних технологій, а 64% опитаних планують вкластись у сферу електронної комерції вже в найближчі півроку [2; 7].

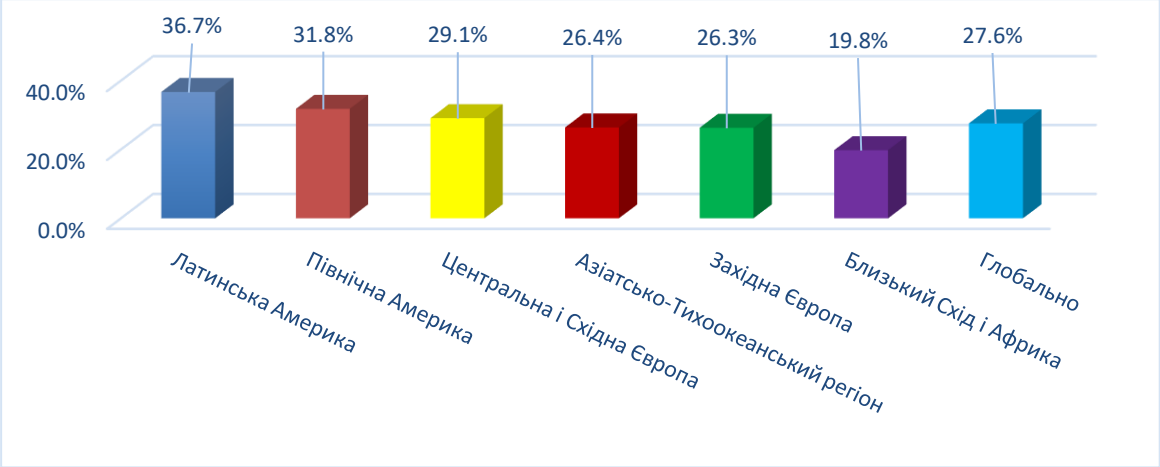


Рис.1. Середнє зростання роздрібних продажів е-комерції на глобальному і регіональному рівні в річному обчисленні 2020 року, %

Джерело: складено автором на основі [2]

За статистикою, більшість покупок у сфері електронної комерції робляться на маркетплейсах – 63% за 2020 рік – серед найбільших можна назвати платформи Rozetka, Prom, Epicentr, Allo, Bigl. Найбільшу частку в структурі електронної комерції зайняла електроніка – 8,8% ринку. Серед лідерів за обсягами продажів в електронній комерції категорія одягу – 291 млн. дол. США або ж 6,8% ринку, проте, очікується, що вже до 2023 року цей показник збільшиться до 10%. Найбільш відвідуваними сайтами для покупки одягу в Україні за підсумками 2020 року стали – Shafa.ua – 105,1 млн. відвідувань, Klubok – 35,1 млн. та Kloomba – 34,9 млн. відвідувань.

Британська компанія Baker Tilly у 2020 році провела розширене дослідження українського ринку електронної торгівлі та дійшла висновку, що його обсяг становить 4 млрд. дол. США, очікується щорічне зростання на 15% [4]. Звісно, такий ринок вимагає втручання з боку держави – в Україні електронна комерція регулюється Законом України «Про електронну комерцію», що був прийнятий у 2015 році [1].

Україна зайняла перше місце за темпами росту електронної комерції серед найближчих сусідів – 41%, друге та третє місця зайняли Польща – 37% та Чехія – 29%, за часткою e-commerce в ВВП Україна також обходить сусідів – 2,6%, що більше ніж у Латвії – 1,11%, Угорщини – 1,4% та Росії – 1,8%, проте Україна зайняла останнє місце за рівнем витрат в електронній комерції на душу населення – всього 104 дол. США [4].

Новою категорією, яка одразу зайняла одне з провідних місць на ринку електронної комерції України у 2020 році – 150 млн. дол. США - стала доставка продуктів харчування та вже приготованої їжі, чому посприяли карантинні обмеження, пов'язані із пандемією COVID-19. Загалом, за останні 5 років обсяги електронної торгівлі в Україні зросли втричі. Проте, залишається ще й ряд проблемних питань для інтенсивного розвитку електронної торгівлі в Україні. До основних можна віднести такі: недостатня захищеність особистих

даних користувачів та вчинення зловживань з їх використанням, низький розвиток систем комунікацій та відповідно погане забезпечення населення якісним інтернетом, коливання курсу обміну валют, недостатньо досконала законодавчо-нормативна база тощо [3].

Загалом, ринок електронної комерції відкриває нові можливості для бізнесу та економіки держави загалом.

Перелік використаних джерел:

1. Про електронну комерцію : Закон України від 01 серп. 2021 р. № 675-VIII. *Відомості Верховної Ради України. 2015. № 45. Ст. 410.* URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/675-19#Text
2. Полмен Б. Розвиток нових технологій стимулює інвестиції і зростання електронної комерції. *BDO Україна*. 2021. URL: https://www.bdo.ua/uk-ua/insights-2/information-materials/2021/new-technology-developments-stimulate-e-commerce-investment-and-growth.
3. Балашова Л. Український ринок е-комерції виріс до $4 млрд. – дослідження. *НВ Бізнес*. 2021. URL: https://biz.nv.ua/ukr/tech/rinok-elektronnoji-komerciji-viris-do-4-mlrd-dolariv-novini-ukrajini-50167859.html.
4. Омельчук Н. Як змінився ринок електронної комерції в Україні за 2020 рік: дослідження. *PaySpaceMagazine*. 2021. URL: https://psm7.com/uk/e-commerce/kak-izmenilsya-rynok-elektronnoj-kommercii-v-ukraine-za-2020-god-issledovanie.html.
5. Станіславський Ю. Кількість користувачів Інтернету у світі сягнула 4,66 млрд. *RootNation*. 2021. URL: https://root-nation.com/ua/news-ua/it-news-ua/ua-new-internet-records/.
6. Плюс 2 млн користувачів. Чим українці займаються в інтернеті у 2021 році. *Фокус*. 2021. URL: https://focus.ua/uk/digital/491571-plyus-2-mln-koristuvachiv-chim-ukrajinci-zaymayutsya-v-interneti-u-2021-roci-infografika.
7. Cramer-Flood E. Global Ecommerce Update : USA, January 13, 2021. URL: https://www.emarketer.com/content/global-ecommerce-update-2021.

УДК 658

Панухник Олена
доктор економічних наук, професор
завідувачка кафедри економіки та фінансів
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна
Olena Panukhnyk
Doctor of Sciences (Economics), Professor
Head of the Department of Economics and Finance
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

СУЧАСНА ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАТИВНА ПІДТРИМКА УПРАВЛІННЯ ТОРГОВЕЛЬНИМ ПІДПРИЄМСТВОМ
MODERN INFORMATION AND COMMUNICATION SUPPORT OF TRADE ENTERPRISE MANAGEMENT

У сучасному світі спостерігається бурхливий розвиток інформаційних технологій, комунікаційних мереж, засобів зв'язку та полегшення доступу до різноманітної інформації, спеціалізуються та диференціюються знання, розширюється сфера послуг.

Сьогодні комунікаційні зв'язки є стратегічним національним ресурсом, що відіграє значну роль у системі управління підприємствами, установами і організаціями, в тому числу торгівельними.

Комунікаційний процес передбачає формування інформаційно-комунікаційного забезпечення, здійснення інформаційно-рекламної та інструктивної діяльності, налагодження суспільних відносин, надання послуг маркетингових служб і фірм, реалізацію консультативної та маркетингової діяльності тощо. Чинником, який повинен забезпечити ці вимоги, є впровадження у діяльність підприємств, установ і організацій комунікативних

технологій, покликаних змінити їх характер роботи, посиливши аналітичну складову в процесі управління ними.

Комунікативні технології є елементом інформаційного простору, який визначає рівень формування, поширення, використання інформації як ресурсу та забезпечує його захист [1].

Оскільки підприємства торгівлі здійснюють свій внесок у розвиток території, на якій вони функціонують, доцільним є виокремлення найголовніших напрямів впливу розвитку інформаційних та комунікативних технологій як на діяльність суб'єктів господарювання в сфері торгівлі, так і на місцеву економіку. Зокрема, такими напрямами є: створення логістичних ланцюгів або логістичних систем з виробництва окремих видів продукції та послуг; формування електронної (мережевої) економіки; удосконалення існуючих технологій виробництва [2].

Принципи діджиталізації економіки, наприклад, дають торговельним підприємствам можливість: перенести внутрішню систему автоматизованої обробки заявок споживачів і систему формування замовлень у постачальників у зовнішню інтернет-систему заявок і замовлень; скоротити час надходження платежів і виконання замовлень; зменшити обсяги запасів на складах; зменшити витрати на рекламні та маркетингові заходи, пошук клієнтів, а також на інформаційне обслуговування споживачів; оптимізувати процеси товарного руху в середині торговельного підприємства; одержувати інформацію про поточні ресурси торговельного підприємства [3].

Аналіз стану розробок, упровадження та експлуатації інформаційно-комунікативних систем для приватного сектору в Україні показав, що за останні роки в нашій державі зроблена значна робота по застосуванню інформаційно-комунікативних технологій, зокрема, в сфері торгівлі. Разом з тим, ще залишилися ті суб'єкти господарювання, що гостро відчувають недостатність інформаційного і комунікативного забезпечення своєї діяльності (особливо в сільській місцевості).

Організація використання комунікативних технологій в управлінні підприємством торгівлі передбачає реалізацію функції організації за наступними напрямами: «за функціями»; «за видами товарів»; «за ринками збуту»; «за територіями» та, відповідно, реалізується через маркетингову службу торговельного підприємства.

Торговельна комунікація здійснюється через: демонстрацію продукту представникам торгівлі, посередникам, торгово-закупівельним організаціям, підприємствам-споживачам та іншим зацікавленим особам; конференції (торгові), ярмарки; комерційну кореспонденцію та бюлетені; різноманітну рекламу, каталоги, матеріали виставок і т.п.

Умовами ефективності рекламної комунікації торговельного підприємства є: контакт; опрацювання інформації; ефекти комунікації та позиціонування марки. Найбільш дієвими ефектами комунікації визначено: потребу в товарній категорії; поінформованість про торгову марку; ставлення до торгової марки; намір купити продукт певної торгової марки; сприяння покупці; збільшення обсягу продаж; отримання прибутку. Крім того, ефективності організації використання комунікативних технологій в управлінні підприємством торгівлі можна досягти у випадку, коли реклама ґрунтується на зв'язках з громадськістю.

Технічну основу сучасних інформаційних технологій складають засоби, які використовуються в процесі використання комунікативних технологій в управлінні підприємством торгівлі, а саме: засоби документаційного забезпечення, інформаційна підтримка предметних областей; комунікаційне програмне забезпечення; засоби організації колективної роботи співробітників.

Для забезпечення ефективності інформаційно-комунікативної підтримки управління торговельним підприємством необхідні: наявність стратегії управління та керованість при закупівлі засобів обчислювальної техніки, що дозволило б ефективно використовувати автоматизовані системи інформаційної підтримки та не призводило б до дублювання функцій підрозділами; особиста зацікавленість вищого керівництва та безпосередніх виконавців при впровадженні інформаційно-комунікативних технологій в управління

торговельним підприємством; уніфікація інформаційної бази, а також поліпшення системи контролю за виконанням прийнятих рішень.

Комунікативні технології в управлінні підприємством торгівлі є засобом проведення маркетингових досліджень, які треба розглядати як частину постійно діючого інтегрованого інформаційного простору.

Удосконалення організаційного забезпечення використання комунікативних технологій в управлінні підприємством торгівлі передбачає урахування динамізму зовнішнього середовища, а також забезпечення таких умов: відповідності складу, структури і функцій системи поставленим перед нею цілям; чіткого розподілу функцій між ланками системи, усунення дублювання, зайвих ланок; відповідності структури системи, що управляє, об'єкту управління; оптимальної кількості ланок системи і працівників у кожній ланці, раціональної завантаженості ланок і працівників; чіткого визначення прав і відповідальності; раціональної організації інформаційних процесів між системою, в цілому, та середовищем; відповідності рівня кваліфікації та ділових якостей працівників, особливо керівників, функціям, які вони зобов'язані виконувати.

Культуру служби діловодства як серцевини організації, яка забезпечує і відображає її діяльність, необхідно розглядати як потужний інструмент, що дає змогу через процеси управління документацією орієнтувати всі інші підрозділи та окремих осіб на спільні цілі, мобілізовувати ініціативу співробітників, виховуючи в них почуття єдності та відданості своєму підприємству, поліпшувати процеси ділової комунікації й коригувати організаційну поведінку всіх її членів.

Удосконалення технічного та програмного забезпечення використання комунікативних технологій в управлінні підприємством торгівлі повинно базуватися на культурній та організаційній інтероперабельності, яка гарантуватиме здатність успішної взаємодії (комунікації) торговельного підприємства із зовнішнім оточенням (споживачами, конкурентами, постачальниками) та ефективний обмін інформацією торговельного підприємства, здійснюваний надійно і безпечно.

Застосування найновіших технологій і комунікацій у комерційній діяльності та повсякденному житті обумовило виникнення нових економічних явищ, таких як: «економіка в режимі реального часу» («the online economy») або «електронна комерція» («electronic commerce»).

Видами електронної комерції можна вважати: електронну торгівлю, електронні банки, електронні брокерські послуги, електронне управління поставками та інші. В якості основних ефективних стратегій електронної комерції можна вказати: глобалізацію, орієнтацію на споживача та декапіталізацію [4].

Таким чином, упровадження системи електронного бізнесу в діяльність торговельних підприємств потребує змін у його інфраструктурному забезпеченні, значної організаційної перебудови, корекції комунікаційної інфраструктури торговельної організації. Причому, найчастіше зміни в організаційній структурі пов'язані з інформацією та засобами комунікацій.

Таким чином, фундаментом інфраструктурного забезпечення системи електронного бізнесу на торговельному підприємстві повинен стати досконало налагоджений інформаційно-комунікативний процес, що базується на ефективних комунікативних технологіях і відповідному організаційному забезпеченні.

Перелік використаних джерел:

1. Лепейко Т.І., Мазоренко О.В. Обґрунтування технології формування інформаційного забезпечення функціонування та розвитку підприємства. Бізнес Інформ. 2013. № 6. С. 356-360

2. Фролова Л.В., Григораш О. В. Управління економічним потенціалом торговельних підприємств [монографія]. Донецьк: вид-во «Ноулідж» (донецьке відділення). 2013. 201 с.

3. Oklander M.A., Oklander T.O. Segmentation and communication in digital marketing. Маркетинг і менеджмент інновацій. 2017. № 3. С. 69-78

4. Маловичко С.В. Аналіз сучасних тенденцій та динаміки розвитку електронної торгівлі на підприємствах України. Проблеми економіки. 2015. № 2. С. 71-77

УДК 330

Перевозов Георгій
студент
Івано-Франківський державний коледж технологій та бізнесу
м. Івано-Франківськ, Україна
Науковий керівник: Коваль Уляна
спеціаліст вищої категорії
Івано-Франківський державний коледж технологій та бізнесу
м. Івано-Франківськ, Україна
Heorhii Perevozov
student
Ivano-Frankivsk State College of Technology and Business
Ivano-Frankivsk, Ukraine
Scientific Supervisor: Ulyana Koval
specialist of the highest category
Ivano-Frankivsk State College of Technology and Business
Ivano-Frankivsk, Ukraine

АНАЛІЗ ДИНАМІКИ ЗМІН ПОКАЗНИКІВ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ В ПЕРІОД ПАНДЕМІЇ COVID-19
ANALYSIS OF THE DYNAMICS OF CHANGES IN TRADE INDICATORS OF UKRAINE DURING THE COVID-19 PANDEMIC

Тривала пандемія спричинила сповільнення економічного розвитку багатьох країн світу, не стала виключенням і Україна. «Максимального негативного ефекту від жорстких протиепідеміологічних заходів в Україні було найбільш відчутно у період локдауну – у квітні-травні 2020 року. У III-IV кварталах 2020 року, зважаючи на послаблення карантинних заходів, спостерігалось певне пожвавлення економічної діяльності» [1, с.21]. Запровадження карантинних обмежень спричинило падіння показників основних секторів економіки країни. Так, за даними [2, с.3] в «2020 р. у реальному секторі української економіки набули розвитку кризові тенденції, спричинені впливом пандемії COVID-19. За підсумками 2020 р. падіння виробництва у промисловості становило 5,2 %, сільському господарстві – 11,5 %, обсяги вантажних перевезень скоротились на 10,6 % (без урахування трубопровідного транспорту), пасажирських – на 39,7 %».

Натомість, сектор внутрішньої торгівлі відзначається зростанням навіть в цей період (рис. 1, 2). Так, за статистичними даними приріст оптового товарообороту за 2020 рік склав 140381,9 млн. грн, що на 6,05% перевищує відповідне значення 2019 р., а роздрібної на 107578,2 млн. грн, що на 9,83% перевищує відповідне значення 2019 р. Проведене автором математичне прогнозування дозволило визначити тенденції подальшого зростання і на 2021-2023 рр.(рис.1, рис. 2) як показників оптової, так і роздрібної торгівлі України. Вважаємо, що дана тенденція буде характерною як для продовольчих, так і для непродовольчих товарів.

Такий приріст показників торгівлі пояснюються в першу чергу ростом споживацької активності щодо придбання товарів через мережу Internet: саме періодична заборона відвідин торгових центрів та магазинів, обмеження щодо кількості осіб, що перебувають в них одночасно, призвело до такої активізації. За даними дослідження [4, с. 6-7], забезпечення життєздатності торгівельних підприємств «в період пандемії мало на увазі застосування таких підходів, як зміна структури продажів у бік онлайнових каналів, залучення нових постачальників або навчання навичкам роботи на дистанційній основі».

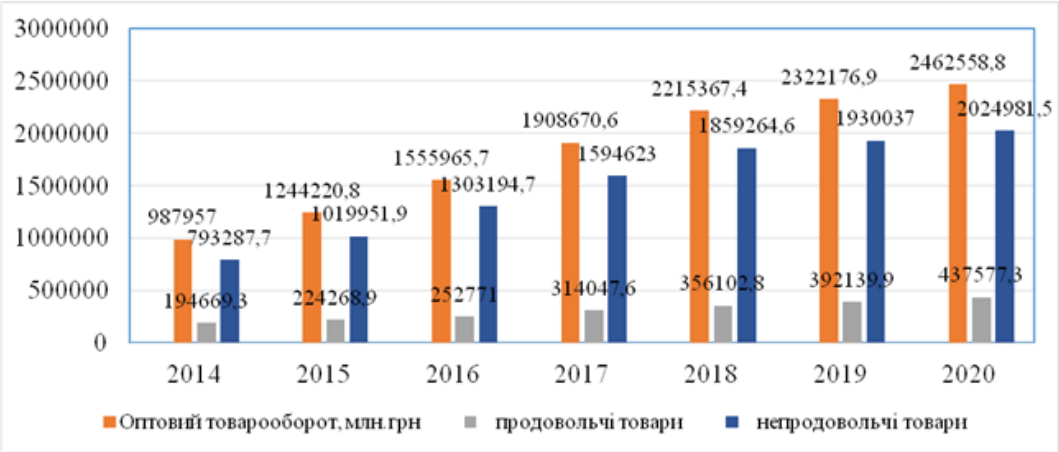


Рисунок 1. Динаміка зміни показника оптової торгівлі України (в т.ч. в розрізі продовольчих і непродовольчих товарів) за період 2014-2020 рр.

Джерело: побудовано автором за даними [3]

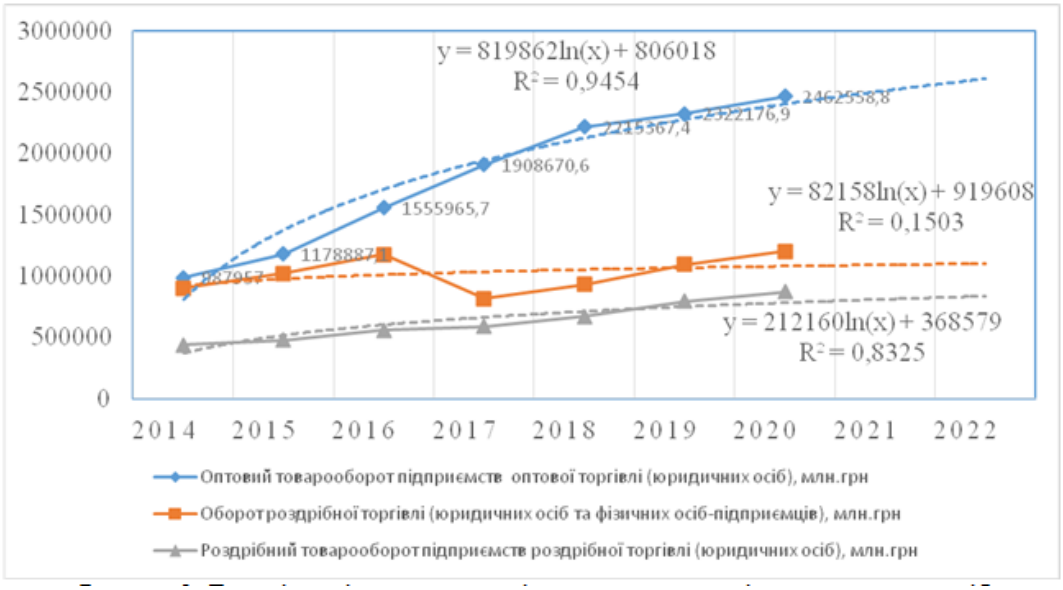


Рисунок 2. Динаміка зміни та прогнозні значення показників оптового та роздрібного товарооборотів на торгових підприємствах України за період 2014-2020 рр.

Джерело: побудовано автором за даними [3]

Дана тенденція буде лише зростати. Цей висновок підтверджується тенденцією збільшення числа користувачів послугами електронної торгівлі в період пандемії COVID-19 [4], виявленою Міжнародним торговим центром (ITC) - спільною установою Організації Об'єднаних Націй і Світової організації торгівлі. Слід зауважити, що електронні продажі можуть вважатися виключно роздрібною торгівлею, оскільки покупці їх здійснюють за каталогами, переліками, що представлені на веб-сайтах через мережу Internet.

Перелік використаних джерел:

1. Вплив COVID-19 на економіку і суспільство країни: підсумки 2020 року та виклики і загрози постпандемічного розвитку. Департамент стратегічного планування та макроекономічного прогнозування квітень 2021 консенсус-прогноз.№ 53. URL: Concensus_Forecast_%2353_2021_ukr.pdf

2. Реальний сектор економіки України в умовах системних викликів : аналіт. доп. / [Собкевич О. В., Шевченко А. В., Русан В. М. та ін.] : за заг. ред. Я. А. Жаліла. Київ : НІСД, 2021. 83 с.

3. Офіційний сайт Державної служби статистики. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/

4. Коронавирус COVID-19: «великий карантин» и его воздействие на малый бизнес. Резюме. Международный торговый центр. URL: https://www.intracen.org/uploadedFiles/intracenorg/Content/Publications/SMECO2020/ITC_SMECO-2020ExSummary_Russian.pdf

УДК 339.1

Поцілуйко Анастасія
студентка групи ППм-51
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна
Науковий керівник: Мариненко Наталія
доктор економічних наук,
професор кафедри економіки на фінансів
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна
Anastasia Potsiluiko
student of the group ППм-51
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine
Scientific Supervisor: Nataliia Marynenko
Doctor of Sciences (Economics)
Professor of Economics and Finance Department
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

ПРОСУВАННЯ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА НА РИНКУ: КЛЮЧОВІ АСПЕКТИ
PROMOTION OF THE ENTERPRISE'S PRODUCTS ON THE MARKET: KEY ASPECTS

Динамічне середовище функціонування суб'єктів господарювання, перенасичення ринку продукцією, помилки у побудові системи просування (promotion) тощо зумовлюють необхідність формування ефективних підходів до промоції продукції.

Суб'єкти господарювання рідко використовують лише одну форму просування, зазвичай, – це комбінація декількох. Завданням є підбір найбільш ефективної стратегії та втілення її на практиці.

До сучасних ефективних методів просування товарів [1, 2, 3], крім реклами, зв'язків із громадськістю, особистого продажу, відносять брендинг, Інтернет-маркетинг (його інструменти задовольняють потреби як компаній (можливість солідної презентації продукції, активного комунікаційного зв'язку та його точного вимірювання), так і потенційних споживачів (цікавий контент, підкріплений візуальним зображенням та інформативність звернення [4]), івент-маркетинг, мерчендайзинг, рекламу, телемаркетинг й інші інноваційні способи, які приносять найкращий результат при комплексному застосуванні. Перед початком їх застосування варто оцінити доцільність і можливість їх використання, ринок, на якому пропонуватиметься продукція, а також розглянути її особливості та цінову політику. На етапі виведення товару на ринок важливо використовувати ті методи, які здатні швидко проінформувати покупців про товар. У подальшому, можна використовувати заходи, метою яких є підтримка впізнаваності бренду та стимулювання збуту товарів.

Ефективність комплексу дій щодо просування продукції підприємства залежить від цілей підприємства. Для того, щоб сформувати ефективну систему просування товарів чи послуг, важливою складовою бізнес-стратегії повинне бути постійне вивчення й аналіз ринку. Необхідно також сформувати портрет/аватар споживача, виявити та задовільнити його потреби.

У результаті застосування інструментів політики просування продукції на ринку (комунікаційної політики), до споживачів повинна бути донесеною і сприйнята ними інформація про переваги товару, сформоване або підсилене бажання придбати його.

Сучасні тенденції розвитку ринку зумовлюють необхідність пошуку господарюючими суб'єктами нових рішень для просування продукції підприємства, які потребують використання інтегрованого підходу до комунікаційної політики.

Перелік використаних джерел:

1. Наумова О.О., Хрістов Є.О.. Сутність та сучасні методи просування продукції в системі маркетингу. Вчені записки Університету «КРОК», 2017. Випуск 46. С. 146–153.

2. Ворона Л. М., Скригун Н. П. Сучасні технології просування товару. Наука і технології : крок в майбутнє. Прага : Освіта і наука, 2013. Ч. 4. С. 3–5.

3. Viktoriia Bondarenko, Oleksandr Khadartsev, Olesia Hryhorieva. The effectiveness of product and brand promotion: the role of marketing communications. Економіка і регіон. Полтава: ПНТУ, 2021. Т. 1 (80). С. 75-81. doi:https://doi.org/10.26906/EiR.2021.1(80).2240.

4. Ілляшенко С. М., Іванова Т. Є. Інструменти та методи просування продукції в Internet: аналітичний огляд. Маркетинг і менеджмент інновацій, 2015. № 3. С. 20–32.

УДК 340.134

Радинський Сергій
кандидат економічних наук
доцент кафедри економіки та фінансів
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м.Тернопіль, Україна
Дячун Ольга
кандидат економічних наук, доцент
доцент кафедри економіки та фінансів
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна
Serghiy Radynskiy
PhD (Economics)
Assosiate Professor of Economics and Finance Department
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine
Olga Dyachun
PhD (Economics), Docent
Associate Professor Department of Economics and Finance
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

СУТНІСТЬ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ ТЕХНОЛОГІЇ BLOCKCHAIN
ESSENCE AND PROSPECTS OF USING BLOCKCHAIN TECHNOLOGY

Інноваційні зміни в міжнародній та вітчизняній економічних системах диктують необхідність для суб'єктів бізнес-середовища бути в тренді новітніх інформаційних технологій. Такою важливою технологію є Blockchain (блокчейн, «ланцюжок блоків»), котра набирає неабиякої популярності. Технологія Blockchain обумовлена необхідністю структурування різного роду оперативної та аналітичної інформації, що формується в процесі життєдіяльності підприємства. При цьому, вона не тільки повинна відображати оперативні результати діяльності та нести аналітичну інформацію стосовно діяльності суб'єкта господарювання, доступу до ресурсів та визначення ступеня ризикованості, але й контролювати та забезпечувати безпеку системи від втрати даних або шахрайства. Вперше технологія блокчейн була заснована в 2009 році при створені криптовалюти Bitcoin й отримала широку популярність і для розробки інших криптовалют, наприклад Ethereum, Ripple, Litecoin [5]. Сьогодні блокчейн застосовують у багатьох сферах, зокрема банківській, державному управлінні, юриспруденції, охорони здоров'я, нерухомості та енергетики.

Аналізуючи наукові погляди, щодо досліджуваної проблематики необхідно відзначити поверхневість дослідження сутності та перспектив використання технології Blockchain в науковій літературі. Зокрема, технологію Blockchain досліджували такі науковці як Дацко М.В., Артим-Дрогомирецька З.Б., Криворучко Г.В., Давидова І.В., Александрова М.М. та інші.

Науковці визначали сутність та особливості технології Blockchain по-різному. Зокрема, Давидова І.В. [1] зазначає, що блокчейн являє собою структуровану базу даних, «ланцюжок блоків», де кожен блок пов'язаний з попереднім. Блок містить в собі набір записів (інформацію). Кожен новий блок з інформацією додається в кінець ланцюжка. Таким чином, створюється своєрідний «реєстр» даних, у який дані вносяться у суворій послідовності. Кількість блоків є необмеженою. Змістовно блок може містити будь-яку інформацію: про дії, людей, об'єкти, трансакції, серійні номери, видані кредити тощо. Іншим словами, блокчейн – це розподілений публічний реєстр, заснований на сучасних криптографічних алгоритмах, що містить базу даних про всі раніше здійснені операції, який носить децентралізований характер, і що міститься в публічних джерелах Мережі. Це структурована система з певними правилами побудови ланцюжків трансакцій і доступу до інформації.

Андрущенко Д. [7] вважає, що сутність цієї технології полягає в тому, що цифрова інформація – дані про транзакції, контракти, бази контактів – зберігається у вигляді послідовних взаємопов'язаних блоків. Причому рівноцінний доступ до цих даних у режимі реального часу мають усі авторизовані користувачі. Непомітно вилучити чи замінити частину інформації неможливо, адже система оновлюється автоматично у відповідь на будь-які зміни, надсилаючи відповідні дані всім, хто має доступ до інформації. Це дає змогу уникнути як свідомих маніпуляцій, так і помилок у розрахунках. Використовуючи блокчейн у процесі розрахункових транзакцій, підприємці можуть суттєво зменшити операційні витрати та збільшити обіговий капітал. Найперспективнішими для використання блокчейну є такі напрями: кредитування P2P (Peer-to-Peer); урегулювання спорів, керування замовленнями, просування товарів; бухгалтерський облік основних засобів та актів звірки.

На думку М. Свон, [6] «Blockchain — це багатонаціональна і багаторівнева інформаційна технологія, призначена для надійного обліку різних активів. По суті, Blockchain — це нова організаційна парадигма для координації будь-якого виду людської діяльності».

Пантєлєєва Н.М. [4] стверджує, що Blockchain — це технологія, що передбачає формування розподіленої децентралізованої мережі збереження даних (транзакцій), елементами якої є записи блоки визначеного розміру, кожен з яких містить посилання до попереднього та об'єднується в ланцюг блоків відповідно до ідентифікатора, який розраховується за спеціальним математичним алгоритмом. Крім того, потужні криптографічні алгоритми забезпечують її захист. Така властивість, як розподіл полягає в можливості збереження копій даних на значній кількості комп'ютерів, які розміщені по всьому світу, що, у свою чергу, ускладнює процес несанкціонованого доступу та зміни даних.

Дана технологія працює із складною системою шифрування, де кожен із блоків даної системи має свій унікальний ключ. При цьому, відсутня можливість розірвати сформований ланцюг (внести правки, додати інший блок), оскільки хеш-коди попереднього та наступного блоків є унікальними та взаємопов'язані між собою. Внесення змін в один із блоків робить його та наступні блоки, котрі йдуть за ним недійсними, що автоматично висвічується на екрані.

Хеш (hash) – це унікальний код, який змінюється при зміні навіть одного символу в тексті, розраховується за складною математичною формулою і завжди буде однаковим для однієї і тієї ж інформації. Отже, не може бути два різних хеша для абсолютно однакової інформації. Використовується така система, зокрема, з метою захисту своєї інформації, грошей, адже видно що з ними відбувається. Тут діє принцип: неможливо витратити більше коштів, ніж в тебе є, що також дає можливість контролювати абсолютно всі операції, які відбуваються, куди, коли і в якій кількості витрачаються кошти. Зокрема, є пропозиції використовувати хеш-кодування для гарантування безпечної роботи, наприклад, кардіостимуляторів, роботів, літаків, автономних автомобілів, що передбачає неможливість їх зламу. Адже, як зазначають прихильники впровадження даної системи: легше зламати

центральний сервер та отримати доступ до всієї інформації разом, змінити або видалити її, аніж зламати децентралізовану систему.

У цілому, можна визначити ряд переваг блокчейну, поряд із проблемами, що виникають у зв'язку з його використанням. До переваг використання системи блокчейн можна віднести [1]:

1) децентралізацію, тобто використовується вся мережа, а не один комп'ютер (організація, людина тощо). У такому випадку, навіть якщо один або декілька комп'ютерів (осіб) не може виконувати ніяких функцій (ліквідований, арештований тощо), – інші зберігають цю інформацію, що ускладнює хакерські атаки та підробку інформації (хоча від цього і ніхто не застрахований);

2) доказовість кожної трансакції: є криптографічне підтвердження кожної трансакції, запису тощо. Зокрема, ключі є приватні (що належать конкретній особі) і публічні (які можуть бути використані всіма користувачами цієї мережі), тобто якщо є одна особа чи один комп'ютер;

3) прозорість (загальний доступ): будь-хто і будь-коли може побачити, які саме операції проводилися;

4) безпека: інформація зберігається із застосуванням криптографії;

5) неможливість внесення змін у «підписаний» блок: інформація, яка попала в блокчейн, проходить перевірку і якщо перевірку пройдено – ставиться своєрідна «печатка» і ці дані синхронізуються між всіма учасниками, з цього моменту інформацію змінити не можна;

6) обчислювальна логіка: цифрова природа реєстру працює таким чином, що трансакції у блокчейні можуть бути прив'язані до обчислювальної логіки і фактично їх можна програмувати, що дає можливість користувачам налаштовувати алгоритми і правила автоматичного виконання трансакцій між вузлами;

7) економія часу (робота системи 24 години на добу, 7 днів на тиждень);

8) економія ресурсів (зокрема, державних коштів).

Основними перешкодами впровадження технології блокчейну є [2]: 1) великі витрати електроенергії; 2) проблеми з масштабністю та інерцією гравців ринку; 3) необхідністю в деяких питаннях досягати консенсусу між великим числом учасників; 4) відсутністю нормативно-правової бази регулювання. Також слід згадати проблеми, що виникають при використанні як всієї технології блокчейн, так і окремо смарт-контрактів.

Узагальнивши результати дослідження слід відмітити, що технологія блокчейн – це інноваційна технологія, котра використовується в процесі обробки, зберігання IT-інформації та ідентифікації клієнтів. Впровадження технології Blockchain в управлінський процес, з одного боку, дозволяє контролювати та забезпечувати безпеку системи від втрати даних або шахрайства, підвищуватиме ефективність внутрішнього та зовнішнього документообігу, а з іншого — технологія Blockchain вимагає розвитку технологій, досліджень та технічної підтримки інформаційної системи підприємства, що спонукає збільшення вимог до кваліфікації співробітників; порушує проблеми пов'язані з податковими, юридичними та нормативно-правовими питаннями.

Перелік використаних джерел:

1. Давидова І.В. Технологія блокчейн: перспективи розвитку в Україні. Часопис цивілістики. 2017. Вип. 26. С. 38-41.

2. Криворучко Г. В. Технологія блокчейн та перспективи її застосування в процесі бюджетування, орієнтованого не результат. Вісник економічної науки України. 2018. № 2. С. 108–113.

3. Панасюк В.М., Смерека С.Б., Шухман В.А. Фінансовий інструментарій технології блокчейн: перспективи обліку та оподаткування. URL:https://ojs.ukrlogos.in.ua/index.php/interconf/article/view/11766/10951 (дата звернення до ресурсу 15.10.2021 року)

4. Пантєлєєва Н.М. Інформаційна технологія Блокчейн у системі управління державними фінансами. Науковий вісник Ужгородського університету. Серія Економіка. 2018. Вип. 1 (51). С. 363-369.

5. Савченко М. В., Короленко В. О., Порошина О. В. Сучасний стан криптовалюти на глобальній економічній арені та її перспективи розвитку в Україні та світі / Економіка і організація управління. 2019. Вип. 4 (36). С. 48-57
6. Свон М. Блокчейн: схема новой экономики. Москва: Издательство «Олимп-Бизнес», 2017. 240 с.
7. Технологія Блокчейн уже змінює світ фінансів. URL: https://msfz.ligazakon.ua/ua/magazine_article/FZ001579 (дата звернення до ресурсу 15.10.2021 року)

УДК 658.849

Чеченюк Ірина
к.е.н., викладач вищої категорії
Тернопільський фаховий коледж харчових технологій і торгівлі
м. Тернопіль, Україна
Шафранська Віталія
студентка
Тернопільський фаховий коледж харчових технологій і торгівлі
м. Тернопіль, Україна
Iryna Checheniuk
PhD «Economic», teacher of the highest category
Ternopil Professional College of Food Technology and Trade
Ternopil, Ukraine
Vitaliia Shafranska
Student, Ternopil Professional College of Food Technology and Trade
Ternopil, Ukraine

РОЗВИТОК ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ В УКРАЇНІ
DEVELOPMENT OF ELECTRONIC COMMERCE IN UKRAINE

Розвиток Інтернет-середовища та інтернет-технологій призвели до появи нового напрямку в розвитку інформаційних технологій - електронного бізнесу. Електронним бізнесом – називають будь-яку ділову активність з використанням глобальних інформаційних мереж з метою розвитку внутрішніх та зовнішніх зв'язків підприємства з потенційними покупцями з для отримання прибутку.

Основним елементом електронного бізнесу є електронна комерція і тому ці поняття іноді навіть ототожнюють. Проте, електронною комерцією називають взаємодію суб'єктів бізнесу щодо купівлі-продажу товарів або послуг з використанням інформаційних мереж, зокрема інтернету [3].

Особливо актуальним стало застосування електронної комерції з початком пандемії Covid-19. Підприємства мали можливість перенести свою присутність з реального ринку у віртуальний і продовжувати економічну діяльність, забезпечивши собі виживання в кризовий період. За підрахунками експертів компанії «IBM» пандемія прискорила перехід покупців в інтернет-середовище приблизно на п'ять років.

Світові обсяги продажів в сфері електронної комерції щорічно зростають і за підсумком 2020 р. 20% покупок в світі були зроблені в середовищі Інтернет. А зросли вони на 24 % за підсумками цього ж року в світі і на 40 % в Україні. Позиції електронної комерції зміцнюються як в усьому світі так і в Україні [1].

Розвиток такого виду торгівлі залежить в першу чергу від кількості інтернет-користувачів. Згідно досліджень, приблизно 70 % населення користуються інтернетом.

За даними компанії «CBR», в кінці 2020 року в Україні 10,6 млн людей (третина населення) систематично здійснювали покупки в інтернеті, тобто стали постійними клієнтами інтернет-магазинів. Під час пандемії зросла кількість українських онлайн-покупців, а також змінилися їхні звички – вони частіше купують їжу та ліки [4]. За 2020 рік найбільш популярними товарами в інтернеті були засоби індивідуального захисту, одяг і товари для дому [1]. Проте зауважимо, що знизилася вартість середнього чеку. Це пов’язано

з тим, що в період пандемії покупці в стані невизначеності не хочуть ризикувати робити великі покупки і обмежуються тільки найнеобхіднішим.

Характерною тенденцією є зростання покупок через соцмережі. Зокрема, охоплення аудиторії в Instagram продовжує рости, в той час як у Facebook воно вже досягло певної точки насиченості. Зростання інтернет-покупок призвело до збільшення навантаження на служби доставки. В найбільших серед них «Нова Пошта» та «Укрпошта» кількість посилок збільшилася на 25-35%. Водночас клієнти бажають отримати свої покупки в мінімальний термін без зважання на навантаження поштових операторів. Це призвело до розвитку і вдосконалення українських служб доставки та появи нових [4].

За даними Державної служби статистики, інвестиції в кур'єрську діяльність за три квартали 2020 р. збільшилися в 8 разів (353,7 млн грн в порівнянні 44,7 млн, за аналогічний період 2019 р.). Зауважимо, що в силу зростання попиту ця сфера стала більш привабливою і єдиною, в якій інвестиції під час пандемії збільшилися [2].

Розвиток електронної комерції в Україні привернув до себе увагу влади, внаслідок чого прийнято ряд законів, зокрема про реєстратори розрахункових операцій (РРО) для інтернет-магазинів. Починаючи з 2021 р. частина підприємців повинна використовувати касові апарати, а в 2022 р. вони стануть обов'язковими для всіх.

Мовний закон, який набув чинності з січня 2021 року зобов'язує інтернет-магазини обслуговувати клієнтів українською. Надалі обов’язковими стануть норми закону про наявність української версії сайту та її завантаження за замовчуванням. За порушення цієї та інших норм передбачені штрафи. Тому підприємці перед початком роботи в інтернет-середовищі спочатку повинні ретельно вивчити законодавчу базу [1].

Поряд із вимушеним зростанням інтернет-покупок споживачів все ж хочуть купувати в традиційних магазинах (бажають походити, розвіятися, втомлені від карантинних обмежень). Тому, підприємства, представлені лише на віртуальному ринку програють в конкурентні боротьбі крупним ритейлерам, які працюють в обох форматах, мають широкий асортимент [4].

Основними проблемами розвитку електронної комерції в Україні на даний час є:

- консерватизм старшого покоління;
- відсутність навичок інтернет-покупок в частини інтернет-користувачів;
- недовіра щодо якості товару;
- часті випадки шахрайства (близько 35%) [4];
- проблеми з організацією доставки та її термінами в окремих населених пунктах.

З метою послаблення негативної дії цих чинників пропонуємо:

- завжди пропонувати варіант післяплати (це збільшить рівень довіри покупців і дасть можливість оглянути та повернути товар сумнівної якості чи взагалі неякісний);
- для одягу завжди пропонувати чітку розгорнуту розмірну сітку;
- забезпечувати належну якість товару;
- підвищувати рівень обслуговування.

Перелік використаних джерел:

1. Максим Селіщев. E-commerce 2021 — як розвивається інтернет-ринок в Україні – Електронний ресурс – Режим доступу: https://horoshop.ua/ua/blog/e-commerce-2021-v-ukraine/
2. Офіційний сайт Державної служби статистики України: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://ukrstat.gov.ua
3. Шалева О.І. Електронна комерція: навчальний посібник / О.І.Шалева - К.: Центр учбової літератури, 2011. - 216 с.
4. Як змінюються звички українських інтернет-покупців. Результати дослідження CBR – Електронний ресурс – Режим доступу: https://cutt.ly/hRR9Tj9

СЕКЦІЯ 8
Майбутнє конкурентоспроможності: розумне управління, розумні території, розумний бізнес

Mao Rong
PhD student (Management)
Sumy National Agrarian University
Sumy, Ukraine
Scientific adviser: Tetyana Kharchenko
Ph.D. in Economics, Associate Professor
Sumy National Agrarian University
Sumy, Ukraine

INTELLIGENT HUMAN RESOURCE MANAGEMENT IN THE FUTURE COMPETITION OF ENTERPRISES

In the future competition of enterprises, human resource management is a very key link. With the rapid development of the fourth scientific and technological revolution, the application of big data, cloud computing, block chain, 5G and other technologies has made the digitalization of human resource management increasingly obvious. This paper analyzes the new characteristics of human resource management development, discusses the possible problems and solutions, in order to realize the innovation and benign development of human resource management in the new technology era.

1. Intelligentization of human resource management in the era of new technology

Human resource management from the human allocation in the agricultural society to the "scientific management" in the modern industrial era, technological changes constantly innovate human resource management technology, now, artificial intelligence, big data, block chain and other high-tech human resource management toward the direction of intelligent development.

1.1 Innovate talent selection methods

Big data to provide a more broad platform for the recruitment work, through various channels to release the recruitment requirements in terms of classification, classification management, improve the process of selecting and appointing talent systematization and standardization, can efficient to find more candidates and its related information, make the image more vivid of candidates, is advantageous to the enterprise to realize precise "post match".

1.2 Accurate and rigorous management of personnel files

Blockchain is the most subversive technology product in the network underlying architecture in the era of new technology. The combination of block chain and personnel file management can solve problems such as files are easy to be lost, destroyed, tampered with, difficult to replace, and long transmission cycle, ensuring the uniqueness and reliability of personnel information sources.

1.3 Intelligent devices facilitate dynamic management

The face recognition attendance mode adopted by enterprises will gradually replace "punch in" and "brush fingerprint" and other attendance modes, and change static attendance to dynamic grasp, avoiding the phenomenon of false check-in instead of punch in, fingerprint film brush. With the distribution of smart glasses, smart bracelets, digital brooches and other portable wearable devices with positioning, monitoring, recording and transmission functions, employees' working process and attitude can be supervised and managed, and passive human resource management can be replaced by proactive and forward-looking operation and planning.

1.4 Digital tools are high-speed and efficient

In 2020, COVID-19 broke out in many countries, and quarantine measures boosted the rapid development of remote video and visual performance. 5G networks and intelligent conference

platforms provided conditions for digital and virtual collaborative communication. Cross-regional decision-making meetings, remote office, co-transmission of documents, virtual display and other work, greatly promote the work efficiency of cross-regional enterprises and institutions, but also save the cost of human resources, to achieve high-speed collaborative communication.

1.5 Talent training is more scientific

The use of digital tools, such as online MOOCs, auxiliary eyepieces and panoramic presentations, has made human resource training more convenient and efficient, breaking through many traditional restrictions. The human resources department collects and processes all kinds of data of employees in the training process in a timely manner, and distributes the relevant information of employees to the employing department, so as to provide effective data support for strengthening the department's appeal for employees' career development and making up for the shortcomings of professional skills.

2. Challenges of rapid application of new technologies to human resource management

Artificial intelligence, big data, block chain and other technologies have been widely applied in the field of human resource management, bringing efficient, accurate and scientific development momentum to human resource management. However, the imperfection, uncertainty and excessive application of new technologies may also make human resource management face challenges.

2.1 Possible invasion of personal privacy

Human resource management in the digital age has acquired a wealth of information. Some information involving personal privacy may be monitored and tracked by intelligent human resource management system, which may lead to the abuse and theft of personal privacy, resulting in the risk of privacy disclosure.

2.2 It may be detrimental to the inheritance of corporate culture

The application of new technology may lead to the idea of technology-based human resource management. Deviate from "humanized management" and "people-oriented" human resource management purport, so that they fall into the negative consequences of technological fragmentation of collective culture.

2.3 Intelligent human resource management personnel are not highly skilled

The fundamental purpose of technology innovation and application is to save manpower cost and realize automatic and accurate management. It is necessary to comprehensively master the intelligent human resource management of compound talents, otherwise, excessive use of technology will make human resource management virtual indicators, digital, graphical problems.

3. Countermeasures for the application of new technology in human resource management

Faced with new opportunities and challenges in the era of new technology, enterprises should pay more attention to the sharing and security of human resource data and promote the high-speed, healthy and sustainable development of human resource management in the new era.

3.1 Attach importance to technological breakthroughs

Technology is the biggest driver of human resources management innovation, the digital age must be from a technical point for human resource management efficiency breach, changes the traditional human resource management ways and means of cultivating learning and using high and new technology of human resource management culture, improve human resources management technology application level and recognition

3.2 Establish a sound legal system

Perfecting the legal system is the most effective means to solve the problem of "crossing boundaries" of human resource management in the application of new technologies. Relevant departments should conduct in-depth research and formulate guidance documents, management regulations and laws in view of problems such as excessive regulation, privacy disclosure and data discrimination, so as to ensure the "fairness and security" of human resource management in the new technology era.

3.3 Vigorously cultivate talent teams

Future technological development cannot be separated from human intelligence, and human resource management cannot be separated from human control. Therefore, the social demand for

high-quality human resource management team will be more intense. New technology era, human resources management should not only attach importance to the role of technology and scale, more want to focus on the management of talent comprehensive ability, realizes the person and intelligent system coordination and builds interdisciplinary talents will understand technology, management team, prepares for the future of human resource management new power, new technology era of human resources management innovation and benign development.

Reference:

1. Zhang Li. (2021) The future development of enterprise digital human resource management transformation. Doi :CNKI:SUN: RlzY.0.2021-10-016.

УДК 338.43

Людмила Артеменко
кандидат економічних наук, доцент
доцент кафедри економіки та фінансів
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна
Liudmyla Artemenko
PhD (Economics), Associate Professor
Associate Professor of the Economics and Finance Department
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ДОСВІД ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОДОВОЛЬЧОЇ БЕЗПЕКИ
EUROPEN EXPERIENCE ON GOVERNMENT REGULATION TO ENSURE FOOD SAFETY

За умов глобалізації питання продовольчого забезпечення, як генеральної цілі аграрної політики, залишаються завжди актуальними, особливо із позиції системи державної допомоги. Європейські країни використовують комплекс заходів, спрямованих на підвищення ефективності та стійкості національного сільського господарства. Тому порівняльний аналіз рівня їх урядової підтримки має слугувати орієнтиром механізму підвищення конкурентоспроможності продовольства в Україні.

На думку А. Мостової, у процесі реформування системи господарювання нашої країни було реконструйовано державний механізм забезпечення населення продовольством, але стратегічної концепції вирішення цього питання не було сформовано [1,с.319].Тому виникає потреба дослідження та систематизації зарубіжного досвіду, в першу чергу європейського, оскільки головним напрямом євроінтеграційних процесів України є агроринок, який виступає основним компонентом продовольчого ринку.

Країни ЄС вирішують питання державного регулювання та фінансової підтримки сільського господарства за допомогою заходів як національного рівня, так і шляхом реалізації управлінських рішень в межах єдиної загальнонаціональної агропродовольчої політики Євросоюзу. Бюджет зазначеної політики формується із двох джерел: Європейського аграрного фонду гарантування (EFRG) та Європейського сільськогосподарського фонду розвитку сільських територій (European Agricultural Fund for Rural Development – EAFRD). На реалізацію таких програм в 2014–2020 рр. було виділено 100 млрд. євро. Фінансові поступлення в консолідований бюджет надходять у вигляді: прямих бюджетних внесків країн ЄС (0, 73 % коштів бюджету кожної країни); частини непрямих податків (0,75 % від ПДВ кожної країни); митних податків та імпортних зборів.

Разом із цим сукупні бюджетні внески не перевищують 1, 24% вартості ВВП країн-членів ЄС [2, с. 264].

Загалом державна підтримка сільських товаровиробників становить приблизно 35, 0 % у вартості сільгоспродукції Євросоюзу, а в розрахунку на 1 гектар угідь – 800 доларів США [2, с. 263]. Лідерами серед пріоритетних принципів агропродовольчої політики країн ЄС є імпортозаміщення та стимулювання внутрішнього попиту на вітчизняні продукти. З метою обмеження імпорту в країнах застосовується своєрідна зовнішньоекономічна модель, суть якої полягає в тому, що на між кордонному просторі з деяких груп товарів стягуються компенсаційні збори. Їх розміри корелюються таким чином, що сума ціни імпортованих товарів і компенсаційних зборів зрівнюється з ціною внутрішнього ринку [3]. Окрім того, такий механізм досить гнучкий (розмір визначається як різниця світової і внутрішньої ціни). При експорті продукції, товаровиробники отримують субсидії, які дозволяють їм конкурувати на світових ринках. В руслі агропродовольчої політики Європейська спільнота посилену увагу приділяє безпечності продовольства. Вирішення такої задачі забезпечує міждержавний документ – Біла книга про продовольчу безпеку (White Paper on Food Safety), де фактично реалізується концепція контролю якості «від ферми до обіднього столу».

Заслуговує на увагу такий факт. Питома вага сільського господарства в структурі ВВП країн ЄС становить лише 1,2 %, проте, на відміну від України, на реалізацію заходів агропродовольчої політики щорічно використовується 40,0% від загальної суми бюджету ЄС. Найбільша частка коштів (4/5) спрямовується у вигляді дотацій на безпосередню фінансову підтримку фермерам з метою стабілізації необхідного рівня цін і, відповідно, доходів. Решта видатків (1/5 частина) – на фінансування стійкого розвитку сільських територій, в тому числі на розвиток його інфраструктури. У Мінекономіки України передбачають, що в 2022 році державна допомога сільгоспвиробникам буде становити всього 1% аграрного ВВП, тобто близько 8,5 млрд. грн. на рік [4].

Звернемося до практичного досвіду окремих Європейських країн. Традиційно, маленькі приватні господарства домінують у секторі агрогосподарства Польщі, який генерує приблизно 4 % ВВП країни. Урядова підтримка здійснюється у вигляді разових преміальних виплат молодим фермерам, дотацій для створення сільської інфраструктури (водовідведення, переробка побутових відходів), пільгових кредитів (позики під 9,0% річних терміном до 15 років) при цьому 7,0 % із них компенсує Агенство із реструктуризації та модернізації сільського господарства (ARiMR) [5]. Також комерційні банки пропонують фермерам інвестиційні кредити, спеціальні кредити для груп фермерів з метою стимулювання їх кооперацийних зв'язків.

Подібні програми діють і у інших країнах. У Словенії на законодавчому рівні регулюються положення, щодо заходів безпеки харчових продуктів рослинного походження, якості харчових продуктів на всіх етапах виробництва, переробки і транспортування; довгострокового збереження родючості земель сільськогосподарського призначення; реалізації принципів охорони навколишнього середовища. У Литві економічні відносини між аграрними підприємствами і державними установами регулюються шляхом: забезпечення закупівлі сільськогосподарської продукції відповідно до квот; підтримку інвестицій; контроль якості продукції; обмеження діяльності відповідних фірм, частка яких є домінантною на ринку. Франція є найбільш активною країною в галузі розвитку сільського господарства, за обсягом виробленої продукції посідає 1-е місце в Західній Європі і третє місце в світі, у галузі зайнято близько 7 % працездатного населення [5]. Досягненню прогресивного розвитку сприяла розроблена урядом програма відродження села, яка акцентувала увагу на пріоритетному розвитку аграрного виробництва у провінціях.

На думку науковця Н. Кордзая, заходи державної підтримки продовольчого забезпечення, які використовуються у Європейських країнах світу можна представити таким чином (табл. 1).

Таблиця 1

Заходи державної підтримки продовольчого забезпечення

№	Методологічні підходи до регулювання.	Заходи
1	Ринкові перетворення	Виділення коштів на розробку та виконання ринкових планів, субсидії: на зберігання продуктів, на транспортування сільськогосподарської продукції.
2	Інфраструктурні стимули	Субсидії: на будівництво інфраструктурних об'єктів, для зрошувальних проектів, на меліорацію земель. Підтримка різних форм об'єднання фермерів.
3	Макроекономічні стимули	Пільгова податкова політика, зовнішньоторговельна діяльність.
4	Фінансові стимули	Компенсаційні механізми. Гарантування платежів за умови появи збитків від стихійних лих та форс-мажорних обставин.
5	Цінове втручання на продовольчому ринку	Підтримка внутрішніх цін на с/г продукцію, встановлення квот, податків на експорт та імпорт продовольства.
6	Компенсаційні стимули	Субсидіювання та пільгове оподаткування: на придбання добрив, кормів, виплат відсотків за отриманими кредитами, страхування майна.
7	Програмно-цільове стимулювання	Виділення коштів на реалізацію державних програм розвитку продовольчого виробництва.

Джерело: [6, с.73]

Провідні параметри аграрної політики ЄС викладені у міждержавних документах, які включають:

- наявність середньострокової (на 5-7 років) стратегії розвитку сільського господарства і ринку продовольства, оформленої і закріпленої у вигляді закону;
- наявність програм: підтримки доходів сільгоспвиробників, розвитку сільської місцевості, екологічних;
- встановлення конкретних цінових параметрів та обсягу фінансування за кожною програмою, які прив'язуються або до площі посівів, або до обсягів виробництва конкретного виду сільськогосподарської продукції;
- уніфікацію підходів до надання фінансової підтримки і можливості їх вибору;
- управління фінансово-економічними та екологічними ризиками;
- відновлення, збереження та бережливе використання екосистем;
- політику поступового обмеження виготовлення нездорових продуктів харчування, тобто посилення екологічної і соціальної спрямованості сільського господарства [7].

Як було зазначено, уряди розробили цілеспрямовані та скоординовані заходи із підтримки продовольчої безпеки, акцентуючи увагу, в першу чергу, на регулюванні питань розвитку сільських територій, вирішенню екологічних проблем. Таким чином, агропродовольча політика країн ЄС – це достатній потенціал високоефективних стратегій продовольчої безпеки та відповідний комплекс державних механізмів та інструментів щодо її гарантування, які може взяти на озброєння Україна для розробки стратегічних ініціатив продовольчої безпеки.

Реальна державна підтримка підприємствам АПК країни за три квартали 2021 року склала 1 млрд. 551 млн. грн. із запланованих в бюджеті 4,5 млрд. грн. [8]. Програмою предбачено дотації, які сформовані у дві групи: 1) основний напрям – часткова компенсація ціни сільськогосподарської техніки (придбання ліній товарної обробки плодів та ягід, автоматизованих ліній, нове будівництво та реконструкція холодильників для зберігання плодів, ягід); програма «доступні кредити 5–7–9%»; розвиток виноградарства, садівництва, хмелярства (відшкодування витрат до 50 % вартості без урахування ПДВ); 2) нові програми – агрострахування, підтримка виробництва органічної продукції, відшкодування втрат від пошкодження посівів сільськогосподарських культур внаслідок надзвичайних ситуацій техногенного та природного характеру, розвиток меліорованих земель, субсидії на

вирощування гречки, надання державних грантів для розвитку державних меліоративних систем.

Проте, в Україні прямі грошові виплати аграріям носять короткостроковий та компенсаційний характер, не розрахований на стратегічний розвиток галузі. Особливу роль при цьому відіграє стимулювання інноваційного розвитку агросектору. Стримуючим фактором є те, що в нашій країні поки що залишаються на недостатньому рівні розроблені методичні та практичні аспекти фінансової підтримки інноваційно-інвестиційної діяльності сільськогосподарських підприємств. Для усунення зазначених проблем уряду доцільно:

- посилити комплексну державну підтримку шляхом концентрації ресурсів на пріоритетних напрямках розвитку;
- активізувати механізми державно-приватного партнерства;
- створити гнучку нормативно-правову та інвестиційну базу, яка б дозволяла нормалізувати функціонування аграрного сектору;
- мотивувати застосуванн ефективних та екологічно оптимальних технологій аграрного виробництва;
- сформувати ефективний механізм фінансових позик, кредитів та страхування.

Аналіз продовольчої безпеки, адаптаційний підхід та врахування позитивного європейського досвіду надають можливість ефективніше та раціональніше пропрацювати актуальні статегічні завдання розвитку вітчизняного агромпромислового комплексу, підвищити його конкурентоспроможність та в значній мірі укріпити продовольчу безпеку.

Перелік використаних джерел:

1. Mostova A. A methodological approach to the strategic analysis of food security. Baltic Journal of Economic Studies, Vol. 3. No 5. Riga: Publishing House «Baltija Publishing». 2017. P. 319–328.
2. Абдиев М.Ж., Момунов У.Н., Эргешов К.А. Зарубежная практика обеспечения продовольственной безопасности в условиях интегрированного формирования. *Известия ВУЗов Кыргызстана*. 2017. № 12. С. 262-264.
3. Common agricultural policy. European Commission: Website. 2018. URL: https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/keypolicies/common-agricultural-policy_en
4. ДОПОМОГА АГРАРІЯМ: У МІНЕКОНОМІКИ РОЗПОВІЛИ ПРО ПРОГРАМИ І НАЗВАЛИ ЦИФРИ. URL: https://pnk.tv/news/economics/dopomoha_ahrariiam_u_minekonomiky_rozpovily_pro_prohramy_i_nazvaly_tsyfry_1005324
5. З досвіду аграрного господарювання найуспішніших країн світу. UTR: https:// www.ukrinform.ua/rubric-world/2012230-svitovi-modeli-pidtrimki-silskogo-gospodarstva.html
6. Кордзая Н.Р. Забезпечення продовольчої безпеки регіону в умовах сталого розвитку: теорія, методологія, практика: дис…докт. екон. наук: 08.00.05. Одеса, 2021. 478 с. URL: https://www.onaft.edu.ua/download/dissertation/thesis/2021/Disser-Kordzaya.pdf
7. Malatinec T. EU agrarian policy legal framework as a part of the EU development practice. 2015. Food and Agriculture Organization of the United Nations: Website.URL:http://agris.fao.org/agrissearch/search.do;jsessionid=DA20E35183CFBAFB1019F588052E6817?request_locale &record ID=SK2016014064
8. Білоусова Н. AgroPolit.com URL:https://agropolit.com/spetsproekty/909-agrariyi-otrimali-z-byudjetu-15-mlrd-grn-dotatsiy-za-2021-rik

УДК 336

Баран Богдан
студент групи БУм-61
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна
Науковий керівник: Малюта Людмила
д.е.н., професор
професор кафедри управління інноваційною діяльністю та сферою послуг
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна
Bogdan Baran
student of group BUm-61
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine
Scientific supervisor: Liudmyla Maliuta
D.Sc. (Econ.), Prof.
Professor of the department of Innovation Activity and Services Management Department
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

СТАН ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ІЗ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ БУДІВНИЦТВА, РЕМОНТУ ТА ЕФЕКТИВНОЇ ЕКСПЛУАТАЦІЇ АВТОШЛЯХІВ
STATE AND TRENDS OF DEVELOPMENT OF ENTERPRISES FOR PROVISION OF CONSTRUCTION, REPAIR AND EFFICIENT OPERATION OF ROADS

В сьогоднішніх умовах змін в економіко-політичному житті нашої держави, на фоні масового поширення пандемії коронавірусу, неабиякий інтерес для дослідження, публічного огляду й аналізу викликає й проблема будівництва, ремонту та ефективної експлуатації автошляхів. За останні два роки вона активно популяризується та розглядається у контексті реалізації програми «Велике будівництво», ініційованої державою та «Укравтодором», що передбачає поступове збільшення інвестицій у дорожньо-транспортну інфраструктуру. Так, до кінця поточного року, у рамках програми планується побудова 6600 км нових якісних доріг.

Тематика оновлення та будівництва автошляхів є актуальною і головною, і майже щодня висвітлюється на шпальтах газет та журналів, у соціальних мережах, обговорюється на головних каналах телебачення і радіо, оскільки за попередні 20 років нашої незалежності ми спостерігали катастрофічний стан вітчизняних доріг та відсутність достатнього цільового фінансування для покращення ситуації. Однак упродовж останніх 6-7 років, у контексті євроінтеграційних процесів, відчуваються деякі зрушення та позитивна динаміка.

Підкреслює й цю актуальність та необхідність у своїй доповіді прем'єр Д. Шмигаль, зазначаючи, що «у даний період системних викликів велике будівництво продовжується. Ремонт доріг не можна зупиняти. Це – локомотив для нашої економіки, який повинен рухати нас вперед, незалежно від обставин, які виникають навколо, і це – запорука економічного розвитку…». Не забарилося і підтвердження його слів: в проекті держбюджету на наступний рік, який був підтриманий Верховною Радою на початку тижня, повністю збережене фінансування будівництва і ремонту доріг в Україні. Як свідчать дані табл. 1 за період 2015-2021рр. спостерігаємо наступну тенденцію по виконанню робіт з оновлення та будівництва доріг та використання коштів для їх фінансування.

Таблиця 1

Обсяг робіт з оновлення та будівництва доріг та їх фінансування у 2015-2021рр.

Рік	Протяжність доріг, км	Обсяг фінансування, млн. грн.
2015	330,78	2026,7

2016	828,9	8282,1
2017	1965,85	18497,2
2018	1411,94	22609,7
2019	846,97	21279,7
2020	4 056	90039,1
2021*	6600	140764,5

*плановий показник згідно Програми президента України «Велике будівництво»

Примітка: складено за офіційними даними Уркавтодору

Як бачимо із таблиці, згідно Державної Програми «Велике будівництво» передбачається в 2021 році **завершити** будівництво та реконструкцію 6,6 тис. км автошляхів, у т.ч. 4500 км – державного значення та 2100 км – місцевого значення на суму близько 140 млд.грн.

Як свідчать дані проведених досліджень, фінансування проекту оновлення та будівництва доріг згідно Програми президента України «Велике будівництво» у минулому 2020 році здійснювалось за рахунок таких джерел фінансування:

- 31,5 млрд. грн. – з Дорожнього фонду (на дороги державного значення);
- 19,2 млрд. грн. – під державні гарантії;
- 35 млрд. грн. – додаткове бюджетне фінансування (перерозподіл із інших фондів);
- 4,4 млрд. грн. – залучені кошти від міжнародних фінансових організацій.

У загальному підсумку, як бачимо, всього для будівництва та оновлення доріг затрачено більше 90 млрд. грн.

З усіх зазначених джерел 7,9 млрд. державних грошей пішло на експлуатаційне утримання доріг, 5,6 млрд. – боргові зобов'язання України, 3,2 млрд. Мінінфраструктури спрямувало на забезпечення безпеки руху, а ще 22,2 млрд. грн коштів Дорожнього фонду пішло на розвиток регіонів.

Але слід зазначити, що частину доріг у 2020 році збудовано в кредит. Заради фінансування доріг влада повернулась до надання держгарантій Укравтодору, під які останній залучив позику у державному Укрексімбанку на 19,3 млрд. грн.

Ще, за неофіційними даними, додатковим бюджетним фінансуванням в розмірі 35 млрд. грн. неочікувано виявилася половина коштів з COVID-фонду, задуманого для підтримки системи охорони здоров'я та допомоги людям, які постраждали через карантин.

Як бачимо, амбітний план щодо «Великого будівництва» поступово реалізовується, джерела коштів знаходяться, дороги справді стають кращими, і ми є свідками того, як окремі кроки на шляху євроінтеграції все ж таки робляться. Однак слід відмітити й вітчизняних підприємств, які поряд із закордонними, виступають підрядниками у виконанні цих робіт. Хотілося б показати чималу лепту у даному процесі й нашого місцевого лідера, підприємства ТОВ «Техно-Буд-Центр», яке працює не лише у Тернопільській області, а й згідно укладених тендерних договорів й у сусідніх Івано-Франківській, Львівській, Чернівецькій, Закарпатській, Хмельницькій, Рівненській та Житомирській областях і якісно та прогресивно здійснює будівництво вітчизняних автомагістралей.

Підприємство успішно використовує інноваційну техніку та технології у будівництві та ремонті вітчизняних автошляхів, інноваційно-логістичні підходи в управлінні цими процесами.

Основним капіталом досліджуваного підприємства ТОВ «Техно-Буд-Центр» є люди, які наполегливо і віддано працюють у колективі компанії. Слід зазначити, що підібрана команда – це справжні досвідченні професіонали найвищого ґатунку. Рівень освіти кадрового складу відповідає потребам підприємства. Всі керівники і спеціалісти мають вищу освіту за спеціальністю та величезний досвід роботи в галузі.

Таким чином, кадрова політика ТОВ «Техно-Буд-Центр» базується на принципах побудови ефективної системи управління, яка сприяє підвищенню ефективності та якості виробництва та виконання робіт.

ТОВ «Техно-Буд-Центр» – компанія, що динамічно розвивається, постійно збільшує обсяги робіт та об'єми виробництва, якісно та своєчасно їх виконує, чим й забезпечила собі високий імідж та репутацію на ринку.

УДК 338.242.2

Василюк Юлія
студентка групи ПФз-51
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна
Науковий керівник: Тимошик Наталія
доцент кафедри економіки та фінансів
кандидат економічних наук
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна
Juliia Vasyliuk
Student of the group PFz-51
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine
Scientific supervisor: Nataliia Tymoshyk
Associate Professor of the Economics and Finance Department
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ТА ГЛОБАЛЬНА ІНТЕРНЕТ-ІНТЕГРАЦІЯ СУЧАСНОГО БІЗНЕСУ
COMPETITIVENESS AND GLOBAL INTERNET INTEGRATION OF MODERN BUSINESS

Питання конкурентноспроможності торкається кожного бізнесу в умовах ринкової економіки. Щоб «бути в тренді», мати попит на продукцію або послуги, займати лідерські позиції на ринку, мати перспективний розвиток і т. д. – необхідно вчасно реагувати на потреби ринку. Для цього необхідно налагодити усі виробничі процеси, впроваджувати інновації, організувати злагоджену роботу персоналу, постійно досліджувати ринок і, відповідно, своїх конкурентів.

У сьогоденні відбувається швидка інтернет-інтеграція (WEB Integrational). Задля полегшення ведення бізнесу, майже всі процеси переводяться в електронні інформаційні системи – це дозволяє коректно та якісно управляти: бухгалтерією, логістикою, клієнтською базою та роботою в середині компанії (табл.1).

Таблиця 1

Проблеми з якими стикається підприємство

№	Проблеми
1.	Потреба в мануальному аналізі баз даних, різних рішень і постійному перемиканні між ними.
2.	Складність в надані доступу до певної інформації партнерам, клієнтам та співробітникам.
3.	Значні витрати ресурсів на управління й обслуговування інформаційних систем.
4.	Потреба в ручній синхронізації даних між онлайн і оффлайн системами.

Варто зазначити, що web-інтеграція має переваги з точки ведення бізнесу, а також збільшує технічні можливості:

1. Простий контроль інформації;
2. Введення даних на цифрових точках;
3. Збільшення обсягу продаж;
4. Економія часу та ресурсів;

5. Дозволяє відкривати інформаційні системи за допомогою сторонніх додатків без необхідності розбиратися в їх системі;
6. Надається доступ до web-сервісів розробників;
7. Використання програмної мови дає очевидні переваги в підтримці, керованості та розгортанні інформаційних мереж.

У пошуках інформації щодо ефективного управління бізнесом варто розглянути концепцію BPM (business process management). Дана концепція розглядає процесне управління організацією, яке досліджує наявні ресурси підприємства як унікальну особливість, що змушує безперервно адаптуватися до потреб ринку, які постійно мінливі.

Основні принципи даної концепції: зрозумілість і прозорість бізнес-процесів. Досягнення зазначених понять відбувається за рахунок їх моделювання з використанням формальних нотацій, використання програмного забезпечення для симуляції, моніторингу, моделювання та аналізу бізнес-процесів, динамічного перестроювання моделей бізнес-процесів силами персоналу і засобами програмних систем.

BPM концепція відповідає на наступні питання: як?, де?, коли?, навіщо? і як виконується робота тих, хто відповідає за її виконання.

Основною відмінністю від інших способів управління є те, що результат діяльності оцінюється не за якістю виконання окремих функцій кожним із підрозділів організації, а за сукупним результатом, отриманим в ході виконання всіх функцій, по всьому ланцюжку створення цінності. Це досягається за рахунок скорочення витрат взаємодії між функціональними підрозділами, завдяки правильній організації процесів. Таким чином, основна мета BPM - підвищення ефективності системи управління (табл.2).

Таблиця 2

Базові функціональні модулі концепції BPM

№	Опис
1.	Засоби аналізу і формування звітів – це система оперативної й аналітичної звітності, що формується за поточним статусом і результатами виконання бізнес-процесів.
2.	Робочий портал – це так зване середовище, в якому залучені користувачі отримують і виконують поставлені завдання.
3.	Засоби для інтеграції інформаційних систем, які використовують компанії на усіх рівнях бізнесу. Реалізується за допомогою стикувальних модулів для завантаження або надання інформації, ініціації необхідних дій в зовнішніх системах компанії: ERP-системи, CRM-системи і т.п.
4.	Засіб налаштування бізнес-правил – це конкретне середовище в якому перелічено та детально описано для всіх бізнес- процесів. Наприклад, алгоритми вибору виконавців для конкретних завдань, перевірки коректності введених даних, стикування із зовнішніми системами та ін.
5.	Засіб моделювання бізнес-процесів – це сервісна програма, за допомогою якої візуалізуються бізнес-процеси для покращення їх розуміння.
6.	Репозитори бізнес-процесів – це єдине сховище, в якому описано бізнес-процеси, що забезпечують ефективну роботу залучених осіб.

Підсумовуючи вище зазначене, для побудови успішного бізнесу необхідно велику увагу приділяти внутрішньому середовищу компанії. Організувати злагоджену роботу у всіх процесах: від окремо взятого працівника до бізнесу в цілому.

Перелік використаних джерел:

1. Сучасні IT-рішення для управління бізнесом. URL: https://www.it.ua/
2. Химич І. Г., Тимошик Н.С., Подвірна Т.В. Підприємницькі ризики як можливість забезпечення конкурентоспроможності. Теоретичні та практичні питання узгодження інтересів розвитку територіальної системи: матеріали Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції (м.Харків, 31 жовт. 2020 р.) Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2020. С. 451-453. URL: http://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/32940/1/%D0%97%D0%B1%D1%96%D1%80%D0%BD%D0%B8%D0%BA%20%D1%82%D0%B5%D0%B7_%D0%A5%D0%9D%D0%A3_31102020.pdf
3. The Global Innovation Index (GII). URL: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_gii_2020/ua.pdf

УДК 332.122:332.021

Возняк Галина
доктор економічних наук, старший науковий співробітник
провідний науковий співробітник
ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М.І. Долішнього НАН України»
м. Львів, Україна
Halyna Voznyak
Senior Research Fellow
Doctor of Econ. Sci, Leading Researcher of
SI "Institute of Regional Research named after
M. I. Dolishniy of the NAS of Ukraine"
Lviv, Ukraine

СМАРТ-СПЕЦІАЛІЗАЦІЯ ЯК ОСНОВА ПЛАНУВАННЯ РЕГІОНАЛЬНОГО РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ ТА ВИМОГА ЧАСУ
SMART SPECIALIZATION AS A BASIS FOR REGIONAL DEVELOPMENT PLANNING IN UKRAINE AND TIME REQUIREMENTS

Розпочаті реформи децентралізації та місцевого самоврядування і територіальної організації влади в Україні створили нові можливості для розвитку громад та регіонів, забезпечили мотивацію для органів місцевого самоврядування в стимулюванні розвитку власних територій, вдосконаливши систему міжбюджетних відносин тощо. Водночас, слід визнати, що наразі не простежується високий ступінь кореляції отриманих можливостей та кращої якості життя людей, незалежно від місця проживання. Навпаки, як засвідчують статистичні дані та власні спостереження, ми є свідками поглиблення як міжрегіональних, так і внутрішньо регіональних асиметрій за індикаторами соціально-економічного розвитку. Також розпочаті масштабні реформи змістили на другий план координацію органів влади різних рівнів (та і громадськості, бізнесу загалом) в питаннях реалізації державної регіональної політики. Інший аспект, на якому слід акцентувати увагу в контексті розвитку регіонів – це проблемні питання реалізації чинної Державної стратегії регіонального розвитку, які потребують вирішення в найближчій перспективі. Йдеться насамперед, про нестабільність фінансування. Наприклад, норма ДФРР в обсязі 1% від загального фонду державного бюджету впродовж останніх п'яти років жодного разу не була виконана; практично не виділялись кошти головних розпорядників в межах бюджетних програм (хоча таке передбачено ДСРР); хронічна фінансова незабезпеченість завдань, передбачених чинною стратегією тощо. Існуючі державні цільові програми / угоди регіонального розвитку - недієві інструменти реалізації ДСРР, а реалізовані проекти за кошти ДФРР – далеко не інвестиційні розвиткові проекти, спрямовані на активізацію економічного потенціалу розвитку територій. Щорічно зростаючі обсяги субвенції на соціально-економічний розвиток окремих територій, яка розподіляється поза будь якими встановленими правилами, нівелювали такий механізм фінансового забезпечення регіонального розвитку. Зазначене доводить з, одного боку, своєчасність питання конвертування отриманих можливостей в інструменти стимулювання економічного зростання територій та створення умов для покращення добробуту громадян. З іншого - обумовлює необхідність оновлення Державної регіональної політики України, яка повинна базуватися на врахуванні сучасних можливостей та викликів, тенденцій розвитку та проблем, які його стримують, визначенні територій, які потребують державної підтримки, системі багаторівневого врядування розвитком територій, а відтак і окресленні стратегічного бачення, яке дасть змогу досягнути поставленої мети. Звісно, що така політика стане ефективною, коли буде вчасно реагувати на зовнішні та внутрішні виклики, та матиме характер стимулюючої, особливо в частині конкурентних переваг розвитку[1].

Візія регіонального розвитку України на період до 2027 року, яка представлена Міністерством розвитку громад та територій України в основному стратегічному документі – проекті Державної стратегії регіонального розвитку до 2027 року [2], визначає соціально-економічний вектор розвитку країни та сфокусована на досягненні трьох цілей:

- формування згуртованої країни в соціальному, економічному, екологічному та просторовому вимірах;
- підвищення рівня конкурентоспроможності регіонів;
- ефективне людиноцентричне багаторівневе врядування.

Нова модель регіональної політики, яка закладена в основу Стратегії, передбачає низку новацій: зосередження державної підтримки на проблемних територіях та точках зростання; спрямування державних інвестицій не тільки на створення об'єктів «твердої» інфраструктури, але і «м'які» розвиткові проекти, що базуються на якісній діагностиці потенціалів та проблем різних типів функціональних територій; обов'язковою умовою реалізації таких державних програм / проектів є наявність документів просторового планування (схеми планування регіонів, громад і т. ін.); об'єктами політики стають функціональні території, що потребують державної підтримки (тобто фінансування під тип території). Метою оновленої регіональної політики визначено підвищення рівня життя населення незалежно від місця проживання людини в згуртованій, децентралізованій, конкурентоспроможній і демократичній Україні. Розвиток та єдність орієнтовані на людину. Людина в такому концепті стає «точкою прикладання» державної регіональної політики.

Зазначимо, що планування регіонального розвитку в Україні до 2027 року опирається на методологію, яка розроблена в рамках Програми ЄС «Підтримка політики регіонального розвитку в Україні» з метою систематизації та покращення підходу до планування та імплементації регіонального розвитку. У 2018 році групою радників з впровадження державної регіональної політики в Україні (програма «U-LEAD з Європою») ця методологія була доповнена підходом, що передбачає визначення регіональних пріоритетів на засадах смарт- спеціалізації (розумної спеціалізації) у процесі стратегування. Доцільність впровадження саме такого підходу вбачається в покращенні якості життя громадян України шляхом: створення нових робочих місць та інших економічних можливостей, надання якісних публічних послуг з рівним рівнем доступності, забезпечення чистого та безпечного середовища проживання, та просування досліджень та інновацій в рамках застосування смарт-спеціалізації.

Саме технологія смарт-спеціалізації є ключовим елементом політики розвитку регіонів ЄС, яка спрямована на скорочення диспропорцій між регіонами Європи, створення економічної, соціальної та територіальної єдності, підвищення конкурентоспроможності та зеленого зростання в регіональних економіках, забезпечення населення якісними послугами тощо. Цікаво, що на досягнення цих цілей політики згуртованості, ЄС на період 2014-2020 рр. виділив 351,8 млрд євро (майже 1/3 бюджету ЄС) [3]. В цьому сенсі варто звернути увагу на те, що наявність стратегії смарт-спеціалізації (RIS 3) є обов'язковою умовою доступу до європейських інвестиційних фондів [4] (Європейський фонд регіонального розвитку (ERDF) – сприяє збалансованому розвитку в різних регіонах ЄС; Фонд згуртування (CF) та Європейський соціальний фонд (ESF) – підтримує проекти, пов'язані із працевлаштуванням в межах всієї Європи. Ключовий фінансовий механізм реалізації регіональної політики - Фонд згуртування, надає допомогу тим країнам – членам ЄС, ВВП/на душу яких менше 90% середнього по країнах ЄС (зазвичай це країни Східної Європи). Справедливості заради зазначимо, що за рішенням Ради ЄС така допомога країні – члену ЄС може бути призупинена у випадку надмірного дефіциту бюджету.

Враховуючи той факт, що починаючи із 2015 року Україна впроваджує європейську модель управління регіональним розвитком, а також підписану Угоду про асоціацію з ЄС, яка зобов'язує нашу країну до кінця 2025 року максимально наблизити своє законодавство до законодавства ЄС, процес удосконалення стратегічного планування регіонального розвитку на засадах смарт-спеціалізації є неминучим. Вважається, що впровадження саме

технології смарт-спеціалізації в процес стратегічного планування регіонального розвитку в Україні дасть змогу визначити на рівні регіонів пріоритетні сфери у певних галузях економіки для інвестування, що своєю чергою, сприятиме підвищенню ефективності використання власних та залучених фінансових ресурсів регіонів за рахунок їх зосередження на розвитку інновацій в потенційно перспективних видах економічної діяльності. Ну і що не менш важливо – стратегування розвитку регіонів на засадах смарт-спеціалізації є ключовою умовою отримання коштів на фінансування розвиткових проектів за рахунок структурних фондів ЄС.

Враховуючи вище викладене, а також існуючі законодавчі рамки в Україні, регіональні стратегії розвитку (РСР) на період до 2027 року повинні бути розроблені на засадах смарт-спеціалізації та згідно з Наказом Мінрегіону від 31.03.2016 № 79 «Про затвердження Методики розроблення, проведення моніторингу та оцінки результативності реалізації регіональних стратегій розвитку та планів заходів з їх реалізації» [5] та Постановою Кабінету Міністрів України від 11.11.2015 № 932 «Про затвердження Порядку розроблення регіональних стратегій розвитку і планів заходів з їх реалізації, а також проведення моніторингу та оцінки результативності реалізації зазначених регіональних стратегій і планів заходів» [6].

Починаючи із 2019 року в Україні процеси розроблення обласних стратегій на період до 2027 року передбачають, що принаймні, одна із стратегічних цілей розвитку повинна чітко узгоджуватися із «розумною спеціалізацією» (передбачати інноваційний розвиток галузі чи видів економічної діяльності), що в перспективі сприятиме активізації довгострокових структурних змін в економіці регіону та підвищенню рівня його конкурентоспроможності. Відповідно до розробленої методології [7] ці процеси розробки повинні бути максимально публічними із залученням місцевого бізнесу, ЗВО, громадськості, представників місцевого самоврядування. Критеріями для визначення смарт-спеціалізації регіону згідно з методикою [8] є:

- наявність ресурсів (активів) та спроможності регіону (включаючи фінансовий, природно-ресурсний, виробничий, науковий, інноваційний та кадровий потенціал);
- потенційна здатність до диверсифікації галузей економіки за рахунок розробки конкурентоспроможних кластерів, розвитку міжгалузевих зв'язків або інших видів економічної діяльності;
- наявність або прогнозована спроможність досягти високої концентрації підприємств у регіоні, у тому числі шляхом створення інноваційних систем колективних зусиль на основі державно-приватного партнерства;
- місце та роль регіону на міжнародному та внутрішньому ринках.

Станом на 2021 рік в Україні затверджено всі стратегії розвитку регіонів, в яких визначено напрями їх спеціалізації. Для міста Києва чинна стратегія до 2025 року, разом з тим в кінці 2019 року визначено також напрями його спеціалізації, які ввійдуть до стратегії розвитку міста до 2035 року [9].

З огляду на зазначене вище, слід погодитись із тезою про те, що формування нового бачення регіонального розвитку є неможливим без нарощення власного потенціалу розвитку. З іншого боку, новації стратегування повинні відповідати принципам європейської моделі регіонального розвитку, які активно використовують смарт-спеціалізацію як методологічну основу планування регіонального розвитку. Інакше кажучи, смарт-спеціалізація – це і вимога часу і інструмент покращення планування регіонального розвитку.

Перелік використаних джерел:

1. Територіальний розвиток і регіональна політика. Стратегування регіонального розвитку на засадах смарт-спеціалізації: наукова доповідь / наук.ред. д.е.н., проф. Сторонянська І.З. Львів, ІРД НАНУ. 2020.141 с. URL: http://ird.gov.ua/irdp/p20200035.pdf

2. Проект постанови Кабінету Міністрів України "Про затвердження Державної стратегії регіонального розвитку на період до 2027 року". URL: https://www.minregion.gov.ua/base-law/grom-

convers/elektronni-konsultatsiyi-z-gromadskistyu/proekt-postanovi-kabinetu-ministriv-ukrayini-pro-zatverdzhennya-derzhavnoyi-strategiyi-regionalnogo-rozvitku-na-period-do-2027-roku/
3. Regional Policy. URL: https://ec.europa.eu/knowledge4policy/territorial/topic/regional_en#Eu2020
4. Funding. URL: https://ec.europa.eu/knowledge4policy/territorial/topic/regional_en#Europe_2020
5. Наказ Мінрегіону від 31.03.2016 № 79. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0632-16
6. Постанова Кабінету Міністрів України від 11.11.2015 № 932 URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/932-2015-%D0%BF
7. Методологія планування регіонального розвитку в Україні. Інструмент для розробки стратегій регіонального розвитку і планів їх реалізації. URL: http://green.ucci.org.ua/wp-content/uploads/2016/11/1_METODOLOG_YA_PLANUVANNYA_REG_ONALNOGO_ROZVYTKU.pdf
8. Наказ Мінрегіонбуду від 27.12.2018 р. №373 «Про внесення змін до наказу Міністерства регіонального розвитку, будівництва та житлово-комунального господарства України від 31 березня 2016 року № 79. URL: zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0082-19#n13
9. Звіт дослідження «Визначення основних напрямів смарт-спеціалізації міста Києва». URL: https://dei.kyivcity.gov.ua/content/strategiya-rozvytku-mista-kyieva-do-2035-roku.html

УДК 005.95: 331.1

Грицишин Вікторія
студентка групи БМ-31
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна
Науковий керівник: Зяйлик Марія
кандидат економічних наук, доцент
доцент кафедри менеджменту та адміністрування
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна
Viktoriia Hrytsyshyn
student of group BM-31
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine
Scientific Supervisor: Mariia Ziailyk
Ph.D (Economics), Assoc. Prof.
Associate Professor of the Department of Management and Administration
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

HR-МАРКЕТИНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ
HR-MARKETING AS A TOOL OF PERSONNEL MANAGEMENT

Сьогодні одним із ключових факторів конкурентоспроможності підприємств чи організацій є ефективна система управління, орієнтована на розвиток. Для ефективного управління в будь-якій організації одним з головних завдань є процес оптимізації використання людських ресурсів, адже саме працівники є активною складовою функціонування організації, так як вони можуть сприяти збільшенню виробництва, прибутку і розвитку організації, а можуть і байдуже ставитися до її діяльності і своїх обов'язків та протистояти інноваціям. Тому ефективнішою системою управління персоналом в певній організації є система, при формуванні якої взаємодіють 3 підсистеми, а саме організація, HR-менеджмент та маркетинг. Це відбувається завдяки маркетинговому управлінні персоналом, за допомогою чого організації швидко реагують на зовнішнє економічне середовище або пристосовуються згідно з потребами, що виникають.

Відповідно, маркетинг персоналу – це вид управлінської діяльності, що передбачає потребу та забезпечення організації персоналом в необхідному обсязі і з відповідними характеристиками, а також розвиток, навчання, використання, мотивацію, утримання персоналу для досягнення мети та цілей організації [1]. Тобто маркетинг персоналу вирішує

питання щодо залучення (добору) кадрів з точки зору ринкового підходу, а саме робоче місце в певній організації розглядається як товар, що продається на ринку праці. В свою чергу, організація створює такі умови праці, щоб це робоче місце було вигідно продати кваліфікованому фахівцю. Такий підхід демонструє перший взаємозв'язок між маркетингом персоналу і внутрішнім маркетингом. Наступним етапом є розвиток, навчання, мотивація та наділення певними повноваженнями персоналу для їх ефективної діяльності та виконання обов'язків. Для цього необхідно розуміти працівників та їх бажання. Тому варто проводити певні анкетування або опитування працівників щодо задоволеності роботою, корпоративною культурою, умовами праці та розуміння потреб чи проблем працівників, готовність їх до змін, лідерів серед них або тих, хто бажає звільнитися. Це дозволить розуміти те, як працювати чи утримати працівника в певній організації. Встановивши стандарти продуктивності, організація здійснює моніторинг дій працівників і, відповідно, винагороди за їх роботу. На цьому етапі, завдяки комунікації та зворотному зв'язку замикається цикл внутрішнього маркетингу. Звідси, ланкою, що поєднує людські ресурси, маркетинг і внутрішні комунікації, є HR-маркетинг.

Спільним у HR-сфері та сфері маркетингу є орієнтація на вплив та мотивацію людей. Однак, якщо HR-фахівець займається вивченням запитів та потреб працівників, збором даних, а маркетолог просуває бренд організації і підтримує її імідж в очах клієнтів, то HR-маркетолог формує та розвиває бренд роботодавця, тобто імідж організації на ринку праці, і робить її привабливою для працівників з метою виникнення бажання працювати в цій організації [2]. Створення HR-бренду передбачає здійснення аналізу кадрових процесів для усвідомлення стану організації та майбутніх заходів, розробки бізнес-плану щодо зміцнення бренду завдяки участі працівників, маркетинговим і технічним завданням, на основі чого визначаються пріоритети та плани дій на найближчий період часу. Тому завданнями HR-маркетолога є створення гарної репутації та поширення інформації про організацію, наприклад шляхом розробки реклам. Адже для того, щоб побудувати відповідний бренд роботодавця необхідно застосовувати різноманітні інструменти HR-маркетингу, а саме презентації організацій на ярмарках вакансій, соціальні мережі, веб-сайти або промо-сайти, розсилки інформації про організацію, листівки, банери тощо [1]. Також потрібно публікувати такий контент, яким би захотіли поділитись працівники. Адже, якщо працівники діляться корпоративним контентом на своїх сторінках в соціальних мережах, то це підвищує впізнаваність організації. До того ж, працівники теж можуть брати участь у створенні контенту, а саме ділитися певним досвідом, навичками, вміннями, традиціями, демонструючи при цьому корпоративну культуру організації. Адже дані Edelman Trust Barometer свідчать, що 74% людей більше довіряють словами працівників організації, ніж SEO [3].

Таким чином, в HR-маркетингу організації можна виділити такі функції:

- Інформаційна функція, що відповідає за збір інформації щодо даних ринку праці та служб зайнятості, внутрішнє і зовнішнє середовище організації, репутацію роботодавця, вимог до посад та робочих місць, потреби та бажання фахівців тощо.
- Аналітична функція, що дозволяє обробляти та аналізувати дану інформацію та готувати нову з метою ефективного кадрового планування та прийняття ефективних управлінських рішень щодо розвитку та конкурентоспроможності певної організації.
- Комунікативна функція, яка встановлює контакт та відповідає за спілкування зі суб'єктами ринку праці для задоволення потреб в персоналі, тобто зі зовнішнім ринком праці (кандидатами) і з працівниками організації. Тому часто для забезпечення зворотного зв'язку проводяться опитування працівників з метою виявлення і розуміння ситуацій чи певних проблем в організації.

На підставі вищенаведеного, варто сказати, що ринок праці з появленням новітніх технологій все швидше змінюється. Адже стратегії, які були актуальними раніше – сьогодні вже не є настільки актуальні. Тому, для адаптації бізнесу до нових ринкових умов застосовується HR-маркетинг, що допомагає створювати бренд роботодавця для утримання

ключових працівників в організації та залучення кращих фахівців, шляхом привернення уваги та зацікавлення кандидатів щодо певної вакансії, оцінки кандидатів та вибір найбільш відповідних з них. Також необхідно враховувати ресурси, на яких кандидати шукають роботу і те, чому вони повинні відкрити саме ту чи іншу пропозицію. Для цього потрібно вивчити поведінку цільової аудиторії і розуміти бажання людей, тобто те, до чого вони прагнуть, про що мріють, що очікують отримати, що їх турбує тощо. Що стосується безпосередньо працівників, то для того, щоб вони були не лише фінансово вмотивовані, необхідно подбати про корпоративну культуру та умови праці. Отже, HR-маркетинг приваблює кращих працівників на ринку праці, покращує внутрішні комунікації, підвищує ефективність роботи та знижує плинність кадрів.

Перелік використаних джерел:

1. Макович Г.В. Маркетинговые инструменты в работе с персоналом организации / Г.В. Макович // Вопросы управления. — 2015. — № 2. — С. 139—142.
2. HR-маркетинг: що це та навіщо він потрібен. URL: https://hurma.work/blog/hr-marketing-shho-cze-ta-navishho-vin-potriben/ (дата звернення: 20.10.2021).
3. 2018 Edelman Trust Barometer THE EMPLOYER ADVANTAGE. URL: https://www.insidemarketing.it/wp-content/uploads/2018/10/Employee-advocacy-edelman-research.pdf (дата звернення: 20.10.2021).

УДК 658: 004

Грицишин Вікторія
студентка групи БМ-31
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна
Науковий керівник: Малюта Людмила
доктор економічних наук, професор
професор кафедри управління інноваційною діяльністю та сферою послуг
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна
Viktoriia Hrytsyshyn
student of group BM-31
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine
Scientific supervisor: Liudmyla Maliuta
D.Sc.(Econ.). Prof., Professor of the department
of Innovation Activity and Services Management Department
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

ЦИФРОВА ЛОГІСТИКА ЯК ІНСТРУМЕНТ ТРАНСФОРМАЦІЇ ЕКОНОМІКИ
DIGITAL LOGISTICS AS A TOOL FOR ECONOMIC TRANSFORMATION

Як відомо, Україна межує з двома найбільшими торговими блоками світу і має вихід до моря, що є її географічною перевагою з точки зору логістики та торгівлі. Однак зараз цю перевагу підсилює розвиток інновацій, перетворюючи країну на привабливого партнера для європейського бізнесу. Адже цифрова логістика є складовою цифрової трансформації економіки, зокрема цифровізації торгівлі та електронного бізнесу, що функціонує на побудованих в цифровому форматі відносинах, де на перший план виходить цінність клієнтів та їх задоволення їх вимог, завдяки електронним способам та інформаційній комунікації. Сьогодні, опираючись на події, пов’язані з пандемією COVID-19, логістичні компанії реагують на вимоги ринку і перебудовують свою роботу, шляхом розробки власних

цифрових бізнес-моделей, використовуючи при цьому цифрові технології. Адже вони можуть змінювати канали руху товарів, процеси поставок, оперативно приймати управлінські рішення щодо організації логістичних процесів та транспортних операцій, оптимізувати матеріальні, інформаційні та фінансові процеси, подбати про якість обслуговування споживачів, зменшити логістичні витрати тощо. Тому організації, які вкладають кошти та використовують цифрові технології, є лідерами галузі.

Проблематика інтегрованого впровадження інноваційних та цифрових процесів у різні галузі національної економіки є надзвичайно актуальною і була предметом й попередніх наших досліджень [1;2]. Безумовно, інноваційні та цифрові процеси - це сучасний тандем, без якого неможливий розвиток економіки та будь якого суб'єкта господарювання. Ці два поняття є взаємодоповнюючими, адже застосування інновацій породжує цифрові зміни, впровадження інновацій дозволяє спростити адаптивний процес до цифрової економіки. В даному напрямі необхідно здійснювати узгоджену інноваційну політику від ідеї до реалізації на ринку цифрових технологій для створення, розвитку та забезпечення конкурентоспроможності бізнесу, заснованого на нових технологічних рішеннях або бізнес-моделях, які не застосовувалися раніше[1]. І важливе значення у даному контексті слід відвести й цифровій логістиці.

Цифрова логістика і ланцюги поставок є факторами конкурентоспроможності та розвитку виробництва інноваційного типу. І підвищити ефективність логістичних процесів можна з допомогою новітніх IT-рішень, серед яких логістичні системи, що взаємодіють у логістичних компаніях, а саме GPS-моніторинг (визначення точних координат об'єкта), ERP (планування ресурсів підприємства), TMS (система управління транспортом), WMS (система управління складом), MES (система управління виробництвом), CRM (система управління взаємовідносинами з клієнтами), СТС (наявність вантажів, вид транспорту, маршрути руху), DRP (організація дистрибуції) тощо [3;4]. Також, щодо Індустрії 4.0, варто і відзначити «хмари» для зберігання даних. Великою їх перевагою є доступ до програмного забезпечення, баз даних, інших інформаційних сервісів, що здійснюється завдяки комп'ютеру чи смартфону та доступність інформації у будь-який час і у будь-якому місці. Саме хмарні обчислення дають змогу обробляти великі обсяги даних і впроваджувати «точні» інноваційні елементи контролю в онлайн-режимі.

Якщо говорити про технологію, що використовується на складах, а саме IoT (Інтернет речей), то вона тісно пов'язана з різними датчиками, що фіксують зовнішню інформацію і передають її в цифрові бази даних. Прикладом цього можуть слугувати штрих-коди на складі, завдяки чому автоматизована система надсилає інформацію збору даних до ERP системи і з тим зменшуються витрати часу і витрати на робочу силу [5].

Цифрові відносини будуються зазвичай в рамках цифрових платформ. Їх великі конкурентоспроможні компанії використовують, коли з'єднують вантажі вантажовідправників з перевізниками. Прикладом може слугувати, інноваційна логістична Платформа Trans.eu, що об'єднує всі існуючі системи управління перевезеннями, заявками, моніторингу і пропонує новітні рішення. Тобто в межах одного інструменту можливий повний обмін даними усіх учасників транспортного процесу. Однак, що стосується транспортної логістики, то більш ефективним є формування не лише самої платформи, а й системи IT-підтримки, що забезпечували б ефективну діяльність систем керування транспортними потоками, скорочували б затрати часу та фінансові витрати, пов'язані з пошуком даних та здійснювали б розробку IT-додатків щодо створення партнерських відносин, завдяки ефективним виробничим та торгівельним зв'язкам між представниками різних форм бізнесу [6].

Не менш важливим етапом на шляху до цифровізації в транспортній галузі є електронна транспортна накладна (e-CMR) та електронна авіанакладна (e-AWB). Перевагою таких накладних для виробників є швидке підтвердження доставки товару, підвищення ефективності відстеження, обробки даних про вантаж, прозорість шляху проходження та зниження витрат та затрат часу. Тобто, якщо паперова робота загалом починається ще до

початку перевезення вантажу, тоді йде заявка, накладні, рахунок в декількох екземплярах, то для того, щоб скоротити час, всі документи можна швидко надсилати у цифрових платформах. До того ж, документи зберігаються в архіві системи, тому завжди можна повернутися до них.

Таким чином, використовуючи сучасні інформаційно-комунікаційні технології, підвищується ефективність управління логістикою компаній чи організацій, а саме скорочується час виконання замовлень, зменшуються логістичні та транспортні витрати, підвищується рівень попиту і відповідно збільшується виручка від реалізації компаній, тобто економічна ефективність. Тому логістичним компаніям необхідно все більше впроваджувати інноваційні технології для забезпечення прозорості та обліку операцій.

На підставі вищенаведеного можна зробити висновок, що логістика сьогодні є не допоміжною галуззю в бізнесі, а основним фактором конкурентоспроможності та ефективності бізнесу. Адже для менеджерів організацій доступні поточні дані, тому вони можуть швидко реагувати та запроваджувати певні зміни, наприклад зміни маршрутів або переходити на інші способи доставки, щоб уникати певних штрафів, тобто змінювати стратегію чи бізнес-моделі і тим самим впливати на результативність. Зараз ми спостерігаємо відбір на ринку логістичних послуг між дрібними і середніми учасниками. Одні з них не є достатньо потужні, інші пристосовуються до нових реалій. Тому їм варто об'єднуватись з такими компаніями чи організаціями, які б доповнювали певні послуги і тим самим створювали умови для розвитку і подальшого зростання, наприклад особливі пропозиції для клієнтів, екосистеми тощо.

Логістичним галузям потрібно використовувати всі можливості від цифрової трансформації, що забезпечує доступ та взаємозв'язок даних тут і зараз, і відповідно робить бізнес швидшим і ефективнішим. З переходом від матеріального середовища у віртуальне необхідні зміни щодо витрат та напрямів діяльності. Однак, впровадження цифрової трансформації в сферу транспорту і логістики дає ряд переваг, такі як технологічні ефекти, ефекти конкурентоспроможності, комерційні ефекти. Що стосується технологічних ефектів, то шляхом якісних технологічних процесів логістики в бізнесі зменшуються затрати часу на обслуговування і відповідно пришвидшується доставка. Щодо ефектів конкурентоспроможності, то збільшується клієнтська частка через задоволення якістю обслуговування. І відповідно щодо комерційних ефектів, то завдяки цифровій трансформації в логістиці з'являються нові ІТ-послуги, збільшуються обсяги перевезень, скорочуються фінансові витрати та підвищується продуктивність компаній.

Проте загалом рівень цифровізації логістики в Україні залишається невисоким. Тому виникає необхідність освоювати актуальні канали та формати доставок, здійснювати аналіз даних та автоматизацію процесів, впроваджувати роботів, блокчейн та системи електронної взаємодії згідно з вимогами ЄС, виконувати роботу з документам електронної митниці з вимогами ЄС, організувати сумісну систему контролю за переміщенням вантажів чинної в митних органах України із загальноєвропейською Новою комп'ютеризованою транзитною системою.

Перелік використаних джерел:

1. Малюта Л.Я., Дерманська Л.В. Інноваційно-цифрові перспективи розвитку економіки України. *Науковий журнал:* «Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. Серія: Економіка і управління», 2019. Том 30 (69). №2. С.55-60.
2. Малюта Л.Я., Кузь Т.І. Цифрова економіка та інноваційні шляхи розвитку держави та регіонів. *Збірка матеріалів* І Міжрегіональної науково-практичної конференції «Проблеми публічного управління та адміністрування на регіональному рівні» (Тернопіль, 21 травня 2019р.). Тернопіль: ТНТУ ім. І. Пулюя, 2019. С. 24-25.
3. MES – система управління виробництвом. URL: https://www.it.ua/knowledge-base/technology-innovation/manufacturing-execution-system-mes (дата звернення: 23.10.2021).
4. CRM – система управління відносинами з клієнтами. URL: https://www.it.ua/knowledge-base/technology-innovation/customer-relationship-management-crm (дата звернення: 23.10.2021).

5. Digitalization and warehouse management: an approach for implementation of digital solutions. 2016. URL: https://nauchkor.ru/uploads/documents/587d36845f1be77c40d59146.pdf (дата звернення: 23.10.2021).
6. Бубнова Г.В., Лёвин Б.А. Цифровая логистика – инновационный механизм развития и эффективного функционирования транспортнологистических систем и комплексов. International Journal of Open Information Technologies. 2017. № 3, vol. 5. С. 72-78.

УДК 640.41

Домітряк Діана
студентка групи БРм-61
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м.Тернопіль, Україна
Малюта Людмила
д.е.н., профессор
професор кафедри управління інноваційною діяльністю та сферою послуг
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м.Тернопіль, Україна
Diana Domitriak
student of group BRm-61
Liudmyla Maliuta
D.Sc.(Econ.). Prof., Professor of the department
of Innovation Activity and Services Management Department
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

РОЗВИТОК СУЧАСНОГО РИНКУ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ В УМОВАХ КОНКУРЕНЦІЇ
DEVELOPMENT OF THE MODERN MARKET OF THE HOSPITALITY INDUSTRY IN CONDITIONS OF COMPETITION

Сучасний ринок індустрії гостинності характеризуються підвищенням жорсткості конкуренції, що пов’язано зі зростанням пропозиції готельних і ресторанних послуг. У зв’язку з цим, ключовим моментом забезпечення функціонування будь-якого підприємства даної сфери, основним його завданням є забезпечення конкурентоспроможності та конкурентних переваг на ринку, кожен суб’єкт даного бізнесу прагне максимально задовольнити потреби споживачів, забезпечити високий рівень комфорту, задовольнити найрізноманітніші побутові, господарські та культурні запити гостей тощо.

Як відомо, в усьому світі готельно-ресторанний бізнес є одним із найбільш привабливих для інвесторів, а його рентабельність у розвинутих країнах не буває нижчою за 40%, при цьому досягаючи в окремих туристичних дестинаціях відмітки 100 %. Щодо України, то на думку експертів, значні потенційні можливості розвитку цієї галузі залишаються нереалізованими через вплив низки факторів: мала кількість кваліфікованих спеціалістів; низький темп розвитку інноваційних технологій; велика конкуренція на ринку послуг; технологічні фактори; недоцільне удосконалення готельного продукту. Загалом несприятлива економіко-політична ситуація в державі, а в останні два роки ще й пандемія коронавірусу негативно вплинули на розвиток даного бізнесу. Так, за даними багатьох статистичних досліджень 34,8% українських підприємств, не витримавши конкурентної боротьби та умов карантину, стали збитковими.

Аналізуючи науковий доробок щодо дослідження даної проблематики бачимо, що вагомий внесок у вивчення питань розвитку готельно-ресторанного бізнесу зробили вітчизняні науковці та фахівці: М. Бойко, О. Борисова, О. Бутенко, К. Гавриш, М. Мальська, Л. Малюта, Л. Нечаюк, О. Шаповалова, О. Юрченко та ін. Однак недостатньо розкритими залишаються питання перспектив та векторів розвитку ринку готельно-ресторанних послуг в

умовах посткризових ситуацій, інноваційних змін та з урахуванням глобалізації світового господарства.

Сьогодні, ми є свідками того, що готельно-ресторанний бізнес відкриває безліч можливостей як для гостей, так і для працівників, які планують пов'язати своє життя і діяльність з індустрією гостинності. Нові технології надання послуг, інноваційні вкладення та втілення нових ідей у розвиток гостинності дають можливість даному бізнесу розвиватись з кожним роком. Зокрема інноваційний формат туристичного продукту в готельному бізнесі є предметом наших попередніх досліджень [1].

Ми знаємо, що сучасні інновації коштують недешево, проте власники готелів та ресторанів все одно витрачаються на них, тому що тільки так можна забезпечити власне функціонування, розвиток та позитивний імідж на ринку.

Сучасний розвиток індустрії гостинності спрямований на створення інноваційних технологій, які сприятимуть залученню якомога більшої кількості клієнтів, максимальному обсягу продажів, завоюванню довіри гостя, формуванню позитивного іміджу та репутації підприємства. Міжнародний досвід свідчить, що шлях таких інноваційних змін вибрали успішні заклади готельно-ресторанного бізнесу, які готові до впровадження інновацій та нововведень.

Слід зазначити, що у сфері готельно-ресторанного бізнесу постійно відбуваються зміни, орієнтовані на споживача, що дає можливість відповідати певним сучасним тенденціям та бути конкурентоспроможними на ринку. Світова практика свідчить про розвиненість готельно-ресторанного ринку Західної Європи та США, який за останні десять років суттєво змінився. Важка праця, поверхнева робота, спрямована на привернення уваги цільової аудиторії, відійшли у минуле, натомість набула популярності особлива увага до споживача та його запитів. І оскільки Україна взяла курс на інтеграцію в ЄС, варто звернути увагу на вирішення проблем, що мали місце останніми роками. Однією з таких є створення єдиної системи категоризації закладів гостинності. Найбільш успішним прикладом такої системи сьогодні є Hotelstars Union, що була прийнята членами асоціації HOTREC (Союз професійних асоціацій рестораторів і готел'єрів Європи – Hotels, Restaurants & Cafes in Europe), і з 2018 р. діє у 17 країнах Європи. Низка країн, таких як Франція, Ірландія, Італія, Хорватія, Польща, наглядає за цією системою, а Туреччина і країни Центрально-Східної Азії та Південної Америки останнім часом виявляють інтерес до неї, оскільки її критерії підлягають постійним переглядам та змінам, що відповідають сучасним запитам клієнтів. Згідно даної системи для отримання конкретної категорії («від 1 до 5 «зірок») необхідно мати обов'язкову комбінацію базових критеріїв і певні факультативні критерії.

Партнерство в даній системі забезпечує узгоджену класифікацію готелів із загальними критеріями та процедурами категоризації в країнах-учасницях, підвищує їхню репутацію та впливає на якість надання готельних послуг, створюючи прозорість і безпеку для гостей та стимулюючи розвиток готельного бізнесу.

Як зазначають експерти, європейська система HotelStars має низку переваг, зокрема:

– високі стандарти якості обслуговування та організація дієвого контролю;
– максимум об'єктивності в критеріях оцінки готелів;
– прозорість для гостей та готел'єрів, справедлива конкуренція;
– сучасна та актуальна інформація для клієнтів;
– міжнародний товарний знак та бренди для готелів;
– загальна інформаційна база даних;
– наявність спеціального бренду для готелів малої місткості;
– широка аудиторія споживачів (180 млн. осіб) [2].

Система Hotelstars передбачає відповідні параметри, такі як розмір номерів, наявність приміщень для проведення семінарів та конференцій, робота за скаргами гостей та їхні відгуки про готель. Засоби розміщення оцінюються за допомогою 270 критеріїв, що групуються у сім блоків та мають обов'язковий набір базових та факультативних критеріїв, які включають у себе основну інформацію про готель, обов'язки рецепції та обслуговування,

вимоги до номерного фонду та послуг харчування, необхідні умови щодо організації заходів та дозвілля, визначають якість та онлайн-активність.

Звичайно, що сьогодні майже всі готельні та ресторанні підприємства використовують електронні системи управління, що дає можливість на відстані спілкуватися з клієнтом, надавати повну інформацію про себе та мати зворотний зв'язок, а також надавати додаткові послуги згідно потреб споживачів.

Таким чином, сучасний ринок індустрії гостинності має великий потенціал та численні інноваційні можливості для його розвитку в наступний посткризовий та постпандемічний періоди з врахуванням запитів клієнтів та освоєння нових туристичних дестинацій.

Перелік використаних джерел:

1. Домітряк Д.І., Королюк С.Р., Малюта Л.Я. Інноваційний формат туристичного продукту в готельному бізнесі. Розвиток туристичної галузі та індустрії гостинності: проблеми, перспективи, конкурентоздатність*: І Міжнародна конференція здобувачів та молодих вчених тези доповідей*, Дніпро, 2021. С.272-273.

2. Галасюк С.С., Демянчук К.Ф. Категоризація готелів України в контексті європейського досвіду. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. Вип.32. 2018. С.64-68.

УДК 330

Зазуляк Оксана
начальниця відділу економічного розвитку, інвестицій та державних закупівель
Великоберезовицької селищної ради
м. Тернопіль, Україна
Науковий керівник: Панухник Олена
докторка економічних наук, професорка
завідувачка кафедри економіки та фінансів
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна
Oksana Zazulyak
Head of the Department of Economic development, Investments and Public procurement
Velykoberezovytsia village Council
Ternopil, Ukraine
Scientific supervisor: Olena Panukhnyk
Doctor of Sciences (Economics), Professor
Head of the Department of Economics and Finance
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

РОЛЬ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ У РОЗВИТКУ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД
THE ROLE OF STRATEGIC PLANNING IN DEVELOPMENT TERRITORIAL COMMUNITIES

Стратегічне планування в сучасних умовах є невід’ємним елементом муніципального менеджменту, про доцільність запровадження якого в Україні свідчить вдала практика використання даного інструменту в розвинених країнах [1, С. 13].

Стратегічне планування – це системна технологія обґрунтування та ухвалення найважливіших рішень щодо місцевого розвитку, визначення бажаного майбутнього стану території та способу його досягнення, що базується на ситуаційному аналізі зовнішнього оточення території та її внутрішнього потенціалу і полягає у формуванні узгоджених з територіальною громадою дій, на реалізації яких концентруються зусилля, ресурси основних суб’єктів місцевого розвитку [2, С. 61].

Упродовж І етапу реформи децентралізації (2014-2019 роки) почався процес планування у новостворених об'єднаних територіальних громадах. Спочатку це були однорічні Програми соціально-економічного та культурного розвитку. Та гострою необхідністю постало питання планування на середньо та довгострокову перспективу для забезпечення економічного розвитку не лише територіальної громади, окремого регіону, але й держави в цілому.

Базовим документом щодо процесу стратегічного планування регіонального розвитку в Україні був Закон України «Про державне прогнозування та розроблення програм економічного і соціального розвитку України», суть якого полягала у впорядкуванні цілісної системи прогнозних і програмних документів соціально-економічного розвитку України, окремих адміністративно-територіальних одиниць і галузей економіки. Прийняття Закону України «Про стимулювання розвитку регіонів» від 8.09.2005 р. № 2850-IV. Ще одним важливим документом було розпорядження КМУ №504-р від 4.10.2006 р. Зокрема, у ньому регламентовано розробку на довгостроковий період (до 5 років) проектів Стратегії економічного та соціального розвитку України; Державної стратегії регіонального розвитку; регіональних стратегій; стратегій розвитку галузей економіки (сфер діяльності). Це дало поштовх до розроблення та затвердження Державної стратегії регіонального розвитку України на період до 2015 р., а пізніше до 2020 р. [3, С.16].

Для розвитку будь-якої територіальної громади визначальним є розробка стратегії. Стратегією є специфічний результат управлінської діяльності, який являє собою обґрунтування вибору напряму розвитку територіальної громади або країни, регіону, організації, сектору публічної сфери, а також підприємства, що базується на аналізі внутрішніх їх можливостей та середовища, у якому вони діють задля збереження стану, який є зараз, або його зміни для того, щоб досягти окреслених цілей [4, С. 191]

На нашу думку, процес стратегічного планування складається з трьох етапів:

Рис.1 Послідовність етапів стратегічного планування [розроблено автором самостійно]

Вдаючись до планування, намагаються встановити основні напрями діяльності, які забезпечать єдність цілей для всіх жителів муніципального утворення. У більш загальному вигляді стратегічне планування – систематизований процес, за допомогою якого планується та прогнозується діяльність на майбутнє [5, С. 11].

В Україні особливого значення набуває комплексний територіальний підхід, на основі якого має здійснюватися реалізація державної регіональної політики, та який передбачає, що територія має характеризуватися певними особливостями (просторовими,

соціально-економічними та екологічними). Це зазначено у Державній стратегії регіонального розвитку на 2021–2027 роки [6].

Стратегічне планування і, як результат, стратегія розвитку – це своєрідна дорожня карта розвитку територіальної громади, яка базується на аналізі теперішнього соціально-економічного стану громади, опитування жителів і бізнесу та SWOT-аналізі; визначає стратегічні, операційні цілі, завдання та проєкти, через які буде досягнено стратегічне бачення (візія) територіальної громади у майбутньому.

Першочерговими завданнями нової регіональної політики є прискорення економічного зростання регіонів, підвищення їх конкурентоспроможності на основі ефективного використання внутрішнього потенціалу, створення нових робочих місць, покращення зайнятості населення, створення умов для повернення на батьківщину трудових мігрантів. Саме це може дати швидке та стійке зростання рівня якості життя людини незалежно від того, де вона народилася, де проживає зараз і де буде проживати у майбутньому [6, С. 2].

Перелік використаних джерел:

1. Берданова О. В., Вакуленко В. М., Валентюк І. В., Ткачук А. Ф. Стратегічне планування розвитку об’єднаної територіальної громади: навч. посіб. К. 2017. 121 с.
2. Берданова О. В., Вакуленко В. М., Тертичка В. М. Стратегічне планування: навч. посіб. Л.: ЗУКЦ, 2008. 138 с.
3. Попадинець Н. М. Роль стратегічного планування в економічному розвитку регіону. Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України. 2017 . Випуск 6. с. 16-19. URL: http://ird.gov.ua/sep/sep20176(128)/sep20176(128)_016_PopadynetsN.pdf
4. Романюк С. А. Теорія та практика стратегічного управління: монографія. Київ : НАДУ, 2019. 232 с.
5. Сментина Н. В., Фіалковська А. А. Стратегічне планування місцевого розвитку: навч. посіб. К.: ФОП Гуляєва В.М., 2019. 244 с.
6. Про затвердження Державної стратегії регіонального розвитку на 2021-2027 роки: Постанова Кабінету Міністрів України від 5 серп. 2020 р. № 695. Офіц. вісн. України. 2020.

УДК 348:147

Когут Тетяна
к. п. н., заступник директора з навчально-методичної роботи
Тернопільський фаховий коледж харчових технологій і торгівлі
м. Тернопіль, Україні
Tetiana Kohut
candidate of Pedagogical Sciences
Deputy Director for Educational and Methodological Work
Ternopil Professional College of Food Technology and Trade
Ternopil, Ukraine

СУЧАСНІ ПІДХОДИ ВИКЛАДАННЯ ІНОЗЕМНОЇ МОВИ ЗА ПРОФЕСІЙНИМ СПРЯМУВАННЯМ ДЛЯ ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНИХ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ ФАХІВЦІВ
MODERN APPROACHES OF TEACHING FOREIGN LANGUAGE FOR PROFESSIONAL PURPOSES FOR CREATING PROFESSIONAL COMPETENCES

Сучасний розвиток міжнародних ділових контактів та розширення міжнародного співробітництва в різних сферах діяльності приводять до необхідності володіння іноземною мовою як засобом міжкультурного спілкування спеціалістів будь-якої професії на основі характерних особливостей спеціальності. Навчання студентів іноземної мови за професійним спрямуванням базується перш за все на врахуванні професійних потреб майбутніх фахівців.

Воно має забезпечити наступність у мовній підготовці студентів після шкільного курсу і бути професійно спрямованим [6, с. 238-239].

Мотивацією щодо вивчення іноземних мов слугує професійна потреба студента стати висококваліфікованим фахівцем в обраній ним галузі з умінням спілкуватися іноземною мовою та здобувати інформацію з новітньої зарубіжної літератури. Тому однією із особливостей цієї навчальної дисципліни у закладах вищої і фахової передвищої освіти є її професійно орієнтований характер.

Система навчання іноземної мови будується на системі принципів. Так, Л.С. Панова визначає такі дидактичні принципи: науковості, доступності і посильності, систематичності, свідомості, активності, наочності, індивідуального підходу до студентів, зв'язку теорії з практикою, взаємозв'язку виховання і навчання, мотивація вивчення іноземної мови, професійна спрямованість та інші [3].

Студент повинен розуміти і усвідомлювати, для чого він вивчає іноземну мову і як він може використати здобуті знання у майбутньому. Тобто, кінцева мета навчання повинна відповідати окресленим уявленням студента про його майбутню професійну діяльність, стимулювати потребу студента у вивченні іноземної мови як запоруки стати освіченою, культурною, професійною, конкурентноспроможною та успішною людиною [6].

У випадку, коли вищезазначені принципи навчання мови не реалізовуються, навчальний процес обмежується лише перекладом текстів та аналізом граматичних явищ і різноманітних конструкцій. Коли ж принципи реалізовуються достатньою мірою, студент має можливість оволодіти професійною та комунікативною компетенцією, здатністю творчо та ініціативно брати участь у спілкуванні, розвивати професійно важливі якості особистості, що є ключовою ланкою сучасної особистісно-орієнтованої професійної освіти [6, с. 241].

Особливим у професійно орієнтованому вивченні іноземної мови у студентів нашого навчального закладу майбутніми маркетологами, товарознавцями, рестораторами, отельєрами і техніками-технологами є те, що студенти, крім загальновживаної міжстильової лексики, вивчають лексику, яка є властивою для певної професійної групи, тобто ту лексику, яка використовується у маркетингу, підприємництві, торгівлі і біржовій діяльності, харчових технологіях та в готельно-ресторанній справі.

Студенти спеціальності «Готельно-ресторанна справа» свідомі того, для просування по кар'єрних сходах в індустрії гостинності, потрібні знання іноземних мов. Готельно-ресторанна сфера і туризм передбачають зустріч іноземних гостей. У цьому випадку знання мов швидше є обов'язком, а не перевагою. Знання іноземних мов дозволяють краще опанувати свою професію, дають можливість всесторонньо розвиватись, дозволять краще зрозуміти себе і глибше пізнати навколишній світ. Іноземні мови дозволять рестораторам, отельєрам, маркетологам, товарознавцям брати участь у міжнародних проэктах, виставках і форумах, дадуть можливість укладати вигідні угоди, створять перспективи для популяризації українських звичаїв, традицій і, звичайно, ознайомлять з багатогранністю національної кухні [2].

У процесі вивчення іноземної мови студенти виконують різноманітні види завдань, а саме: зрозуміти текст, отримати необхідну інформацію, перекласти або реферувати необхідний матеріал, скласти діалог, висловитись по тій чи іншій темі, дати розгорнуту відповідь на питання.

Студенти повинні володіти навичками як усного, так і письмового перекладу з іноземної мови на рідну та навпаки, знати особливості культури, звичаї, обряди країн, мова яких вивчається; використовувати словники і довідковий матеріал при перекладі; вміти стисло і точно висловлювати думки рідною та іноземною мовами.

Моделювати іншомовне середовище і стимулювати до спілкування іноземною мовою дозволяють підручники, різноманітні наочні посібники, аудіо- та відеоматеріали, комп'ютерні та технічні засоби.

Сьогодні все більшого поширення набувають інтерактивні методи навчання. Ми підтримуємо висловлену думку щодо суті інтерактивного навчання в тому, що навчальний

процес відбувається за умови постійної, активної взаємодії викладача і всіх студентів. Інтерактивне навчання передбачає моделювання життєвих ситуацій, використання рольових ігор, вирішення певних проблем на основі аналізу обставин та відповідної ситуації [4].

Саме елементи інтерактивної роботи можна застосовувати для розвитку мовних та мовленнєвих компетенцій з іноземної мови на основі навчального матеріалу з фахових дисциплін. Слушною є думка про те, що ми маємо приклад поєднання інформаційного професійного навантаження та його інтерпретація засобами іншомовного спілкування.

Безперечним лідером такого поєднання є бінарні заняття зі спеціальних дисциплін та занять з іноземної мови [5].

Рольова гра на заняттях з іноземної мови, що імітує майбутню професійну діяльність, сприяє виробленню у студентів професійних вмінь і навичок. Рольова гра дозволяє тим, хто навчається, не тільки відчути себе у певній комунікативній ролі, а й виявити свої емоції, інтелектуальні здібності, творчу уяву та креативність [1].

Досвід показує, що найбільш ефективними прийомами оволодіння іншомовним матеріалом є так звані умовно природні ситуації, які займають важливе місце у мовній підготовці фахових молодших бакалаврів. На прикладі Тернопільського фахового коледжу харчових технологій і торгівлі практикуються такі мовні ситуації як «Зустріч гостей у ресторані», «Оформлення замовлення», «В готелі», «Ділові переговори», «Бізнес-зустріч», «Обговорення меню», «У кондитерській» та інші. Такі форми роботи сприяють активізації фахової лексики, розвитку вмінь і навичок діалогічного і монологічного мовлення.

Особливістю навчання іноземної мови за професійним спрямуванням є максимальне врахування специфіки професійної сфери.

Потрібно наблизити зміст та методи навчання до практичних потреб студентів, з обов'язковим урахуванням їхніх інтересів та необхідної мотивації. Доцільно використовувати інтерактивні методи навчання, які дозволяють наблизити навчання до реальних умов та сприяють всебічному розвитку студентів [6, с. 245].

На сьогоднішній день найпоширенішим та дієвим методом викладання і навчання іноземних мов, безперечно, є комунікативно орієнтований, який максимально наближений до реальних умов іншомовного середовища. Одним із засобів реалізації цього методу є активне застосування комп'ютерних технологій.

Відзначається високий рівень мотивації студентів до навчання у випадках, коли студентам надається можливість за допомогою інформаційних технологій представляти результати цікавого для них проєкту, що виконувався під керівництвом викладача.

Питання інтеграції Інтернету в освіту і зокрема, застосування його у навчанні іноземним мовам, на сьогодні досить актуальне. Інтернет створює унікальну можливість користуватися автентичними текстами, слухати і спілкуватися з носіями мови, тобто він створює природне мовне середовище. Особливо важливу роль глобальна мережа має для самостійної роботи студентів, спонукаючи їх до пошукової та творчої діяльності.

Отже, сучасні підходи і особливості викладання іноземної мови за професійним спрямуванням мають бути професійно орієнтованими і наближеними до практичних потреб студентів,базуватися на врахуванні їхніх професійних потреб і сприяти їхньому успішному професійному майбутньому.

Перелік використаних джерел:

1. Азарова Н.В., Інтерактивне навчання і технології навчання майбутніх працівників/Н.В. Азарова// Психолог-педагогічні проблеми сільської школи: збірник наукових праць Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини. –Умань: ПП. Жовтий О.О., 2011. – Випуск 39. – Частина 2, с 7-13.

2. Когут Тетяна, Знання іноземних мов – запорука успішної кар'єри в готельно-ресторанному бізнесі і туризмі. // Матеріали І Всеукраїнської науково-практичної конференції «Інновації розвитку харчових технологій та індустрії гостинності в контексті сучасних тенденцій готельно-ресторанного бізнесу», 2020 – с. 13-14.

3. Лєбєдєва М.О. Особливості викладання англійської мови професійного спрямування студентам юридичного факультету// М.О. Лєбєдєва// Матеріали конференції: Сучасні методи викладання іноземної мови професійного спрямування у вищій школі. – К., 2013, НТЦУ «КПІ». – с. 204-213.

4. Пометун О.І., Сучасний урок. Інтегровані технології навчання: науково-методичний посібник./ О.І. Пометун, Л.В. Пироженко./за ред. О.І. Пометун. –, К.: Видавництво А.С.К. 2004. – 192с.

5. Савченко Юлія, Інтеграція навичок іншомовного спілкування в систему викладання спеціальних дисциплін. – Фахова передвища освіта, Київ, 2019, випуск 1 (48), с. 43.

6. Шумило І.І, Особливості викладання англійської мови за професійним спрямуванням студентам юридичних спеціальностей. Збірник наукових праць Національної академії Державної прикордонної служби України. Серія: Педагогічні науки. – № 2, 2015, с. 240.

УДК 657.212:336.27

Кононенко Поліна
магістрант, спеціальність 071 «Облік і оподаткування»
Сумський національний аграрний університет
м. Суми, Україна
Гордієнко Микола
кандидат економічних наук, професор
завідувач кафедри обліку і оподаткування
Сумський національний аграрний університет
м. Суми, Україна
Polina Kononenko
undergraduate, specialty 071 «Accounting and Taxation»
Sumy National Agrarian University
Sumy, Ukraine
Mykola Hordiienko
Candidate of Economic Sciences, Professor
Head of the Department of Accounting and Taxation
Sumy National Agrarian University
Sumy, Ukraine

АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ КАПІТАЛУ ЗА БАГАТОФАКТОРНОЮ МОДЕЛЛЮ ДЮПОНА
ANALYSIS OF THE EFFICIENCY OF THE USE OF CAPITAL ACCORDING TO THE MULTIFACTOR DUPON MODEL

На сьогодні процеси глобалізації економік розвинених країн та сучасні світові економічні тенденції наглядно підтверджують, що в умовах високого рівня фінансових ризиків, суттєвого впливу на діяльність господарюючих суб'єктів мають кризові чинники, однією з головних проблем ефективного функціонування підприємств є відсутність забезпечення достатніми ресурсами, зокрема фінансовими.

Виходячи з цього, однією із пріоритетних передумов існування та економічного зростання будь-якого підприємства є наявність власного капіталу.

Поняття «капітал» асоціюється з поняттям «власність». На дату створення підприємства його стартовий капітал втілюється в активах, інвестованих засновниками (учасниками) і представляє собою вартість майна підприємства. Капітал, це одна із фундаментальних економічних категорій; це вартість здатна створювати додану вартість; це все, що здатне проносити дохід, чи ресурси, створені людьми для виробництва.

Власний капітал це не лише підґрунтя створення підприємства, а й фактор його стабільності, ефективності діяльності, конкурентоспроможності та інвестиційної привабливості.

Управління власним капіталом особливо є актуальним для українських підприємств у сучасних умовах господарювання, зважаючи на обмеженість зовнішніх джерел фінансування, зниження дохідності підприємств, прибутковості.

У процесі управління капіталом важливим фактором виступає аналіз джерел його формування та ефективного використання, який є підґрунтям для виявлення резервів та напрямів підвищення рівня конкурентоспроможності. На сучасному етапі відомі різні підходи щодо дослідження ефективності формування та використання власного капіталу. Серед науковців немає єдності при тлумаченні сутності та змісту категорії «ефективність». Більшість дослідників, поняття «ефективність» визначають як відношення ефекту (результату) до ресурсів, які були витрачені на отримання даного ефекту. Аналіз ефективності діяльності підприємства в цілому, в тому числі ефективності використання власного капіталу займає важливе місце в системі управління, оскільки отримані результати можуть бути використані для формулювання стратегічних і тактичних цілей.

Показники ефективності використання капіталу, виступають однією із основних груп показників, які визначають фінансовий стан підприємства та ефективність корпоративного управління.

Велике значення для оцінки ефективності управління капіталом має інтегральний фінансовий аналіз, оскільки на думку І. Бланка саме за його допомогою можна отримати найбільш поглиблену багатофакторну оцінку умов формування окремих агрегованих фінансових показників [1].

Історично склалося так, що аналітичні інструменти та показники, які використовуються сучасними аналітиками (фінансистами, менеджерами), переважно виникали та поширювалися достатньо давно. Імена певних авторів окремих інструментів, нажаль не збереглися на сьогодні. Разом з тим, у 2019 році свій столітній ювілей «відсвяткувало» рівняння Дюпона, система інтегрального аналізу ефективності використання капіталу підприємства. Його винахід пов’язують з особою Дональдсона Брауна, фінансового та генерального директора корпорації Дюпон, а пізніше Дженерал Моторз.

Класичне рівняння Дюпон, в тому вигляді в якому його застосовували на початку складалося з двох частин. В його основі лежить показник ROI (return on investments) – прибутковості інвестицій. Найбільш поширений варіант розрахунку показника, згідно якого даний показник розраховується діленням чистого прибутку EAT (earnings after tax) на величину інвестицій (investments) вкладених в структурний підрозділ або підприємство в цілому:

$$ROI = (\text{Earnings After Tax})/(\text{Investments}) \quad (1)$$

Якщо чисельник і знаменник даного показника помножити на обсяг продажу (sales) структурного підрозділу чи підприємства, а далі поміняти знаменники місцями, то ми отримаємо наступне рівняння:

$$ROI = (\text{Earnings After Tax})/(\text{Investments}) \times \text{Sales}/\text{Sales}$$
$$= (\text{Earnings After Tax})/\text{Sales} \times \text{Sales}/(\text{Investments}) \quad (2)$$

Таким чином, показник ROI був розкладений на добуток двох окремих показників, один з них відображав прибутковість продаж ROS, а інший IT (investment turnover) показував швидкість обертання вкладених інвестицій.

Попередня версія рівняння Дюпон була вперше застосована для оцінки результатів роботи підрозділів безпосередньо корпорації Дюпон, то наступна версія рівняння, яка буде приведена нижче може застосовуватися для оцінки діяльності компанії в цілому. В даному випадку оцінка здійснюється на підставі показника ROE (return on equity) – прибутковість власного капіталу. Цей показник цікавить перш за все власників бізнесу, які зацікавлені в тому, яку віддачу вони отримують від капіталу вкладеного ними в бізнес.

Даний показник прийнято розраховувати як співвідношення чистого прибутку до власного капіталу компанії:

ROE=(Earnings After Tax)/(Owners Equity) (3)

Для більш правильного обчислення даного показника рекомендується використовувати середньорічну величину власного капіталу для того, щоб розрахункові величини чисельника і знаменника були за співставні періоди. Перемножимо чисельник і знаменник даного показника на суму активів компанії (assets), їх також рекомендують брати середньозваженими. Помінявши знаменники місцями, отримає рівняння наступного вигляду:

ROE=(Earnings After Tax)/(Owners Equity) x Assets/Assets=(Earnings After Tax)/Assets x (Owners Equity)/ Assets (4)

Прибутковість власного капіталу є добутком двох показників. Один з них ROA (return on assets) – рентабельність активів. Він обчислюється як відношення чистого прибутку до середньорічної вартості активів. Він показує віддачу від майна, яким розпоряджається компанія. Наступний показник EM (equity multiplier) – мультиплікатор власного капіталу, розраховується як співвідношення середньорічної вартості активів до середньорічного робочого капіталу. Оскільки, майно, яким розпоряджається компанія (активи) формуються за рахунок як власного капіталу, так і за рахунок позичених коштів та неборгових зобов'язань, то цей показник показує наскільки більшою часткою майна розпоряджається компанія порівняно з обсягом, який власник вклав у компанію.

Таким чином, прибутковість власного капіталу є добутком прибутковості продажу, мультиплікатора власного капіталу та показника оборотності активів компанії AT (assets turnover). Останній показник в даному добутку показує настільки швидко вартість власних активів перекривається продажами компанії.

З метою оцінки діяльності окремих сегментів бізнесу більш раціонально використовувати аналог класичного двокаскадного рівняння Дюпон. В даному випадку не має можливості визначити, яким саме, власним чи позиковим капіталом був профінансований даний сегмент. Виходячи з цього, складову мультиплікатора власного капіталу переважно опускають. Зазнає певного коригування величина прибутку, яку будуть використовувати в рівнянні. Оскільки, чистий прибуток визначений у відповідності з вимогами стандартів бухгалтерського обліку, містить велику кількість корекцій пов'язаних не з операційною та не з постійною діяльністю компанії, доцільно скористатися величинами, які будуть якнайкраще характеризувати діяльність структурного підрозділу. В зв'язку з цим, замість чистого прибутку, доцільно скористатися показниками EBIT (earnings defore interest and tax) або EBITDA (earnings defore interest, tax, depreciation and amortization) чи іншими подібними до них показниками, які використовують для оцінки операційної діяльності.

У даному випадку рівняння Дюпон прийме один з наступних виглядів:

ROI_1=EBITDA/Investmen x Sales/Sales= EBITDA/Sales x Sales/ Investmen (5),

або

ROI_2= EBIT/ Investmen x Sales/Sales= EBIT/ Sales x Sales/ Investmen (6)

Підприємства на власний розсуд будуть вирішувати, який із показників використовувати при аналізі діяльності окремих сегментів бізнесу.

Подальше удосконалення та розширення рівняння Дюпон можна пов'язати із використанням показників операційного, фінансового, адміністративного чи податкового важелів підприємства. За основу як правило береться класичне рівняння Дюпон на основі показника ROE= (Earnings After Tax)/(Assets/Assets)/ (Owners Equity) x (Sales/Sales) (7).

На підставі звіту про фінансові результати підприємства, ми можемо розрахувати показники важелів, які до нього входять:

Операційний важіль OL (operational leverage) визначають за формулою: OL=GP/EBITDA, він показує операційні ризики, пов'язані з фінансуванням витрат періоду. При цьому, західні аналітики рекомендують даний показник розраховувати на основі поділу витрат періоду на фіксовані (постійні) та змінні.

Адміністративний важіль AL (administrative leverage) визначається як відношення: EBITDA/ EBIT. Згідно даного показника ми можемо визначити на скільки залежний фінансовий результат від немонетарних елементів балансу, зокрема таких як амортизація та резерви, постільки при нарахуванні (створенні) не відбувається додаткових переміщень грошових потоків.

Фінансовий важіль FL (financial leverage) прийнято визначати за наступною формулою: FL=EBIT/EBT, в якій у знаменнику рівняння показана величини прибутку до оподаткування EBT (earnings defore tax). Показник фінансового важеля, дає можливість визначити спроможність підприємства за рахунок власних фінансових результатів покривати нараховані проценти по кредитах, тобто рівень фінансових ризиків.

Податковий важіль CTL (corporate tax leverage) визначається як відношення EBT/EAT, величина прибутку до оподаткування поділено на загальну величину чистого прибутку.

Загальний важіль фінансового результату можна визначити через добуток наведених раніше показників, він характеризувати сукупну дію різних ризиків, які діють на компанію.

Показник рентабельності продаж компанії (ROS), може бути розкладений як валова прибутковість розділена на кожен з наведених вище чотирьох важелів.

Таким чином, можна зробити загальний висновок, що виходячи з моделі Дюпон рентабельність власного капіталу залежить від трьох основних факторів: чистої рентабельності продаж; ресурсовіддачі; структури джерел коштів, які були інвестовані у підприємство (фінансова діяльність підприємств), які взаємопов'язані в єдиній системі. Зменшення рентабельності власного капіталу свідчить про неефективне вкладення власного капіталу у господарську діяльність підприємства. В свою чергу зниження рентабельності продажу, означає, що знизилась ефективність продажу продукції, тобто зменшились прибутки, отримані підприємством в обсягу реалізації продукції. Зменшення чистої виручки від реалізації готової продукції на одиницю коштів, інвестованих в активи, свідчить про зменшення показника ресурсовіддачі.

Перелік використаних джерел:

1. Бланк И.А. Управление финансовыми ресурсами. Москва.: Изд-во «Омега-Л». ООО «Эльта». 2011. 768 с.

2. Бугай Н.О. Власний капітал як складова фінансової системи підприємства: проблематика та шляхи її вирішення. *Агросвіт.* 2016. №21. С. 19-25.

3. Говорушко Т.А. Управління ефективністю діяльності підприємств на основі вартісно-орієнтованого підходу: монографія. Київ.: Логос. 2013. 204 с.

4. Єпіфанова І. Ю., Дрозд І.В. Сучасні підходи до аналізу ефективності управління власним капіталом підприємства. *Економічний аналіз: зб. наук. праць. ТНЕУ.* Тернопіль: Видавничо-поліграфічний центр «Економічна думка». 2015. Том 19. №2. С. 71-76.

5. Назаренко І.М. Методологічні основи діагностики ефективності використання капіталу суб'єктів агробізнесу. [Текст]. URL: https://www.pdaa.edu.ua/sites/default/files/nppdaa/11/30.pdf

6. Олександренко І.В. Управління власним капіталом підприємства. Економічний форум. Луцький національний технічний університет. 2016. №3. С. 211-216. URL: file:///C:/Users/D683~1/AppData/Local/Temp/ecfor_2016_3_32.pdf

7. Погріщук Г.Б., Волощук Р.Є Власний капітал підприємства: сутність і особливості формування в Україні. *Економіка та держава*. 2020. №7. С. 16-23.

УДК 332.2

Кошкалда Ірина
доктор економічних наук, професор
Юхно Альона
кандидат економічних наук, асистент
кафедра управління земельними ресурсами та кадастру
Державний біотехнологічний університет
Koshkalda Iryna
Doctor of Economic Sciences, Professor
Iukhno Alona
PhD in Economics, Assistant
Department of Land Management and Cadastre
State Biotechnological University

РОЗУМНЕ УПРАВЛІННЯ ЗЕМЛЯМИ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПРИЗНАЧЕННЯ ЯК ОСНОВА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ
REASONABLE AGRICULTURAL LAND MANAGEMENT AS THE BASIS OF COMPETITIVENESS

Управління землями сільськогосподарського призначення як державна система взаємопов'язаних, правових, техніко-економічних, організаційно-господарських, технологічних заходів держави в умовах ринку, спрямована на регулювання земельних відносин, організацію раціональної, ефективної і екологічно стабільної та конкурентоспроможної територіальної одиниці на відповідних рівнях.

Об`єктом управління є земельно-ресурсний потенціал окремо взятого землеволодіння чи землекористування. Суб`єкт управління – органи державної влади та місцевого самоврядування, працівники апарату управління підприємств, землевласники та землекористувачі.

Україна має аграрний напрям розвитку. Вона є найбільшим у світі виробником соняшникової олії, крупним світовим постачальником зерна та цукру. Сільськогосподарські землі займають у структурі земельного фонду України близько 70%. Протягом досліджуваного періоду з 2012 по 2018 рр. спостерігається тенденція щодо зменшення площ сільськогосподарських земель (з 42776,9 тис. га чи 70,9% до 41489,3 тис. га чи 6,%) за рахунок збільшення площ забудованих земель (табл.), що пояснюється стрімким розвитком крупних населених пунктів та розширенням їх меж за рахунок інших видів земельних угідь.

Враховуючи аграрний напрямок розвитку нашої держави, державне управління землями сільськогосподарського призначення є важливим і необхідним заходом, яке здійснюється через систему правових, техніко-економічних, організаційно-господарських, технологічних заходів держави в умовах ринку, спрямоване на регулювання земельних відносин, організацію раціональної, ефективної і екологічно стабільної територіальної одиниці на відповідних рівнях.

Юридично важливість земельних ресурсів закріплено в ст. 14 Конституції України [2], де зазначено, що земля є основним національним багатством, що перебуває під особливою охороною держави. Землям сільськогосподарського призначення відведене особливе місце у структурі земельного фонду України. Згідно зі ст. 19 Земельного кодексу України [3] у переліку категорій земель їм надано перше місце з метою підкреслення їх значення. Положення щодо пріоритетності використання земель сільськогосподарського призначення лише для потреб сільського господарства закріплено у ст. 23 Земельного кодексу України [3]. Землі сільськогосподарського призначення згідно положень ст. 22 Земельного кодексу України [3] надаються лише для виробництва сільськогосподарської продукції, здійснення сільськогосподарської науково-дослідної та навчальної діяльності, розміщення відповідної

виробничої інфраструктури, у тому числі інфраструктури оптових ринків сільськогосподарської продукції, або призначені для цих цілей.

Таблиця 1

Структура земельного фонду України за угіддями протягом 2012 - 2018 рр., %*

№ з/п	Основні види земельних угідь	Станом на 01.01.2012 р.		Станом на 01.01.2015 р.		Станом на 01.01.2018 р.	
		площа, тис. га	питома вага, %	площа, тис. га	питома вага, %	площа, тис. га	питома вага, %
1	Сільськогосподарські землі	42776,9	70,9	42731,5	70,8	41489,3	68,8
2	Ліси та інші лісовкриті площі	10611,3	17,6	10630,3	17,6	9365,5	15,5
3	Забудовані землі	2523,2	4,2	2550,4	4,2	3602,1	6,0
4	Відкриті заболочені землі	980,1	1,6	982,6	1,6	3421,9	5,7
5	Сухі відкриті землі з особливим рослинним покривом	17,7	0,0	17,9	0,0		
6	Відкриті землі без рослинного покриву або з незначним рослинним покривом	1022,9	1,7	1015,8	1,7		
7	Води	2422,8	4,0	2426,4	4,0	2401,4	4,0
	Всього	60354,9	100	60354,9	100	60354,9	100

** Джерело: сформовано авторами за даними Держгеокадастру України [1]*

Особливе значення земель сільськогосподарського призначення відмічається Законами України "Про Державний земельний кадастр" [4] та "Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо умов обігу земель сільськогосподарського призначення" [5].

До земель сільськогосподарського призначення відносяться сільськогосподарські угіддя (рілля, багаторічні насадження, сіножаті, пасовища та перелоги), які систематично використовуються для отримання сільськогосподарської продукції. Сільськогосподарські угіддя станом на 01.01.2018 р. займали 41398,5 тис. га чи 68,6% від загальної площі земель України та розміщені на унікальних ґрунтах - чорноземах. Чорноземи займають основну площу сільськогосподарських угідь України - 67,7% та складають понад 20% від чорноземів світу, що підкреслює важливість здійснення державного управління землями сільськогосподарського призначення.

В ході дослідження з метою формування конкурентоспроможного об'єкту сформовані наступні стратегічні напрями управління землями сільськогосподарського призначення:

1. Сприяння забезпеченню галузей економіки, суб'єктів економічної діяльності та громадян земельними ресурсами. Реалізується через: принцип цільового використання земель; принцип пріоритету сільського господарства на продуктивних землях; принцип інформаційного забезпечення галузі зональними підходами щодо управління земельними ресурсами; принцип ринкових відносин.

2. Гарантування конституційних прав на землю та захист земельної власності. Реалізується через: принцип гарантії прав власності на землю; принцип рівноправності всіх форм власності і господарювання на землі; принцип недоторканості права власності на землю.

3. Забезпечення дієвого державного контролю за раціональним використанням та охороною земель. Реалізується через: принцип державного протекціонізму і регулювання господарської діяльності.

4. Підвищення ефективності управління земельними ресурсами. Реалізується через: економічне регулювання ефективного та раціонального землекористування (економічне стимулювання, відшкодування збитків, адекватних заподіяній шкоді землекористуванню); принцип платності за землю (у т. ч. земельний податок та орендна плата за використання землі); принцип агломерації (злиття) капіталів; принцип комплексності і планомірності (врахування прогнозних досліджень, техніко-економічного обґрунтування використання та охорони земель, схем землеустрою і на їх основі – розробки проектів організації території та використання земель, виходячи з її потенційних можливостей, вимог ринку тощо); принцип системності (використання земель, з одного боку, як виробничих ресурсів, а з другого – як компоненту навколишнього середовища, яке є полем життєдіяльності людини і складовою системи «природа – суспільство – виробництво»).

5. Охорона земель та екологізація землекористування. Реалізується через: принцип формування екологічних цінностей; принцип рівності економіки та екології через формування соціальної свідомості.

6. Забезпечення соціальної справедливості у сфері земельних відносин. Реалізується через: регіональний підхід (процес управління земельними ресурсами повинен враховувати особливості регіонів України, оскільки вони досить неоднорідні за природними й економічними умовами, історією і традиціями свого розвитку, менталітетом їх населення); врахування людського фактору; врахування історичного досвіду господарювання; принцип етичності.

Стратегічні напрями та принципи управління землями сільськогосподарського призначення запроваджуються в дію у різних галузях національної економіки через систему концепцій відповідно до резолюції Генеральної Асамблеї Організації Об’єднаних Націй "Перетворення нашого світу: Порядок денний у сфері сталого розвитку до 2030 р." від 25.09.2015 р. № 70/1. Глобальні цілі сталого розвитку до 2030 р. та результати їх адаптації з урахуванням специфіки розвитку України викладені в Указі Президента України "Про цілі сталого розвитку України на період до 2030 р." №722/2019 від 30.09.2020 р., яким регламентовано забезпечення національних інтересів України щодо сталого розвитку економіки, громадянського суспільства і держави для досягнення зростання рівня та якості життя населення, додержання конституційних прав і свобод людини і громадянина.

Сформовані стратегічні напрями управління землями сільськогосподарського призначення сприятимуть формуванню конкурентоспроможних суб'єктів управління – сільськогосподарських підприємств.

Перелік використаних джерел:

1. Структура земельного фонду України: [Електронний ресурс] // [Офіційний сайт Держгеокадастру України]. – Режим доступу: http:// land.gov.ua.

2. Конституція України: у ред. від 28.06.1996 р. № 254к/96-ВР // Відомості Верховної Ради України (ВВР). – 1996. – № 30. 3. Земельний кодекс України: у ред. від 25.10.2001 р. № 2768-III // Відомості Верховної Ради України (ВВР). – 2002. – № 3-4.

4. Про Державний земельний кадастр: Закон України від 07.07.2011 р. №3613-VI // Відомості Верховної Ради України (ВВР). – 2012. – № 8.

5. Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо умов обігу земель сільськогосподарського призначення: Закон України від 31.03.2020 р. №552-IX // Відомості Верховної Ради України (ВВР). – 2020. – № 20.

УДК 338.46

Крамар Ірина
доктор економічних наук, доцент
професор кафедри економіки та фінансів
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна
Олексевич Мар'яна
магістр
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна
Kramar Iryna
Doctor of Science (in Economics)
Professor of the Department of Economics and Finance
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine
Oleksevych Mariana
Master student
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ВІТЧИЗНЯНИХ МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ПОСЛУГ
COMPETITIVENESS OF DOMESTIC SMALL ENTERPRISES WOKRING IN SERVICE SECTOR

На сьогодні роль сфери послуг зростає у світовій економіці. Міжнародна торгівля у третинному секторі економіки становить 7% світового ВВП [1]. У 2019 році до початку пандемії коронавірусу, світовий експорт послуг дорівнював 6,1 трлн доларів, при цьому у більш, ніж половини національних економік усього світу частка третинного сектору в ВВП перевищувала 10%. У третьому кварталі 2020 року обсяг світової торгівлі послугами зменшився на 24% порівняно з таким же періодом у 2019 році, що було викликано вірусом COVID-19 [2].

Разом з тим у багатьох країнах Європи, Карибського басейну та Південно-східної Азії сфера послуг відігравала ключову роль у розвитку економіки, а деякі країни Європейського Союзу, зокрема Люксембург, Мальта, Ірландія досягнули свого максимуму в експорті послуг, що склало понад 70% їхніх ВВП [1]. Варто зазначити, що найбільшими експортерами у сфері послуг серед розвинутих країн є США, Великобританія, Німеччина, Франція, Нідерланди, а серед країн, що розвиваються – Китай, Індія, Сінгапур, Гонконг.

Попри негативні тенденції у даному секторі, спричинені пандемію, фінансовий сектор зазнав позитивних змін. Зокрема, послуги у фінансовому секторі зросли на 2% по всьому світу, а в ЄС – на 4% [2]. Разом з тим розширюється і діапазон пропонованих послуг та зайнятість у даному секторі.

В Україні сфера послуг є одним із небагатьох секторів економіки, що в умовах структурної кризи нарощує обсяги виробництва. В Україні третинний сектор лише розвивається, однак його вплив на економічний розвиток країни важко переоцінити. За даними Кабміну, послуги, що надаються населенню відіграють важливу роль в економіці, створюючи близько 23% ВВ, 33% зайнятості та 17% податкових надходжень [3]. У сучасній структурі ВВП України характерна швидкозростаюча частка сфери послуг, найбільшими секторами якої є торгівля й ремонт автомобілів, транспорт та зв'язок, фінанси і кредит.

У сучасних умовах функціонування економіки, зокрема, у період пост-ковідного відновлення, ключовим фактором стабільного розвитку національних економік, а отже, і підприємств, що в них функціонують, є забезпечення належного рівня

конкурентоспроможності. Адже тільки так суб'єкти господарювання можуть адаптуватися до змінних умовах функціонування, в яких вони опинилися.

Дослідження конкурентоспроможності малих вітчизняних підприємств сфери послуг є важливим і актуальним для економічних благ країни. В ринкових умовах саме належний рівень конкурентоспроможності дозволяє отримувати стабільний прибуток і сприяє розвитку підприємства.

Зважаючи на наповненість ринку великою кількістю пропонованих послуг, споживачі стають все більш вимогливими до їхньої якості. Таким чином, посилюється конкуренція у даній сфері, а підприємства, котрі надають ці послуги, повинні чітко усвідомлювати свої конкурентні переваги. Окрім того, беручи до увагу специфіку роботи підприємств сфери послуг, зокрема у контексті спілкування з клієнтами, необхідності встановлення належного рівня комунікації, визначальним фактором, що впливає на якість послуг, які надаються, є людський. Відповідно до [4] «отримання» кваліфікованого працівника відбувається трьома способами: безпосередній хедхантинг найкращих спеціалістів у своїй галузі; працевлаштування працівників середнього рівня кваліфікації з подальшим її підвищенням, а також «підготовка» працівника самостійно. Саме тому, вважаємо, що інвестиції в людський капітал повинні бути ключовими для будь-якого підприємства, а особливо, того, що здійснює свою діяльність у сфері послуг.

Розвиток персоналу виступає передумовою для збільшення обсягів реалізації, що є конкурентною перевагою у короткостроковому періоді, а підвищення рівня кваліфікації персоналу, розвиток його творчого потенціалу, призведе до створення нових асортиментних позицій у довгостроковому.

Окрім того, за даними Департаменту розвитку електронних комунікацій Адміністрації Державної служби спеціального зв'язку та захисту інформації, згідно останніх наявних статистичних даних по 37 країнах світу, було визначено 11 пріоритетів економічної трансформації, згруповані у чотири напрямки дій. Ці заходи спрямовані на відновлення економіки з метою підвищення її продуктивності, сталості та інклюзивності й одним з них є . «відродження і перетворення людського капіталу» [5].

Слід зауважити також, що розвиток людського капіталу повинен бути одним із основних як стратегічних, так і тактичних завдань підприємства. Висококваліфікований персонал вітчизняних малих підприємств сфери послуг, як конкурентна перевага, дозволить не лише забезпечити їм відповідний рівень прибутку, а й наповнить регіональні ринки високоякісними послугами, що сприятиме також нарощенню обсягів наданих послуг, зміцненні репутації на внутрішньому та виходу на зовнішні ринки.

Перелік використаних джерел:

1. UNCTAD. 2020 E-handbook of statistics. Total trade in services. URL: https://stats.unctad.org/handbook/Services/Total.html
2. World Trade Organisation. Services trade recovery not yet in sight. URL: https://www.wto.org/english/news_e/news21_e/serv_26jan21_e.htm.
3. Finbalance: Все про економіку. URL: Finbalance.com.ua.
4. Крамар І.Ю. Функціональне забезпечення організаційно-економічного механізму інтернаціоналізації промислових підприємств. Збірник наукових праць Державного університету інфраструктури та технологій: Серія «Економіка і управління». 2019. Вип. 45. К.: ДУІТ, 158 с., с. 91-103.
5. Конкурентоспроможність України 2020-2021. Департамент розвитку електронних комунікацій. Адміністрація Державної служби спеціального зв'язку та захисту інформації. Київ. 2021. 71 с. URL: https://cip.gov.ua

УДК 658.012

Маковоз Оксана
доктор економічних наук, доцент
професор кафедри менеджменту та оподаткування
Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»
м. Харків, Україна
Вакарева Єлизавета
студентка Навчально-наукового інституту
економіки, менеджменту та міжнародного бізнесу
Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»
м. Харків, Україна
Oksana Makovoz
Dr.sc.(Econ.), associate professor,
professor of department of management and taxation
National technical university «Kharkiv polytechnic institute»
Kharkiv, Ukraine
Ielyzaveta Vakareva
student of the Educational and Scientific Institute of Economics,
Management and International Business
National technical university «Kharkiv polytechnic institute»

ДИЗАЙН-МИСЛЕННЯ ПРИ СТВОРЕННІ БІЗНЕС-ПЛАНУ СТАРТАПУ
DESIGN THINKING DURING THE CREATION OF A STARTUP BUSINESS PLAN

У сучасних умовах господарювання вітчизняний бізнес знаходиться у активному пошуку найкращого способу задоволення потреб своїх клієнтів. Сьогодні для отримання конкурентних переваг на ринку суб'єкти господарювання повинні бути найбільш технологічними та сервісними. Саме розробка інноваційного продукту для покращення наявного потенціалу виступає фундаментом для лідерства на ринку. Інновація – це кращий спосіб вирішення наявної потреби, який дає додаткову цінність для клієнта та має комерційний сенс для компанії. Для того, щоб інновація була успішною застосовують методологію дизайн-мислення, що підвищує вірогідність успіху, швидкість виходу на ринок та зниження інвестиційних ризиків в інновації. Дизайн-мислення – це лінійна послідовність традиційних підходів планування, які застосовують чутливість дизайнера та методи, щоб відповідати потребам людей для того, щоб технологічно здійсненний і який життєздатний бізнес-стратегія може конвертуватися в клієнта вартість і ринкові можливості [1, с. 85]. Дизайн-мислення – це підхід до вирішення майже будь-якої задачі, який базується на методології проектування рішень з фокусом на потреби людини, як кінцевого споживача продукту чи сервісу. Цей термін почав активно використовуватись у бізнесі починаючи з 1991 року, коли брати Келлі зі Стенфордського університету адаптували методологію та започаткували дизайнерську консалтингову компанію IDEO. В основі дизайн-мислення знаходиться нелінійний процес, який складається з 5 етапів: емпатія (дослідження середовища проєкту), визначення проблеми, генерація ідей, тестування та впровадження. Таким чином, в умовах модернізації бізнесу, дизайн-мислення є найуспішнішою методикою для створення інновації не тільки для роботи всім відомим компаніям, як Facebook, Google, Apple, Procter&Gamble, Samsung, IBM, IKEA, а ще при розробці стартапу [2]. Процес дизайн-мислення являє собою набір конкретних кроків. Головне в цій методології – діяти, намагатись щось робити, набувати досвіду і знову діяти. Цей метод відкриває інструменти, за допомогою яких ви зможете почати мислити інноваційно [3]. В останнє десятиліття стартапи стали невід'ємною частиною інноваційної модернізації багатьох високорозвинених країн. Велика кількість стартапів реалізується, та допомагає людству. Але, незважаючи на

настільки ефективні здобутки, стартапи в більшості випадків залишаються без належної підтримки та фінансування і реалізовуються на власний ризик.

Під час пандемії COVID-19 стрімко зросла кількість стартапів, які розробляють програмне забезпечення. Сам термін «стартап» з'явився в журналі Forbes в 1976 р і Business Week в 1977 р для позначення компаній з короткою історією операційної діяльності. Щорічно відкривається близько 100 млн. стартапів і більше 1,35 млн. з них – це стартапи пов'язані з новими технологічними рішеннями, на жаль не всі вони реалізуються через ризикованість. Найбільш привабливим інвестиційним кліматом можуть похизуватися сфери IT-технологій та винахідники штучного інтелекту. Примітно, що однією з найдинамічніших напрямів є сфера фінансових послуг. Час – це гроші, а стартапи, здатні заощадити цей дорогоцінний ресурс і провести фінансові операції в будь-якій точці світу в лічені секунди, на вагу золота [4].

«Стартап» – в перекладі з англійської мови означає «запускати». Це вид бізнесу, який не існував раніше та направлений на отримання доходу шляхом реалізації новітньої ідеї. У нашій країні ця ланка малорозвинена, хоча перспективна.

Сьогодні однією з основних організацій, що займається розвитком стартапів у нашій країні, є державний Український фонд стартапів. Він був започаткований за ініціативи Уряду та зареєстрований у 2018 році. Фонд розпочав свою активну діяльність лише з 11 липня 2019 року. Його місія полягає у сприянні створенню та розвитку технологічних стартапів на ранніх стадіях (pre-seed та seed), з метою підвищення їх глобальної конкурентоспроможності. Бюджет Фонду формується за рахунок коштів держави, які були закладені для його роботи. Окрім цього, джерелами фінансування можуть бути благодійні та добровільні внески від юридичних та фізичних осіб, іноземних, міжнародних організацій та донорів. На кінець жовтня 2021 року Українським фондом стартапів зареєстровано приблизно 3700 Заявок, на 160 млн. грн. розмір наданих грантів приблизно 229 стартапів профінансовано [5].

На жаль, на українському ринку є дуже багато бар'єрів, котрі перешкоджають вдалому існуванню стартапів та традиційного бізнесу. Податкова система, недосконале законодавство – це негативні риси, котрі стримують розвиток проектів. До позитивних рис українського бізнес-середовища, можна віднести низьку конкуренцію в різних сферах діяльності, навіть IT-сфера, котра складає левову частку всіх бізнес-проектів України, є вільно-доступною в порівнянні з іноземними країнами. Тому шлях для реалізації власних проектів, відкритий для кожного. Розвиток інноваційного бізнес-середовища, стартапів, традиційного бізнесу в Україні стимулює науково-технічний прогрес, сприяє впровадженню новітніх світових досягнень, тому необхідно розвивати дану сферу діяльності [6].

Таким чином, перш ніж започаткувати стартап, необхідно скласти оптимальний бізнес-план його розвитку. Детальний план підприємницької діяльності – візитна картка, яка допоможе знайти інвестора або переконати банк надати кредит і підстрахуватися. Застосування методології дизайн-мислення інноваційні стартапи отримують додаткові конкурентні переваги та більше шансів на успіх за рахунок зростання прихильності клієнтів.

Перелік використаних джерел:

1. Brown T. et al. Design thinking. *Harvard business review*. 2008. Т. 86. №. 6. p. 84 – 92.
2. Андрій Губинський. Навіщо дизайн-мислення бізнесу? Raft Innovations. URL: https://www.craftinnovations.com.ua/post/design-thinking-for-business (дата звернення: 28.10.2021).
3. Олена Зубкова.Розвиток дизайн-мислення в освіті. URL: https://naurok.com.ua/stattya-rozvitok-dizayn-mislennya-v-osviti-63870.html (дата звернення: 28.10.2021).
4. Інформаційне видання TRISTAR.com. URL:http://tristar.com.ua/1/art/kakie_startapy_v_sfere_strahovaniia_sushestvuut_i_chem_oni_mogut_byt_polezny_5647.html (дата звернення: 28.10.2021).
5. Український фонд стартапів. URL: https://usf.com.ua/#usf-sc-4 (дата звернення: 28.10.2021).
6. Нагорський Назар Олександрович. Інноваційний стартап чи традиційний бізнес? URL: https://www.businesslaw.org.ua/innovaciinyi-startup-chy-tradyciinyi-bisness/ (дата звернення: 28.10.2021).

УДК 33.657

Минич Юлія
викладач І категорії
Харківський державний автомобільно-дорожній коледж Лозівська філія
м. Лозова, Україна
Луценко Ірина
викладач вищої категорії, викладач-методист
Харківський державний автомобільно-дорожній коледж Лозівська філія
м. Лозова, Україна
Julia Minich
teacher of the I category
Kharkiv State Automobile and Road College Loziv Branch
Lozova, Ukraine
Irina Lutsenko
teacher of the highest category, teacher-methodologist
Kharkiv State Automobile and Road College Loziv Branch
Lozova, Ukraine

ВНУТРІШНІЙ КОНТРОЛЬ – УСПІШНЄ МАЙБУТНЄ ПІДПРИЄМСТВА
INTERNAL CONTROL – SUCCESSFUL FUTURE ENTERPRISES

Згідно Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» економічний суб'єкт зобов'язаний організувати і здійснювати внутрішній контроль життя господарських фактів.

Економічний суб'єкт, бухгалтерська (фінансова) звітність, що підлягає обов'язковому аудиту, зобов'язаний організувати і здійснювати внутрішній контроль ведення бухгалтерського обліку та складання бухгалтерської (фінансової) звітності (за винятком випадків, коли його керівник прийняв обов'язок ведення бухгалтерського обліку на себе).

Поняття «контроль» має кілька значень в сучасній практиці та науці.

Так, слово «control» (англ.) - це нагляд, контроль, регулювання. Слово «controle» (фр.) означає перевірка документа.

В українській мові слово «контроль» має три значення: перевірка, а також спостереження з метою перевірки; установа, що опікується такою перевіркою; особи, які займаються цією справою, контролери.

Внутрішній контроль являє собою процес, спрямований на отримання достатньої впевненості в тому, що економічний суб'єкт забезпечує: ефективність і результативність своєї діяльності; достовірність і своєчасність бухгалтерської (фінансової) звітності та іншої звітності; дотримання чинного законодавства, як при скоєнні фактів господарського життя, так і при веденні бухгалтерського обліку [1].

Системи внутрішнього контролю в різних підприємствах мають індивідуальний (особливий) дизайн, що підтверджує практика вітчизняних підприємств (особливо з державною участю) в сфері організації внутрішнього контролю.

При тестуванні системи внутрішнього контролю будь-якої компанії слід виходити з того, що присутність компанії в будь-якому бізнесі і соціально-екологічному середовищі завжди буде характеризуватися створенням і розвитком контрольного середовища.

Рекомендації Мінфіну в загальному описують контрольну середу, як сукупність принципів і стандартів діяльності компанії, які визначають загальне розуміння внутрішнього контролю (самоконтролю) і вимоги до внутрішнього контролю на рівні будь-якої компанії в цілому.

Загальновідомо, що будь-який бізнес піддається різного роду ризиків.

Ризик в системі оцінки засобів внутрішнього контролю являє собою поєднання ймовірності і наслідків недосягнення економічним суб'єктом цілей діяльності.

Ефективність управління ризиками залежить від того, наскільки ефективно в компанії на всіх рівнях управління і операційної діяльності ідентифікуються і описуються ризики, проводиться моніторинг ризиків і оцінюються загрози, а також розробляються різні сценарії у відповідь на загрози.

Процедури оцінки ризиків в системі внутрішнього контролю, як правило включають:

- документальне оформлення фактів господарського життя;
- підтвердження відповідності між об'єктами обліку, документами і відповідності первинних документів встановленим вимогам;
- перевірку взаємопов'язаних фактів господарського життя;
- санкціонування угод і операцій співробітниками вищого рівня, ніж особа, яка здійснює операцію;
- звірку даних (звірка за даними бухгалтерського обліку із залишком коштів за даними касової книги);
- розмежування повноважень і ротація обов'язків між співробітниками;
- контроль фактичної наявності і стану об'єктів;
- нагляд - наприклад, за виконанням облікових операцій, за дотриманням встановлених термінів формування бухгалтерської звітності;
- контроль комп'ютерної обробки і зберігання інформації.

Все, що стосується ведення бухгалтерського обліку та формування бухгалтерської (фінансової) звітності, цілком можуть описувати положення про бухгалтерську службу, облікову політику, вимоги до кваліфікації бухгалтерського персоналу та інші документи. У цих документах встановлюються загальні вимоги до контрольного середовища, в якій організовується і ведеться бухгалтерський облік, порядок взаємодії підрозділів і персоналу економічного суб'єкта, порядок прийняття рішень з питань бухгалтерського обліку.

Виходячи з вищевикладеного можна здійснити розподіл функцій внутрішнього контролю між суб'єктами.

Розподіл функцій з організації та здійснення внутрішнього контролю в компанії:

1. Рада директорів (наглядова рада). Встановлює загальні принципи і вимоги до внутрішнього контролю; приймає рішення щодо підвищення ефективності внутрішнього контролю.

2. Комітет з аудиту ради директорів (наглядової ради). Спостерігає за ефективністю внутрішнього контролю, незалежністю спеціального підрозділу внутрішнього контролю, процесом забезпечення дотримання законодавства та кодексу ділової поведінки (етики) економічного суб'єкта; аналізує результати і якість виконання розроблених керівниками підрозділів економічного суб'єкта заходів (корегувальних кроків) по вдосконаленню внутрішнього контролю; розглядає випадки зловживань і оцінює адекватність прийнятих керівниками підрозділів заходів щодо попередження таких випадків.

3. Генеральний директор (директор). Відповідає за організацію і здійснення внутрішнього контролю, ведення бухгалтерського обліку та складання бухгалтерської (фінансової) звітності в цілому.

4. Головний бухгалтер. Відповідає за організацію і здійснення внутрішнього контролю ведення бухгалтерського обліку та складання бухгалтерської (фінансової) звітності.

5. Керівники підрозділів та інший персонал. Відповідно до своїх повноважень і функцій: проводять оцінку ризиків; здійснюють внутрішній контроль відповідно до встановленого порядку.

7. Внутрішній аудитор (служба внутрішнього аудиту) економічного суб'єкта. Здійснює оцінку внутрішнього контролю; готує рекомендації (пропозиції) щодо усунення виявлених порушень і недоліків.

Основний підхід до організації внутрішнього контролю в будь-якій компанії, викладений в рекомендаціях Мінфіну України, базується на трьох реперних точках: внутрішній контроль здійснюється на всіх рівнях управління компанією, в усіх її

підрозділах; в проведенні внутрішнього контролю бере участь весь персонал компанії, згідно з повноваженнями та функціями; корисність внутрішнього контролю порівнянна з витратами на його організацію і здійснення. Розуміння і облік цих важливих моментів дозволить будь-якому економічному суб'єктові (великому чи малому) створити свою унікальну систему ефективного внутрішнього контролю.

Перелік використаних джерел:

1. Карпачева О.Н., Матвеева В.С. COSO-подход к системе внутреннего контроля и организации управления рисками//Бухгалтерский учет, анализ и аудит: современное состояние и перспективы развития : материалы XI Междунар. науч.-практ. конф. (Екатеринбург, 20 апреля 2020 г.). Екатеринбург: Изд-во УрГЭУ, 2020. С. 46−52.

УДК 332.2.021

Могильна Людмила
кандидат економічних наук, доцент
доцент кафедри менеджменту
Сумський національний аграрний університет
м. Суми, Україна
Чжан Цзачан
аспірант кафедри менеджменту
Сумський національний аграрний університет
м. Суми, Україна
Mohylna Liudmyla
PhD (Economics)
Docent, Associate Professor of Management Department
Sumy National Agrarian University
Sumy, Ukraine
Zhang Jiachang
Postgraduate student of Management Department
Sumy National Agrarian University
Sumy, Ukraine

ЗАСТОСУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В УПРАВЛІННІ ЗЕМЕЛЬНИМИ РЕСУРСАМИ
APPLICATION OF INFORMATION TECHNOLOGIES IN LAND RESOURCES MANAGEMENT

Spatial information technology has high application value in land resource management, especially in global positioning system, remote sensing technology and geographic information system, etc. By applying these technologies, we can realize information management of land resources, improve economic and ecological benefits of land and optimize the adjustment of land resource structure. Based on this, this paper introduces the connotation of spatial information technology, explains the role of spatial information technology in land resource management, and explores the application and development prospect of spatial information technology in land resource management by combining the current situation of land resource management.

In recent years, as the world's population continues to grow and land resources are gradually strained, land application technologies and land application models have changed with the times, and advanced management technologies and management models can promote the development of land resource management in a fast and efficient direction. Therefore, to improve the level of land resource management, it is necessary to apply advanced management techniques and management modes to ensure the stable development of urban land economy. In addition, it is necessary to

strengthen the land resource management work according to the economic development of China, apply spatial information technology to the land resource management work, and realize the harmonious unification of ecological, economic and social benefits of land resources.

1. The connotation of spatial information technology. The application of spatial information technology in land resource management is the development trend in recent years, and spatial information technology includes global positioning system, remote sensing technology and geographic information system, which together form the spatial information technology system. Firstly, the staffs determine the target of land resource survey through remote sensing technology and photogrammetry technology in the survey work. Secondly, the staffs collect the data related to land resources through the application of GPS and store them in the database. Finally, the staffs analyses the land resource data by applying GIS.

1.1. Global Positioning System (GPS). With the continuous development of science and technology, the earliest developed GPS is mainly applied to global positioning and sea, land and air navigation. GPS consists of three independent parts: space segment, ground segment and user segment, which can provide real-time 3D position, 3D velocity and high-precision time information. GPS has a wider measurement range, higher measurement accuracy and shorter measurement time compared with other measurement technologies. At present, with the expanding demand of society, the application scope of GPS is gradually extended from military to civilian fields.

1.2. Remote sensing technology. The sensor is a device that collects, detects and records the electromagnetic wave radiation energy of the ground object, which is the core part of remote sensing technology, and it can identify the size, type and properties of the target object. The sensors are connected to computers and can directly display specific data, making it easier for staff to collect data. Remote sensing technology is an advanced urban information acquisition technology, which has more advantages than traditional measurement technology: it can measure object spacing more accurately, improve the accuracy of land survey and demarcation, effectively ensure the scientific and accuracy of land survey work, reduce the loss of human and material resources, and greatly improve the efficiency of land resource measurement. In addition, the application of remote sensing technology in large-scale projects ensures the accuracy of land measurement. When staffs measure land resources, they can apply remote sensing equipment to improve the efficiency of land resource management. The staff of the survey department can operate the measurement remotely by applying remote sensing technology to conveniently obtain information such as land type, location and area of land changes. The application of remote sensing technology in land resource management realizes the rationalization and efficiency of land resource management and provides guarantee for sustainable economic and social development.

1.3. Geographic Information System. Theoretical knowledge of information science and geography is the prerequisite for land resource managers to apply GIS, which is a specific and very important spatial information system. It is a technical system for collecting, storing, managing, computing, analysing, displaying and describing the relevant geographic distribution data in the space of the whole or part of the earth's surface layer (including the atmosphere) with the support of computer hardware and software systems. GIS can provide corresponding technical support for land resource management work. GIS relies on computer technology, and to some extent is known as an extension of maps. At present, GIS has been widely used in the work of land resource management, and the scientific management of geospatial data has been realized by analysing and managing geospatial data through GIS.

China's spatial information technology has made great progress in the dual development of economy and science and technology, in the future, spatial information technology will certainly become one of the main application technologies for effective management of land resources, only on the basis of the wide application of spatial information technology can the informatization and intelligent construction of land resource management be realized. Firstly, spatial information technology such as global positioning system, remote sensing technology and geographic information system should be applied to carry out land resource management. Staff should apply

spatial information technology to dynamically monitor the distribution and utilization of various types of land resources, and make full use of land resource data through advanced technology and effective manual management measures. Secondly, when updating the land resource utilization database, staff should apply relevant technologies to update the database in a timely manner, scientifically assess the value of land resources on the basis of data, and establish a sustainable land resource management system on the basis of spatial information technology. Finally, the staff should use spatial information technology to solve the problems in land resource management work in time, effectively improve the quality and efficiency of land resource survey work, and the staff should use their work experience and professional ability to promote the further development of spatial information technology, so as to improve the technical level of land resource management in China.

To sum up, spatial information technology can provide important technical guarantee and data support for land resource management, and improve the timeliness and accuracy of land resource management. The scientific application of spatial information technology ensures the accuracy and rationality of data analysis and planning processing, and the integration of computer technology with spatial information technology and network technology in land resource management fundamentally ensures the accuracy and efficiency of land resource management work, thus promoting the sustainable development of land resource management.

УДК 338.24: 656

Очередько Олена
кандидат економічних наук
старший викладач кафедри «Менеджмент та підприємництво на морському транспорті»
Азовський морський інститут Національного університету «Одеська морська академія»
м. Маріуполь, Україна
Степусь Микита
студент кафедри «Менеджмент та підприємництво на морському транспорті»
Азовський морський інститут Національного університету «Одеська морська академія»
м. Маріуполь, Україна
Olena Ocheredco
PhD (Economics)
Senior Lecturer of the Department of Management and Entrepreneurship on Sea Transport
Azov Maritime Institute of National University «Odessa Maritime Academy»
Mykyta Stepus
student of the Department of Management and Entrepreneurship on Sea Transport
Azov Maritime Institute of National University «Odessa Maritime Academy»

УПРАВЛІННЯ НА ПІДПРИЄМСТВАХ МОРСЬКОГО ТА РІЧКОВОГО ТРАНСПОРТУ
MANAGEMENT AT THE ENTERPRISES OF MARITIME AND RIVER TRANSPORT

Економіка країни залежить від безпечної та ефективної роботи морського транспорту, який використовує порти та водні шляхи. Морські, річкові порти та водні шляхи надзвичайно різноманітні з точки зору обслуговуваного руху суден, різноманітності надання послуг, географії та умов навколишнього середовища. Порти повинні бути спроможними забезпечити ефективні та швидкі можливості для розширення торгівлі, збільшення розміру та швидкості океанських суден, дедалі більший відсоток займають судна під іноземними прапорами. Багато портів усього світу також обслуговують великий обсяг прибережних і внутрішніх суден із різноманітними баржами, буксирними суднами, пасажирськими поромами та прогулянковими човнами.

Проблеми безпеки включають складне поєднання різних типів суден, небезпечних вантажів і постійну людську помилку, як основну причину виникнення морських аварій. Потенційні проблеми з безпекою також пов'язані зі старінням комерційних флотів, деякими неякісними суднами та екіпажами під іноземним прапором, перевантаженістю зв'язку, застарілими морськими картами та неадекватними екологічними даними. Крім того, багато гаваней занадто мілкі, щоб прийняти судна з найбільшою осадкою, і економіка іноді вимагає використовувати найбільші судна, можливі для роботи в обмежених каналах і терміналах.

Державні та місцеві установи несуть відповідальність за наданням послуг користувачам водних шляхів та за координацію використання водних шляхів для максимальної суспільної вигоди. Безпечне та відповідальне керування використанням водних шляхів може принести значні переваги окремим регіонам, та також країні в цілому. Однією з головних проблем, з якою стикаються керівники великих портових операторів у різних країнах світу, є інформування про найкращі доступні методи управління ризиками та запобігання аварій для впровадження, коли це доречно, ситуації збільшення обсягу, складності та різноманітності морського руху.

Формальні методи управління аналітичної оцінки ризиків часто не використовуються для керівництва, директорами портів і водних шляхів, коли вони приймають рішення щодо заходів безпеки. Однак систематичні підходи можуть бути найбільш прийнятними, коли враховуючи складність проблем безпеки в поєднанні з безліччю державних і приватних організацій, які відповідають за безпеку в певному порту чи гавані.

Офіційні оцінки можуть дати найточніші результати щодо управління ризиками, забезпечуючи систематичний підхід до визначення рівня ризику, можливостей впровадження заходів щодо зниження ризику та відносних переваг альтернативних заходів. По мірі того, як оцінка ризику використовувалася для управління водними шляхами країни, покладалися на якісний внесок досвідчених моряків, як основний компонент оцінки. Однак лише небагато оцінок ризиків, зроблених на сьогодні, можна було відтворити або тісно дотримувались принципів офіційної методології оцінки ризиків, як це практикується в інших місцях. Потрібне краще розуміти проблеми, які пов'язаних як з методологією оцінки ризику, так і з сильнішими та слабкими сторонами використання доступних даних для застосування оцінки ризику до управління на морському транспорті і планування майбутнього морської транспортної системи та безпосередньо підприємств морегосподарського комплексу.

Наразі багато державних і галузевих організацій намагаються зробити аналіз проблем управління та безпеки портів і визначити найбільш ефективні рішення для керування ризиками. Наприклад, берегова охорона США у співпраці з місцевими портовими громадами намагається оцінити ризики аварій у своїй системі безпеки портів і водних шляхів, щоб визначити найбільш відповідний рівень інструментів керування рухом суден, які слід запропонувати в певних портах. Деякі місцеві комітети з безпеки гавані також оцінюють ряд пропозицій щодо оновлення систем безпеки, щоб вибрати найефективніші.

Тобто, потрібно намагатися більш стандартизованого процесу оцінки ризиків для морської галузі, який забезпечував би послідовний набір методів, стандартів і визначень даних до початку ведення проекту. Також важливим є включення екологічних міркувань на ранній стадії проекту та якомога раніше залучення зацікавлених сторін до прийняття рішень. Повна база даних має стати початковою точкою для того, щоб робити речі по-іншому та краще в майбутньому. Реальний досвід має бути включено в усі ці підходи. Наприклад, багато екіпажів суден не розмовляють англійською, і тому їм буде важко заповнити анкети для бази даних. Реальний світ також включає конкуруючі вимоги до морської транспортної системи та морського середовища з боку різних користувачів, зацікавлених груп та громадськості.

Зацікавлені сторони мають брати участь та погоджувати процес прийняття управлінського рішення. Важливо завчасно залучати зацікавлені сторони та інформувати їх про цінність процесу оцінки ризиків. Це вимагатиме представлення процесів у термінах, які будуть зрозумілими навіть неспеціалістам. Необхідність створення системи звітності про

інциденти із захистом відповідальності, щоб забезпечити базу даних для надійного ризику та аналізу ситуації. Обговорення інституційних обов'язків визнало, що поєднання міжнародних, національних, регіональних та місцевих органів має брати участь у прийнятті рішень і що кожна організація має прийняти управління ризиками як інструмент прийняття рішень. Потрібен орган, який буде відповідальним за збір усіх даних і надання їх різним особам, які приймають рішення. USCG може бути агентом для виконання цієї функції.

Під час закритого сеансу було помічено, що керування ризиками не є чимось незвичайним. Інструменти оцінки ризиків та управління ризиками використовуються щодня в більшості компаній, агенцій та організацій, незалежно від того, чи на офіційній або неофіційній основі. Ці програми стали основою для більшості рішень щодо управління водними шляхами, прийнятих сьогодні. На жаль, оскільки більшість програм були неформальними, їх неможливо відтворити. Більш систематичний та формалізований підхід надасть масу інформації та "вивчених уроків", які можна використовувати в майбутньому.

Отже, управління на підприємствах морського та річкового транспорту та процес доставки вантажів є однією з найбільш інтернаціоналізованих видів діяльності у світовій індустрії. Управління на морському транспорті має високий рівень ефективності та якості через те, що транспортування здійснюється за допомогою суден,. Тобто, сьогодні судноплавство не може розглядатися лише з вузької національної перспективи, його потрібно розглядати з ширшої точки зору світового управління та розвитку міжнародної торгівлі.

УДК 658.8.007

Павлюк Анастасія
студентка групи БМмз-61
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна
Науковий керівник: Зяйлик Марія
кандидат економічних наук, доцент
доцент кафедри менеджменту та адміністрування
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна
Anastasia Pavlyuk
student of group BMmc-31
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine
Scientific supervisor: Mariia Ziailyk
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

ВПЛИВ ІНТЕГРОВАНО-МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ НА ВИБІР СПОЖИВАЧІВ
THE INFLUENCE OF INTEGRATED AND MARKETING COMMUNICATIONS ON COUSUMER CHOICE

Сучасний стан розвитку економіки все більше загострює конкурентну боротьбу між підприємствами та господарськими об'єднаннями. Науково-технічний прогрес, а також процес міжнародної міграції капіталу усувають багато бар'єрів виходу на ринки. Це призводить до все більшого зростання виробництва традиційних товарів, надання традиційних видів послуг, а також впровадження нових їх видів, до розширення асортименту товарів і послуг та скорочення їх життєвих циклів. Все це спрямоване на всебічне задоволення потреб споживачів з метою розширення реалізації товарів. У зв'язку з тим, що

зростаюча конкуренція на внутрішньому і зовнішньому ринках виробників негативно впливає на становище українських підприємців, актуальними є процеси освоєння сучасних підходів до планування і управління виробничо-господарською діяльністю підприємств, зокрема, особливу увагу потрібно звертати на дослідження інтегровано-маркетингових комунікацій.

За дослідженнями спеціалістів, основною проблемою у зв'язку із роботою вітчизняних підприємств у ринковій економіці, виступає потреба в орієнтації їх виробничо-збутової діяльності на інтереси споживачів. Можливими методами досягнення позитивних результатів є створення гнучкої системи управління підприємством на основі концепції маркетингу, однією із складових якої є розробка інтегровано-маркетингових комунікацій.

Зміни в економіці України впливають на зміну відношення покупців як до самих товарів, так і до сервісного їх обслуговування. На сучасному етапі споживачі вже намагаються знайти товари не тільки за низькими цінами, високою якістю та ще й в широкому асортименті, але й вимагають постійної їх присутності на прилавках і додаткового до них обслуговування: упакування, доставляння до місця призначення тощо.

Тому, сьогодні до підприємств висуваються вимоги, які стосуються насамперед гнучкої реакції на різнобічні побажання споживачів і максимальне задоволення їх вимог. Але, водночас, це закономірне прагнення до зорієнтованого на споживача виробництва продуктів, які прагне придбати споживач. Саме тоді на допомогу приходить застосування маркетингових прийомів.

Останніми роками одночасно зі зростанням ролі маркетингу підвищилася роль інтегровано-маркетингових комунікацій. Дійсно, ефективні комунікації зі споживачами стали ключовими факторами успіху будь-якої організації. Сучасний маркетинг вимагає набагато більше, ніж створити товар, що задовольняє потреби клієнта. Фірми мають здійснювати комунікацію зі своїми клієнтами. При цьому у змісті комунікацій не повинно бути нічого випадкового. Інтегровано-маркетингова комунікація фірми - це будь-яка діяльність фірми з інформування, переконання, нагадування споживачам про свої товари та формування позитивного іміджу фірми в очах громадськості [1].

Соціологи навіть дійшли висновку, що саме прогрес у системі комунікацій є основним рушієм розвитку цивілізації. Вони стверджують, що в основу розвитку покладено постійне посилення потужності засобів комунікації: зі збільшенням цієї потужності міжособистісна комунікація переходить на соціальний рівень, тобто винаходи у сфері комунікації збільшують сенсорні можливості людини, що стосується передовсім слуху та зору. Засоби масової інформації є, на їхній погляд, додатком до відповідних органів чуття: радіо - слуху, телебачення - слуху та зору, преса - зору. Так само як первісне суспільство утримувало спеціальних дозорців, котрі мали сповіщати про нашестя ворога або появу хижих звірів, так сучасне суспільство покладає функції нагляду за навколишнім середовищем на інститути масової комунікації з численною армією репортерів, кореспондентів і розгалуженою мережею засобів зв'язку.

Один із теоретиків створення інформативного суспільства М. Маклюен писав про рекламну діяльність, тобто про один із елементів маркетингових комунікацій, таке: «Реклама - це печерне мистецтво XX ст. Коли у 20-х роках заговорили про доісторичну людину і люди були вражені рисунками в Альтамірських печерах, вони не помічали таємного оточення магічних форм, які ми звемо рекламою. Так само як і рисунки в печерах, рекламу призначено не для того, щоб на неї дивилися, а передовсім для того, щоб вплинути на відстані, як за телепатії. Так само як і рисунки в печерах, реклама є засобом не приватного, а суспільного вираження» [2].

Тому, основну частину маркетингових комунікацій, рекламу, теоретики комунікацій розглядають як джерело масового впливу на споживачів. Теоретики комунікацій упевнені, що без реклами люди не можуть зрозуміти, що вважати життєвими цінностями, а відтак реклама є часткою великої роботи з відродження та перевиховання людства. Це потужний чинник впливу на людську підсвідомість у виборі того чи іншого продукту. Також особливе

значення для процесу ефективних комунікацій має зрозуміння кодування повідомлення комунікантом та декодування його адресатом. Необхідно, щоб система задовольняла вимогу відповідності між формою та значенням повідомлення, яке має бути не тільки зрозумілим цільовій аудиторії, а й піддаватися декодуванню саме так, як на це комунікатор і розраховував. Аудиторія має бути готовою до такого роду декодування. А це означає, що кожна цільова аудиторія потребує своїх, специфічних підходів для правильного сприйняття нею комунікативного повідомлення.

Маркетингова комунікація – двобічний процес: з одного боку, передбачається вплив на цільові й інші аудиторії, а з іншого –- одержання зустрічної інформації про реакцію цих аудиторій на здійснюваний фірмою вплив [3]. Обидві ці складові однаково важливі; їхня єдність дає підставу говорити про маркетингову комунікацію як про систему. Варто розуміти, що жодна фірма не в змозі діяти відразу на всіх ринках, задовольняючи при цьому запити всіх споживачів. Навпаки, компанія буде процвітати лише в тому випадку, якщо вона націлена на такий ринок, клієнти якого з найбільшою ймовірністю будуть зацікавлені в її маркетинговій програмі.

Можна стверджувати, що інтегровано - маркетингові комунікації — це вид соціальної діяльності для задоволення потреб у товарах, послугах та ідеях у процесі обміну на етапі встановлення зв'язків між споживачами та торгівцями, якими можуть бути виробники та посередники [3].

Перелік використаних джерел:

1. Бажеріна К.В. Гнітецький Є.В. Економіка. Особливості формування інтегрованих маркетингових комунікацій для інноваційних товарів. Економіка. Управління. Інновації. 2010 - №2 (4) с. 90 – 95.
2. Головкіна Н.В. Комплексний підхід до маркетингових комунікацій з цільовими аудиторіями · Економічний вісник НТУУ «КПІ». 2008 - №6 с. 67-71
3. Янковська Г.В. Інтегровані маркетингові комунікації як чинник формування бренду підприємства // Економіка. Управління. Інновації. - №2. – 2010. – с. 136- 140

УДК 339.137.2

Пастухевич Ігор
студент групи ППс-31
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна
Науковий керівник: Артеменко Людмила
кандидат економічних наук, доцент
доцент кафедри економіки та фінансів
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна
Ihor Pastukhevych
student of the group PPs-31
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine
Scientific supervisor: Liudmyla Artemenko
PhD (Economics), Docent
Assistance Professor of the Department of Economics and Finance
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

КОНКУРЕНТНІ ПЕРЕВАГИ ПРАТ «КИЇВСТАР» НА РИНКУ МОБІЛЬНОГО ЗВЯЗКУ УКРАЇНИ

COMPETITIVE ADVANTAGES OF KYIVSTAR JSC ON THE MARKET OF MOBILE COMMUNICATIONS OF UKRAINE

Найвагомішим сегментом телекомунікаційної галузі є мобільний зв'язок, який є стратегічним ресурсом кожної держави в контексті конкурентоспроможності країни в

світовому просторі. Основними операторами в Україні є: Київстар, Vodafone Україна та Lifecell, які представляють «жорстку» олігополістичну структуру, бар'єрами входу в галузь для інших конкурентів є, перш за все, необхідність отримання ліцензії доступу до радіочастот та великі фінансові вливання на створення мережі. Вимоги сучасності диктують необхідність використання нецінових методів конкуренції, а саме: інноваційність та диверсифікованість пакету послуг, що пропонуються операторами зв'язку.

ПрАТ «Київстар» засноване та зареєстроване в Україні у 1994 році, послуги мобільного зв'язку надає з 1997 року. Цікаво відмітити, що перша назва компанії була «Bridge» (англійською мовою – міст). «Київстар» входить до складу міжнародної телеком-групи VEON (Нідерланди). Акції VEON знаходяться у вільному обігу на фондових біржах NASDAQ (Нью-Йорк) та Euronext (Амстердам).

Головним завданням компанії «Київстар» є впровадження сучасних інноваційних технологій, які максимально відповідають співвідношенню «ціна-якість». Підтвердження вказаної політики знайшло відображення в тому, що в 2020 році компанія стала: «Компанією року» в мобільному зв'язку, найдорожчим брендом України за версією журналу «Кореспондент», найкращим роботодавцем України у рейтингу «ТОП-100. Рейтинг найкрупніших», генератором найбільшої частки податків в галузі зв'язку та інформатизації.

Вона є піонером у нашій країні у наданні наступних послуг:

- SMS повідомлення (1998р.);
- доступ до мережі Інтернет за технологією WAP (2000р.);
- «пакетні» тарифні плани без плати за хвилини та скасування помегабайтну тарифікацію Інтернету;
- запровадження технологій швидкісної мобільної передачі та модернізація комутаційної мережі.

Серед інших новацій, окреслимо, на нашу думку, основні конкурентні переваги компанії:

- лідер у сегменті OTT TV, надає доступ до понад 200 телевізійних каналів;
- найбільше покриття мобільного Інтернету, охоплює всі міста України, а також понад 28 тис. сільських населених пунктів, основні національні й регіональні траси, більшість морських та річкових узбереж. Стосовно мережі 4G (LTE), станом на серпень 2021 року покриття становить - 88,75% території України, у 2022 році передбачається забезпечити доступ до 90 % населення. Технологія LTE активована уже на 18 тис. базових станцій [1];
- надання постійних знижок, акції, бонуси та подарунки від компанії для клієнтів (на тарифний план чи певну кількість гігабайт Інтернету, на покупки);
- найбільша інфраструктура зв'язку — майже 40 тисяч базових станцій, використовує власну волоконно-оптичну мережу загальною протяжністю 44 тисяч км і пропускною спроможністю понад 380 Гбіт/с;
- лідер ринку фіксованого інтернету та провайдер конвергентних послуг (мобільний зв’язок, фіксований інтернет, ТБ);
- розвиток цифрових сервісів на базі хмарних технологій та Big Data. (послуга Microsoft Azure Stack, яке надає можливість клієнтам швидко переводити бізнес - процеси компаній у дистанційний режим роботи), пропонує понад 200 продуктів і послуг, які допомагають планувати й виконувати будь-які бізнес-операції [2];
- запровадження технології 4G VoLTE для смартфонів Samsung і Huawei (раніше була доступною лише для iPhone), яка дозволяє абонентам користуватись інтернетом навіть під час дзвінка та одночасно розмовляти і слідкувати за новинами в Інтернеті [3];
- створення унікальної платформи Open API для стартап-компаній, яка надає можливість розробникам використовувати аналітичні дані оператора для власних цифрових продуктів [4];

- запровадження в деяких областях країни безготівкових сервісів, як: оплата електроенергії з Львівенергозбут, парковки в Харкові та покупка ліків з Liki.24. [5];
- у 2020 році спільно з платіжною системою LEO – запущені такі нові сервіси (знижки на покупки в магазинах «Фокстрот», білети в кіно тощо);
- реалізація соціальних проектів («Дитяча надія», «Дай лапу»);
- позитивна репутація, досить престижна торгова марка, імідж соціально-відповідальної компанії.

Поряд із цим, звернемо увагу на слабкі позиції компанії, до яких можна віднести: відсутність гнучкої тарифної політики, порівняно з конкурентами, що може вплинути на відтік абонентів; слабка швидкість інтернету (у порівнянні з мережею «Vodafone Україна»); наявність спаму у вигляді SMS та голосових дзвінків від банків, різних сумнівних організацій; наявність нечесної конкуренції (неналежне інформування абонентів про зміну надання послуг чи списання коштів з рахунку через абонентську плату, невідповідна інформація на сайті).

Отже, підсумовуючи вище зазначене, можна зробити наступні висновки: при наявності некритичних проблем, неможливо заперечити той факт, що компанія «Київстар» набула статусу лідера та технологічного гіганта на ринку телекомукаційних послуг вартого довіри вітчизняного споживача.

З метою убезпечення себе від активних дій конкурентів, компанії варто проводити постійний моніторинг тенденцій на ринку мобільного зв'язку в Україні та світі та заходи із підвищення рівня якості послуг. Забезпечувати ретельну підготовку персоналу відповідної професійної компетенції, щоб максимально задовольняти вимоги клієнтів і розширювати бізнес. Така політика набуде логічного завершення адаптації національного ринку до світових реалій галузі, оскільки в найближчій перспективі країну чекає освоєння нових стандартів зв'язку. Передбачається, що у 2022 році в Україні запуститься широкосмуговий Інтернет із супутниковим зв'язком, який надаватиме компанія Starlink Ілона Маска. Наступний потужній конкурент – компанія OneWeb, що створює супутники з низькою орбітою навколо Землі з метою забезпечення високошвидкісного покриття Інтернету світового рівня [6].

Перелік використаних джерел:

1. У вересні «Київстар» активував 4G-зв'язок на 75 базових станціях у 11 областях України. UTR: https://itc.ua/news/u-veresni-ki%d1%97vstar-aktivuvav-4g-zvyazok-na-75-bazovih-stancziyah-u-11-oblastyah-ukra%d1%97ni/
2. MariaTishenro.UTR:https://myc.news/ua/biznes/tri_krupnejshih_mobilnyh_operatora_ukrainy_v_cifrah
3. Комп'ютерний блог. UTR: https://itc.ua/news/kiyvstar-zaprovadiv-tehnologiyu-4g-volte-dlya-deyakih-smartfoniv-samsung-i-huawei-ranishe-vona-bula-dostupnoyu-lishe-dlya-iphone/
4. Офіційний сайт ПрАТ «Київстар». UTR: https://kyivstar.ua/uk/mm/news-and-promotions/start-yourself-2020-2021-rezultaty-programy-stazhuvannya-v-kyyivstar
5. Київстар: Популярність мобільних фінансових сервісів серед абонентів за останній рік зросла на 19%. UTR: https://itc.ua/news/ki%D1%97vstar-populyarnist-mobilnih-finansovih-servisiv-sered-abonentiv-za-ostannij-rik-zrosla-na-19/
6. С. Прибитько. Який мобільний оператор збанкрутує першим, коли запуститься Starlink? UTR:https://www.epravda.com.ua/columns/2021/03/2/671520/

УДК 330.5

Подвірна Тетяна
кандидат економічних наук
старший викладач кафедри економіки та фінансів
Тернопільський національний університет імені Івана Пулюя
Тернопіль, Україна
Tetiana Podvirna
PhD in Economics
Senior Lecturer of of Economics and Finance
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

ВПЛИВ ПАНДЕМІЇ COVID-19 НА ДОХОДИ І ВИТРАТИ УКРАЇНЦІВ
THE IMPACT TO THE COVID-19 PANDEMIC ON THE INCOME AND EXPENDITURE OF UKRAINIANS

У 2020 році одним з головних чинників впливу на економічні процеси виявився фактор розповсюдження пандемії COVID-19. У відповідь на пандемію відбулись суттєві зміни у життєдіяльності багатьох держав світу, у тому числі і в Україні.

Розвиток країни залежить від якості життя населення, отже питання формування доходів населення є актуальним за умов нестабільної економіки. Важливим показником вимірювання якості життя є доходи та витрати населення. Джерелами формування доходів домогосподарств в Україні виступають: заробітна плата, пенсії, стипендії, субсидії, соціальні допомоги, доходи від підсобного господарства, доходи від підприємницької діяльності і самозайнятості, доходи від власності, інші доходи

Згідно з даними Державна служба статистика України доходи населення у II кварталі 2021 році становили 1079,8 млрд грн, наявний дохід у розрахунку на одну особу становив 18969 грн.

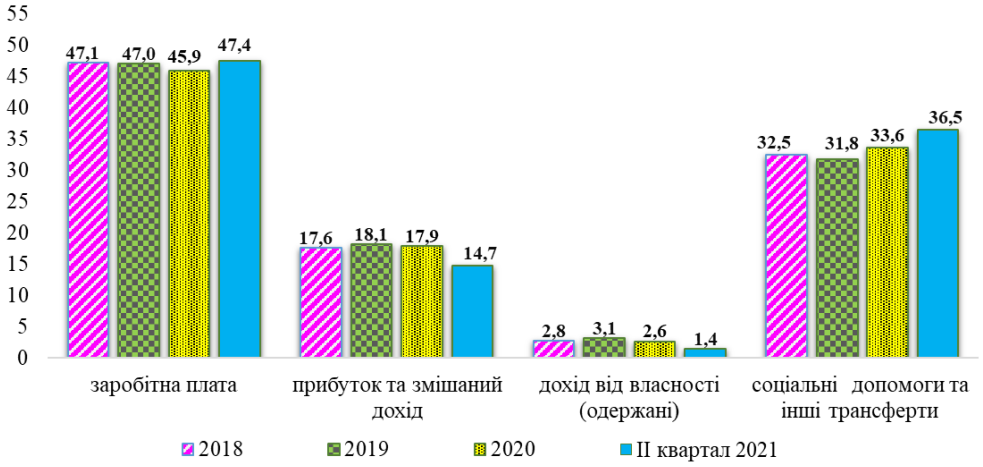


Рис.1. Структура доходів населення за 2018-II квартал 2021роки, %
Джерело: складено за [2]

Згідно даних рис. структура доходів за 2018 - II квартал 2021 роки свідчить про переважання у ній двох найбільших джерел: заробітної плати (47,4% в II кварталі 2021р.) та соціальної допомоги та інших трансферів (36,5%). Динаміка доходів за останні роки демонструє сталу тенденцію до зниження часток доходу від власності з 2,8 до 1,4% та прибутку з 17,6 до 14,7%, що є негативним явищем щодо диверсифікації джерел доходів.

Згідно з даними з 2018 року триває зростання одного із основних складових реального наявного доходу населення - заробітної плати. Номінальні заробітні плати цьогоріч зростають звичними докарантинними темпами. Зростання реальних зарплат помітно

сповільнює інфляція, що прискорилася останніми місяцями. Нагадаємо, що через падіння світових цін на енергоносії, а також зниження попиту, упродовж 2020 року інфляція перебувала нижче цільового діапазону 5% ± 1 в.п. Наприкінці року інфляція прискорилася, а з січня 2021 року – вийшла за верхню межу цільового діапазону через відновлення споживчого попиту, зростання цін на енергоносії та окремі продукти харчування. Повернення до цільового діапазону очікується у другій половині 2022 року завдяки надходженню нового врожаю цього року, корегуванню глобальних цін на енергоносії, вичерпанню ефекту низької бази порівняння, а також ефекту від посилення монетарної політики НБУ [3].

За кілька перших місяці 2021 року середня реальна заробітна плата виросла порівняно з аналогічним періодом 2020 року на 11.3%. Позитивно на заробітну плату впливає відновлення економічної активності підприємств за пом'якшення карантину.

Підсумовуючи варто сказати, що зростання реального наявного доходу триватиме й надалі завдяки відновленню економіки. Згідно прогнозів НБУ, в цілому за рік зростання реальної зарплати становитиме 8,6%, що збільшить доходи працюючих. Проте повільний процес вакцинації та нестабільність епідеміологічної ситуації загрожує посиленням карантинних обмежень.

Якщо ж подивитись на структуру витрат та заощаджень, то бачимо, що за останні роки витрати на придбання товарів та послуг збільшується, а заощадження, навпаки, зменшуються.

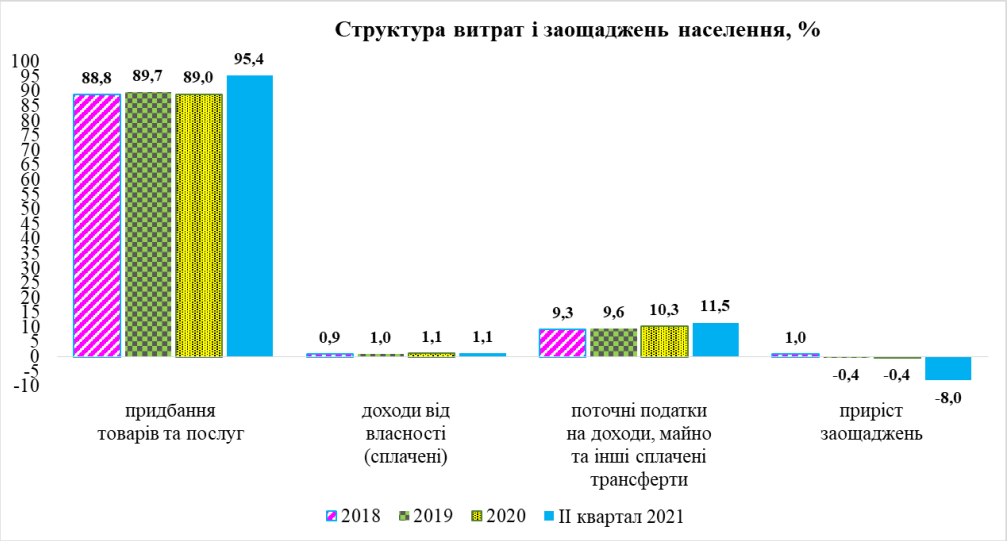


Рис. 2 Структура витрат і заощадження населення за 2018-II квартал 2021роки, %
Джерело: складено за [2]

Як бачимо з даних рисунку зростання відбулося в частині придбання товарів та послуг - 95,4%. На поточні податки на доходи, майно та інші сплачені поточні трансферти пішло 11,5% від доходів, а на сплачений дохід від власності - 1,1%. Попри те, що під час кризи у населення спостерігається висока схильність до заощаджень, в українців зменшилися заощадження на 86,5 млрд грн, як повідомляє НБУ - імовірно обумовлено зростанням цін, а не споживчим попитом з боку населення,

В підсумку варто зазначити, що доходи населення у II кварталі 2021р. становили 1079,8 млрд грн, а витрати – 1166,4 млрд грн. Різниця у 86,5млрд грн була покрита за рахунок зменшення рівня заощаджень. Більше третини доходів склали соціальна допомога та інші поточні державні трансферти, зокрема – субсидії. У порівнянні до першого кварталу 2021 року спостерігається слабка тенденція до покращення споживчих настроїв, зокрема оцінки поточного матеріального становища та його майбутньої зміни.

Перелік використаних джерел:
1. Андрейцева І. А. Доходи і якість життя населення України: сучасний стан. Економіка та суспільство. 2021. №29 URL:https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/564
2. Державна служба статистики України. Офіційний сайт. URL: www.ukrstat.gov.ua
3. Національний Банк України: Звіт про фінансову стабільність | https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/FSR_2021-H1.pdf?v=4

УДК 330

Попик Мар'яна
кандидат економічних наук
доцент кафедри туристичної інфраструктури
та готельно-ресторанного господарства ДВНС «УжНУ»
Україна
Maryana Popyk
Ph.D. in Economics
Assistant Professor oat the Department of tourism infrastructure
and hotel and restaurant industry
Uzhhorod National University
Ukraine
Ваган Роберт
Студент 1 курсу магістратури
Факультету туризму та міжнародних комунікацій
Ужгородського національного університету
Україна
Robert Vagan
1st year magistrate student
Faculty of Tourism and International Communications
Uzhhorod National University
Ukraine

СУЧАСНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ДОТРИМАННЯ ПРОФЕСІЙНИХ СТАНДАРТІВ ПРАЦІВНИКІВ ГОТЕЛЮ
MODERN RECOMMENDATIONS FOR COMPLIANCE WITH PROFESSIONAL STANDARTS FOR HOTEL EMPLOYEES

На сьогоднішній день ситуація на світовому ринку туризму дуже нестабільна та потребує спеціальних та специфічних заходів задля дотримання професійних стандартів у роботів всіх підрозділів готельного господарства. Починаючи від покоївок, закінчуючи керуючим підприємством. Одним із головних важелів впливу, в цілому на сферу туризму, зараз являє собою пандемія COVID-19.

Пандемія кардинально змінила образ сучасного туризму, відповідно змінились і вимого до закладів, які надають туристичні послуги. Розпочати варто з тих, які рекомендовані урядом аби запобігти поширення коронавірусної інфекції [1]:

1) Керівники готелів повинні надати відповідальну особу, яка проводить температурний скринінг усім працівникам перед початком роботи. Працівники, в яких виявлено температуру тіла понад 37,2° С або ознаки респіраторних захворювань, не допускаються до роботи. Також керівництво готелю має забезпечити наявність щонайменше п'ятиденного запасу засобів індивідуального захисту.

2) На вході в готель та в коридорах необхідно розмістити інформаційні матеріали щодо профілактики корона вірусу; організувати місця для обробки рук антисептиками.

Доцільно розмістити яскравий вказівник про необхідність дезінфекції рук (банер, наклейка, вказівник тощо).

3) При появі симптомів респіраторного захворювання та/або підвищення температури у особи, що проживає в готелі, така особа підлягає ізоляції в номері до прибуття карети швидкої медичної допомоги, яку викликає персонал готелю.

4) Дозволяється одночасне перебування відвідувачів у вестибюлі закладу з розрахунку не більше однієї особи на 10 квадратних метрів площі зали обслуговування. Допуск відвідувачів та перебування у готелі (поза номером) дозволяється лише у захисній масці (у тому числі саморобній), так, щоб були покриті ніс та рот. В зонах загального користування на постійній основі повинна функціонувати припливно-витяжна вентиляція, яка запобігає поширенню вірусу.

5) У готельних закладах забороняється робота конференц-залів, фітнес- та спа-центрів готелів. Адміністрація готелю забезпечує та контролює виконання умов недопущення формування черг в місцях можливого скупчення туристів. В місцях потенційного скупчення відвідувачів повинно бути нанесене відповідне тимчасове маркування для забезпечення дотримання дистанції не менше 1,5 метри.

6) При заїзді в готель кожному гостю надається спеціальний набір із санітайзером, гумовими рукавичками та маскою. Проводиться обробка дезинфікуючим засобом багажних сумок, колясок і інших речей гостей.

Після виїзду кожного гостя з метою дезінфекції в номерах слід використовувати професійні дезінфікуючих озонаторів [1].

Аналізуючи ці правила важливо ураховувати не тільки їх ефективність а й те як вони впливають на персонал. Жорстке дотримання усіх заходів безпеки значно знижує ККД працівника, що призводить до зниження якості обслуговування.Задля покращення умов праці персоналу можливо індивідуально підібрати засоби захисту, так комусь зручніше працювати в хірургічні масці (звичайна), комусь підійде маска з тканини, хтось надає перевагу маскам з найвищим рівнем захисту FFP3, комусь зручніше поролонові маски. Індустрія не стоїть на місці і через попит вибір великий, що дає змогу знайти комфортний варіант для кожного Також варто наголосити на необхідності глобальної вакцинації, яка повинна знизити темпи поширення коронавірусної інфекції, як для працівників, так і для туристів, проте важливо не виходити за рамки чинного законодавства і обмежуватись лише рекомендаціями та звертати увагу на конкретний випадок конкретного працівника (якщо це стосується підприємства) чи туриста.

В умовах пандемії, дотримання саме професійних стандартів під час праці стає в рази важчим, адже окрім бездоганної роботи в обслуговуванні, потрібно дбати про здоров’я власне, оточуючих та гостей.

Отже, наші рекомендації для дотримання високого рівня професіоналізму працівників готельних підприємств є такі :

1. Підбирати співробітників на основі їхньої здатності задовольняти кваліфікаційні вимоги, встановлені для певного виду роботи, перевіряти їх стресостійкість та змогу працювати в умовах правил посилення безпеки.
2. Забезпечувати умови роботи, що сприяють найкращому виконанню співробітниками своїх обов'язків, а також спокійні ділові взаємини.
3. Забезпечувати усіма необхідними засобами захисту .
4. Звертати увагу на те, щоб весь персонал відчував свою причетність і вплив на якість послуг, що надаються та з розуміння ставився до усіх правил і обмежень які накладають у зв’язку з пандемією.
5. Заохочувати зусилля персоналу, спрямовані на підвищення якості, визнаючи заслуги і нагороджуючи за конкретні досягнення.
6. Періодично проводити оцінку факторів, що стимулюють співробітників до забезпечення якості послуг.

7. Впровадити систему планових заходів щодо підвищення професійних умінь і навичок персоналу.

8. Забезпечити стабільну виплату заробітної плати.

9. Активно брати участь у заходах по запобіганню поширення вірусу, проводити тренінги та пояснювати працівникам, чому важливо дотримуватись усіх правил.[2]

Сучасне готельне господарство змінилось до невпізнаваності і система надання послуг зовсім не виглядає гостинною сьогодні. Контакт «людина-людина» є мінімізований задля безпеки гостів і персоналу, але це погано вплинуло на «гостинність» – основу готельного господарства, де головним є встановити контакт з гостем, знайти підхід до кожного.Так,пандемія безперечно сколихнула світ і сфера надання послуг вимушена адаптуватись до нових правил. Безперечно, стало важче якісно надавати послуги через обмеження, правила, вимоги. Банально : цілодобова робота в засобах індивідуальної безпеки значно знижує працездатність персоналу, як безпосередньо з гостями так і при виконанні інших робочих завдань.Минуло вже 2 роки з початку пандемії, весь світ адаптовується, кожен заклад розміщення намагається по своєму долати труднощі. Проте, дотримуючись вказаних вище рекомендацій, можливо утримувати рівень професіоналізму працівників та мінімізувати втрати якості в обслуговуванні навіть в період пандемії.

Перелік використаних джерел:

1.Шацька З., Шевель А.Організація роботи підприємств готельної сфери в умовах пандемії COVID-URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/10_2020/53.pdf (Дата звернення: 15.09.21 р.)

2.Управління персоналом підприємства: навч. посібник / Криворучко О.М., Водолажська Т.О. – Х. : ХНАДУ, 2016. – 200 с

УДК 339:004.738.5

Радинський Сергій
кандидат економічних наук
доцент кафедри економіки та фінансів
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна
Дячун Ольга
кандидат економічних наук, доцент
доцент кафедри економіки та фінансів
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна
Serghiy Radynskiy
PhD (Economics)
Assosiate Professor of Economics and Finance Department
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine
Olga Dyachun
PhD (Economics), Docent
Associate Professor Department of Economics and Finance
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ІНТЕРНЕТ-ТОРГІВЛІ В УКРАЇНІ ТА СВІТІ
PECULIARITIES OF INTERNET TRADE DEVELOPMENT IN UKRAINE AND THE WORLD

В сучасних умовах вітчизняна економіка переживає новий етап свого розвитку, оскільки

переорієнтовується на інформативно-комунікаційну сферу господарювання. Дане переорієнтування обумовлено впливом науково-технічного прогресу, стрімким розвитком інформаційних технологій, умовами глибокої глобалізації та інтернаціоналізації міжнародної торгівлі, впровадженням інноваційних процесів у бізнесове середовище. Безпосередньо Інтернет змінив сам спосіб ведення бізнесу із орієнтацією на інформаційний ресурс, який, в сучасних умовах, є невід'ємною складовою реалізації комерційної діяльності різногалузевих підприємств. Питання про вплив мережі Інтернет на інноваційний розвиток бізнес-процесів і на даний момент вважається відкритим. Так, наприклад, професор Гарвардського університету М. Портер у статті «Стратегія та Інтернет» розглядає Інтернет лише як набір інструментів, що йдуть як доповнення до традиційних засобів конкурентної боротьби. Майкл Портер дає таке своє бачення Інтернету та його ролі в бізнесі: «Ми повинні побачити Інтернет тим, що він є: технологія, що відкриває нові можливості – потужний набір інструментів» [7]. Білл Гейтс вважає Інтернет єдиним простором для обміну інформацією, співробітництва і торгівлі [1].

Однак у науковій літературі також широко поширена теорія, згідно з якою Інтернет є «новою інфраструктурою економічної діяльності». Цієї точки зору дотримується один із провідних фахівців у галузі електронного підприємництва Дон Тепскотт: «Інтернет – це набагато більше, ніж лише нова технічна розробка. Інтернет втілює в собі щось якісно нове – безпрецедентно потужний універсальний засіб масової комунікації» [8]. Саме Інтернет створив новітні умови ведення бізнесу, який в науковій літературі визначено дефініцією «Інтернет-торгівля». Найбільш частіше у пошуках науковців зустрічається визначення поняття «Інтернет-торгівля – як господарська діяльності пов'язана із електронною купівлею-продажем, а також обігом товарів на основі використання інформаційних технологій».

Аналізуючи світові тенденції розвитку Інтернет-торгівлі, необхідно відмітити, що протягом 2014-2019 рр. спостерігається швидке та динамічне зростання електронної торгівлі у світі, якщо у 2014 році через всесвітню павутину було реалізовано на 1336 млрд.дол. продукції, то у 2019 році показник становив 2982 млрд.дол. США. При цьому прогнозні дані сайту The Statistical Portal визначають ще більшу динаміку та більші перспективи розвитку світової Інтернет-торгівлі. Показники стану та динаміки Інтернет-торгівлі у світі представимо на рис.1.

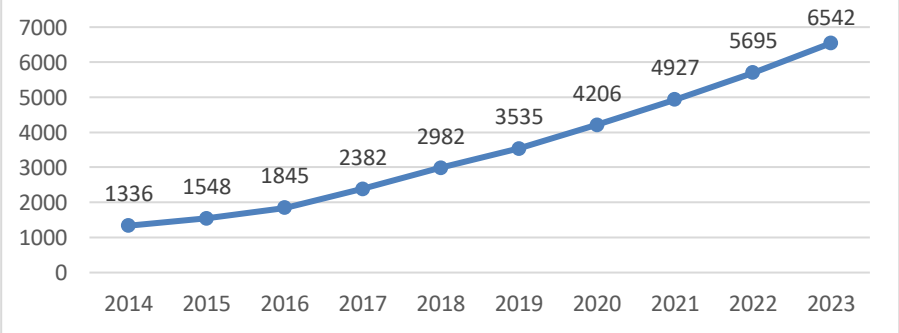


Рис.1. Динаміка Інтернет-торгівлі у світі (прогноз)

Джерело: розроблено на основі [6]

Результати дослідження представлені на рисунку 1 засвідчують подальше зростання обсягів інтернет торгівлі у світі, зокрема і в подальшому спостерігатиметься зростання електронної торгівлі, відповідно за період 2020-2021 рр. на 17,21%, за період 2021-2022 рр. на 15,58%, а за період 2022-2023 рр. на 14,87%.

Варто відзначити, що вектор розвитку електронної комерції визначається основними трендами.

Перший – це загальна глобалізація та розмивання меж. Наприклад, китайські майданчики (Alibaba, Aliexpress та інші) проникають на ринки інших країн та конкурують із локальними онлайн-ритейлерами. Схожі стратегії розвитку – в eBay, Amazon та їхніх конкурентів. Така експансія стала можливою завдяки кооперації ритейлерів і логістичних

компаній, що забезпечують швидку доставку покупок практично у всьому світі.

Другий масштабний тренд – використання сучасних технологій: віртуальної і доповненої реальності (VR/AR), голосового управління, штучного інтелекту та аналізу великих обсягів даних. Ритейлери аналізують запити покупців, їхню поведінку та настрій, а також використовують всі доступні інструменти, щоб показати товар у найбільш вигідному світлі [2].

Серед світових онлайн-ритейлерів найвідоміші – Amazon, eBay, Buy.com, а також AliExpress JD.com – присутні на українському ринку з їх широким асортиментом, привабливою ціною на якісні товари, швидкою та безкоштовною доставкою та можливістю знайти «брендовий» товар. Майже всі відомі світові офлайн-ритейерл – Wal-Mart, Amazon, Dell Signet Jewelers (США), Carrefour (Франція), Tesco та Marks&Spencer (Великобританія), Yoox (Італія) – мають якщо не сайти-проекти, то власні брендові інтернет-магазини.

В Україні розвиток електронної торгівлі з року в рік збільшується, відповідні тенденції обумовлені збільшенням кількості користувачів Інтернет-послуг, покращення сервісу купівлі через Інтернет, розвиток логістики всередині країні. Дані таблиці 1 засвідчують приріст як показників роздрібної так і електронної торгівлі в нашій країні.

Таблиця 1

Стан та динаміка роздрібної та Інтернет-торгівлі в Україні за період 2012-2019 рр.

Роки	Роздрібна торгівля, млрд. грн.	Інтернет-торгівля, млрд. грн.	Проникнення Інтернет-торгівлі, %
2012	767,0	4,6	0,6
2013	838,2	7,0	0,8
2014	901,9	12,3	1,4
2015	1018,8	25,5	2,5
2016	1175,3	38,4	3,3
2017	815,3	48,0	5,9
2018	930,6	65,0	7,0
2019	1094,1	97,4	8,9

Джерело: розроблено на основі [4]

Як бачимо із результатів дослідження розміри електронної торгівлі у 2019 році порівняно із 2012 роком зросли більш ніж у 20 разів (в гривневому еквіваленті), відповідно у 2012 році продано через всесвітню павутину товарів та послуг на суму 4,6 млрд.грн. (500 млн.дол. США) – 0,6% від загального обсягу роздрібної торгівлі, а у 2019 році реалізовано товарів на суму 97,4 млрд.грн. (3,67 млрд. дол.США) – 8,9% від роздрібного товарообороту. При цьому найбільш популярними товарами, що споживачі купували через всесвітню павутину стали одяг, взуття та аксесуари. Поряд із цим, найбільший приріст обсягів продажу у 2019 р. продемонстрували товари для дому і саду, косметика і парфумерія та побутова техніка і електроніка.

Перспективність та швидкий розвиток Інтернет-торгівлі зумовлений тим, що при невеликих витратах на створення та функціонування підприємств з'являється доступ до значної кількості потенційних покупців, покращується інформаційна підтримка, автоматизуються більшість процесів. Проте існує низка чинників, які негативно впливають на розвиток Інтернет-торгівлі, основними з яких є [3]: низька купівельна спроможність населення; недостатність використання цифрових підписів, шифрування, сертифікатів; недостатній рівень страхування ризиків Інтернет-покупок в Україні; розвиток кіберзлочинності; висока вартість Інтернет-переказів; недовіра до якості товару.

Головними бар'єрами для споживачів при купівлі в Інтернеті є: сумніви в якості товару; очікування складностей при придбанні та поверненні товару; тривалість доставки продукції; побоювання шахрайства; проблема вибору надійного Інтернет-магазину; неможливість відчути фактуру придбаної речі. Для усунення вищеподаних недоліків підприємствам, які займаються торгівлею онлайн, необхідно пропонувати споживачам прості

схеми повернення товарів та коштів, використовувати надійних партнерів, зокрема кур'єрські служби та банківські установи, застосовувати різні варіанти оплати за товари та послуги, розміщувати на сайті відгуки споживачів.

Перелік використаних джерел:

1. Гейтс Б. Бизнес со скоростью мысли. Москва: Эксмо, 2003. 227 с.
2. Кузьо Н.Є., Косар Н.С., Мельниченко І.І. Електронна комерція в Україні: сучасний стан, галузеві особливості та організаційні форми. *Маркетинг і цифрові технології.* 2021.Том 5. №1.С.27-41
3. Куклінова Т.В. Сучасні тенденції та фактори Інтернет-торгівлі в Україні. *Вісник соціально-економічних досліджень.* 2018. № 1 (65). С. 95–10
4. Офіційний сайт Асоціації Ритейлерів України. URL: https://rau.ua/uk/novyni/onlajn-diktaturae-commerce/ (дата звернення до ресурсу 16.10.2021 року)
5. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/ (дата звернення до ресурсу 16.10.2021 року)
6. Michael Keenan. Global Ecommerce Explained: Stats and Trends to Watch in 2021. URL: https://www.shopify.com/enterprise/global-ecommerce-statistics (дата звернення до ресурсу 16.10.2021 року)
7. Porter M. Strategyandthe Internet. URL: http://hbswk.hbs.edu/item/2165.html (дата звернення до ресурсу 16.10.2021 року)
8. Tapscott D., Ticoll D., Lowy A. Digital Capital: Harnessing the Power of Business Webs, Harvard Business Press. Boston, Mass: Harvard Business School Press, 2000. 272 p.

УДК 338.47:627

Стовба Тетяна
кандидат економічних наук, доцент
доцент кафедри економіки та морського права
Херсонська державна морська академія
м. Херсон, Україна
Stovba Tetyana
PhD (Economics)
Docent, Associate Professor of Economics and Maritime Law Department
Kherson State Maritime Academy
Kherson, Ukraine

НАПРЯМКИ ПОСИЛЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ МОРСЬКОЇ ПОРТОВОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ
DIRECTIONS OF STRENGHTENING THE COMPETITIVENESS OF THE UKRAINE MARITIME PORT INDUSTRY

Вітчизняна морська портова галузь охоплює 18 портів, 38 державних підприємств з щорічним оборотом майже 10 млрд. грн., 5000 галузевих суб'єктів господарювання; одне робоче місце у портовій галузі сприяє створенню 4–5 робочих місць у суміжних галузях [1]. Морські порти є складовою частиною транспортної і виробничої інфраструктури України. Портова галузь України має значний потенціал для розвитку транспортних шляхів і вантажопотоку з урахуванням світової кон'юнктури ринку, вигідного розташування на перетині міжнародних транспортних коридорів для забезпечення транзитних вантажопотоків, але не конкурентоспроможна через велику кількість накопичених проблем не здатна збільшити обсяги вантажообігу і, таким чином, наповнювати держбюджет. Прагнення іноземних судновласників здійснювати євроазійські економічні зв'язки оминаючи територію України вимагає від уряду негайно впровадити заходи щодо посилення конкурентоспроможності морської портової галузі шляхом її модернізації з метою збільшення обсягів вантажообігу та залучення транзитних вантажопотоків.

Ефективність сучасної економіки визначають інтелектуальні чинники – знання, інформація, високі технології, що створюють глобальну конкуренцію. Тому в сучасному високоінтелектуальному світі на перший план виходять якісні конкурентні показники: якість людських ресурсів, особистісні цінності та пріоритети, здатність до інновацій, організаційна культура тощо. Кількісні характеристики (гнучкі, рухливі, заміщувані): природні, трудові, матеріальні, інвестиційні ресурси є достатньо рухливими, мають короткостроковий характер. Тому потенціали успіху або ключові фактори успіху (КФУ) в конкуренції поділяють на дві групи:

1) КФУ вищого порядку ґрунтуються на використанні нових технологій, унікальних комбінацій ресурсів, які призводять до підвищення продуктивності праці, не можуть бути відтворені в такій же формі конкурентами. Саме ці чинники є основою інноваційної конкуренції, яка прийшла на зміну ресурсному суперництву. Слід зазначити, що інноваційну перевагу важко подолати. Країни, що накопичили знання і продовжують вкладати кошти в розвиток фундаментальних і прикладних досліджень, мають суттєві переваги. Високий науковий та інноваційний потенціал допомагає створювати нові продукти, процеси, підвищувати ефективність за рахунок економії на масштабі та охопленні.

2) чинники, що поєднують нестабільні та короткотермінові переваги. Вони ґрунтуються на цінових факторах і впливі протекціоністських заходів з боку держави та цінових зсувів на світовому ринку [2, с.113-114].

Напрямки посилення конкурентоспроможності підприємства можна поділити на дві групи: оперативні та стратегічні.

Оперативні напрямки проявляються у здатності економії часу, простору, витрат, використанні нових підходів до управління запасами, результативністю реакції через зміну ринкової ситуації і дії конкурентів, диференційованістю системи оплати праці, впливом кон'юнктури на кількість робочих годин і оплату за них тощо.

До стратегічних напрямків посилення конкурентоспроможності підприємств необхідно віднести наступні:

цілеспрямоване освоєння надання нових послуг, використання сучасних технологій обробки суден, залучення нових клієнтів (вантажовідправників, судноплавних компаній, фрахтувальників, вантажоотримувачів тощо);

формування інноваційної культури;

стабільні і довготривалі взаємовідносини з вантажовідправниками, судноплавними компаніями, фрахтувальниками, вантажоотримувачами;

створення кластерів, які приводитимуть до стратегічної, оперативної, організаційної інтеграції, що створюватимуть нові унікальні цінності і можливості для всіх учасників [2, с.113-114].

Для подальшого розвитку і перемоги в конкурентній боротьбі учасники повинні використовувати ідеї, ресурси і можливості підприємств незалежно від галузі та географічних меж.

Підприємства з метою пристосування до умов перманентних змін і страхування від можливих провалів на ринку, переходять до партнерства. Основним стимулом для об'єднання підприємств є досягнення ефекту синергії.

Процеси інтерналізації, зростання соціальної відповідальності бізнесу, розвитку людських ресурсів, модернізації технологій обслуговування, організації виробництва, цифровізація призводять до підвищення значущості управлінського персоналу, що вимагає перманентного оновлення і адаптації інструментів мотивації та контролю, спрямованих на створення зацікавленості в інноваційному розвиткові виробництва. Тому актуальними стають «м'які» методи впливу на виробничу систему, які базуються на гуманістичних принципах.

Інноваційна культура, яка створить умови для розвитку людських ресурсів, поєднання інтересів всіх зацікавлених груп, забезпечить тривалу і сталу життєздатність підприємств

портової індустрії, оскільки здатність до самоосвіти, колективне прийняття основних рішень створюють базу для вдосконалення матеріальних активів.

Наразі головним імперативом інноваційного розвитку у світі є цифровізація. Поширенню цифровізації у морських портах сприятимуть Інтернет речей, автоматизація, роботизація, безпілотні транспортні засоби та обладнання, розробки у галузі кібербезпеки, 3D-моделювання, 3D-друк, нанотехнології (наприклад, нанесення нанопокриттів на підводну частину судна з метою зменшення сили тертя, витрат палива тощо). Впровадження вищезазначених інновацій дозволить крім традиційної обробки суден оптимізувати рух, прискорити і автоматизувати процеси обслуговування суден та вантажів завдяки більшій прозорості, зменшити корупцію та кількість людських помилок і, таким чином, підвищити ефективність функціонування морських портів [3, с. 222].

Інвестиції у днопоглиблювальні роботи, сучасне потужне підйомно-транспортне обладнання, розширення акваторії порту для заходу та обробки великих суден, штучний інтелект та блокчейн для удосконалення обміну інформацією між різними учасниками процесу транспортування, створення сайтів для портових логістичних та виробничих операцій у портовій зоні дозволить збільшити трафік та кількість заходів суден, розробка і впровадження сучасних засобів для бункерування, а також використання скрапленого природного газу в якості суднового палива, електрифікація сприятимуть зменшенню шкідливих викидів у морському порту та підвищенню ефективності його роботи [3, с. 222].

Портові оператори Китаю є лідерами щодо автоматизації портів. Так, Shanghai Yangshan Phase IV є найбільшим повністю автоматизованим терміналом у світі. Разом з підвищенням пропускної здатності порту повністю автоматизований термінал дозволяє знизити викиди вуглецю до 10% [4]. Разом з Китаєм планують створювати розумні порти Велика Британія, Німеччина, Канада, Нідерланди та ін.

Проведені дослідження щодо впровадження новітніх технологій у діяльність провідних морських портів світу підтверджують необхідність та нагальність інноваційного розвитку морської портової галузі України з метою посилення її конкурентоспроможності.

Наразі світ активно працює над створенням інтелектуальних морських портів. Концепція інтелектуального порту передбачає впровадження низки передових технологій: від штучного інтелекту до хмарних сервісів і технології блокчейн для управління та відстеження руху вантажів, використання яких дозволить портам і вантажовідправникам підвищити ефективність операцій. За прогнозами світових аналітиків у найближчі п'ять років ринок інтелектуальних портових технологій зросте майже на 2 млрд. доларів [4]. Проте, значні інвестиції, брак кваліфікованих людських ресурсів, стурбованість з боку профспілок щодо скорочення чисельності працівників та необхідності їх перенавчання і забезпечення зайнятості, а також час, необхідний для впровадження інновацій, перешкоджають ширшому впровадженню автоматизації у морських портах.

Дослідження прикладів інноваційного розвитку провідних портів світу дозволило узагальнити новітні тенденції портової індустрії: цифровізація логістичних потоків та обробки різноманітних даних, роботизація суден та використання дронів, автоматизація процесу управління, збільшення пропускної здатності портів та ін., що сприятиме поліпшенню екології, зменшенню рівня корупції та кількості помилок і, таким чином, підвищенню їх конкурентоспроможності.

Перелік використаних джерел:

1. Інформація про водний транспорт України. Міністерство інфраструктури України : веб-сайт. URL: https://mtu.gov.ua/content/informaciya-pro/ vodniy-transport-ukraini.html (дата звернення 15.10.2021).
2. Стовба Т.А. Чинники та напрямки посилення конкурентоспроможності підприємств легкої промисловості. Таврійський науковий вісник: Збірник наукових праць ХДАУ. Вип. 62. Частина ІІ. Херсон : Айлант, 2009. С. 109–115.
3. Стовба Т.А. Стратегічні імперативи інноваційного розвитку морських портів України. Наукові перспективи. 2021. №8(14). С. 222–235.
4. Кумеков Р. Мир готовится к внедрению интеллектуальных портов. Судоходство : веб-сайт. URL: https://sudohodstvo.org/mir-gotovitsya-k-vnedreniyu-intellektualnyh-portov/ (дата звернення 18.09.2021).

УДК 330

Сульженко Роман
студент групи ППм-51
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна
Науковий керівник: Маркович Ірина
кандидат економічних наук, доцент
доцент кафедри економіки і фінансів,
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна
Roman Sulzhenko
Student of the group PP -31
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine
Scientific supervisor: Iryna Markovych
PhD (Economics), Docent\
Associate Professor of Economics and Finance Department
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

СУЧАСНІ ПІДХОДИ ВЕДЕННЯ ЕФЕКТИВНОЇ ІНТЕРНЕТ-ТОРГІВЛІ
MODERN APPROACHES OF EFFECTIVE INTERNRT-TRADE

Міжнародний економічний простір опинився у складних для функціонування обставинах. Причиною цьому стали особливості пандемії, віддаленість клієнтів, відсутність налагоджених механізмів сервісу доставки тощо. Все це обумовлює зміну вектора з традиційних підходів ведення бізнесу у новий – якісно кращий, більш гнучкий та мобільний. За таких обставин об'єктивується потреба у критичному аналізі відомих економічній науці та практиці традиційних способів ведення бізнесу, відборі найкращих, які забезпечать процес торгівлі безперешкодно, навіть за умов віддаленості клієнтів. З цієї тези випливає аргумент про потребу визначення критеріального апарату, за яким встановивши відповідність визначимо можливість ведення бізнесу в нових соціально-економічних обставинах. Результатом такого підходу має бути реалізація прогностичної функції, сутністю якої буде розгорнута характеристика, на основі якої власник чи підприємець зможе зрозуміти чи реалізовуватиметься його справа в умовах пандемії, які слабкі сторони наявні, як їх усунути, чи, загалом модифікувати весь процес. Такими критеріями, передовсім, мають стати гнучкість, мобільність, варіативність та оперативність способів обробки зворотного зв'язку та інші. Очевидно, їх обґрунтування належить практикам – підприємцям, що мають позитивний досвід ведення власної справи у складних умовах віддаленості.

Підхід, що його ми описали вище, і взятий нами за основу розкривається в актуальності Інтернет-торгівлі. Як і будь-який із способів ведення бізнесу, інтернет-торгівля зберігає за собою традиційні характеристики продажу, а також містить специфічні ознаки,

які об'єктивуються, передусім, середовищем реалізації – онлайн-простір бізнесу. До таких ознак, належать: 1) збільшення конкурентоспроможності фірми за рахунок зростання витрат на організацію бізнесу, на рекламу та просування товару (послуги), на обслуговування покупців, на підтримку комунікацій, зменшення витрат часу на взаємодію зі споживачами та діловими партнерами, розширення до- і післяпродажної підтримки; 2) розширення та глобалізація ринків, адже для Internet не існує географічних кордонів, часових обмежень, вихідних, вартість та швидкість доступу до інформації не залежить від відстані до її джерела (за винятком транспортних витрат з доставки придбаного товару); у зв'язку з цим малі та середні підприємства можуть успішно конкурувати на глобальному ринку, а користувачі мають можливість одержувати максимально широкий доступ до товарів і послуг; 3) персоналізація взаємодії, адже за допомогою інформаційних мереж фірми можуть отримувати розгорнуту інформацію від кожного клієнта та автоматично надавати товари та послуги за масовими ринковими цінами; 4) зміни в інфраструктурі за рахунок зменшення частки або повного виключення матеріальної інфраструктури (будівлі, споруди), скорочення кількості персоналу та посередників; 5) створення нових продуктів і послуг, наприклад, служби електронної доставки і підтримки, надання довідкових послуг, послуг зі встановлення контактів між замовниками та постачальниками тощо .

Треба сказати, що розгортання власної справи на просторах Всемережжя не є новинкою, проте у багатьох початківців підприємницької діяльності спостерігається острах щодо правочинності такої діяльності. З одного боку, виокремлюється група підприємців, які ведуть інтернет-торгівлю незаконно, з іншого боку є група, яка не має компетентної юридичної відповіді щодо здійснення електронної економічної діяльності – інтернет-торгівлі. Вважаємо за необхідне навести у таблиці 1 перелік нормативних документів, що регулюють інтернет-торгівлю, та коротко розкриємо їх функціональну спрямованість.

Таблиця 1

Перелік чинних нормативних документів
з регулювання діяльності інтернет-торгівлі [1]

№	Назва документа	Функціональна спрямованість
1.	Закон про електронну комерцію	Базовий нормативний документ, який регламентує здійснення інтернет-торгівлі, правові вимоги до неї
2.	Закон про захист прав споживачів	Регулює відносини між споживачами товарів, робіт і послуг та виробниками і продавцями товарів, виконавцями робіт і надавачами послуг різних форм власності, встановлює права споживачів, а також визначає механізм їх захисту
3.	Правила № 103	Визначають відносини між споживачем і суб'єктом господарювання – продавцем товарів на замовлення та поза торговельними або офісними приміщеннями на підставі договору купівлі-продажу, укладеного на відстані чи поза торговельними або офісними приміщеннями, а також регламентують вимоги в дотриманні прав споживачів щодо належної якості, безпеки і належного торговельного обслуговування
4.	Правила № 104	Регламентують порядок приймання, зберігання, підготовки до продажу та продажу непродовольчих товарів через роздрібну торговельну мережу, а також визначають вимоги щодо дотримання прав споживачів стосовно належної якості та безпеки товарів і рівня торговельного обслуговування
5.	Правила № 185	Регламентують порядок приймання, зберігання, підготовки до продажу і продаж продовольчих товарів через роздрібну торговельну мережу, а також визначають вимоги в дотриманні прав споживачів щодо якості й безпеки товару та рівня торговельного обслуговування
6.	Порядок № 833	Визначає загальні умови провадження торговельної діяльності суб'єктами оптової торгівлі, роздрібної торгівлі, закладами ресторанного господарства, основні вимоги до торговельної мережі, мережі закладів ресторанного господарства і торговельного обслуговування споживачів (покупців)

У пункті 8 Закону про електронну комерцію визначено чітко, що засобом для представлення або реалізації товару, роботи чи послуги шляхом вчинення електронного правочину повинен бути інтернет-магазин (ІМ) [4]. Такі представники мають забезпечити

головну вимогу до вчинення торгівлі дистанційним шляхом: за допомогою каталогів товарів, фото- та відео-файлів надати повний опис про товар, без безпосереднього ознайомлення покупця з товаром або із зразками товару під час укладення такого договору (п. 14 частини першої ст. 3 Закону про електронну комерцію) [4]. Таким чином, спираючись на термінологічний тезаурус Закону про електронну комерцію визначаємо зміст поняття ***«інтернет-торгівля»*** – це електронна торгівля, за якої товар реалізується дистанційним способом за посередництва інтернет-магазину.

Якщо раніше інтернет-магазини дублювали механізми роботи з реальних магазинів, то сучасний стан справ свідчить про те, що в 20-ті роки XXI століття, інтернет-магазини науковці розглядають як феноменологічний канал комунікації в системі відносин покупець – підприємець, і розкривається така феноменологічна ознака у можливостях, що забезпечуються ІМ. Так, наприклад, Е. Терещенко описує такі можливості:

1) можливість споживачів здійснювати замовлення товарів цілодобово, незалежно від свого географічного положення;

2) можливість клієнтів отримувати більш повну і свіжу інформацію про товар безпосередньо від виробника, маючи можливість порівняння даного товару з аналогічними товарами конкурентів;

3) можливість споживачів отримувати онлайн-підтримку по придбаної продукції, а також з обслуговування вже придбаної продукції, причому режими онлайнової підтримки не обмежені передачею тільки текстових повідомлень, існує і можливість використання живого діалогу за допомогою IP-телефонії з сайту компанії, а також діалогу в режимі відео конференції;

4) можливість економії для виробників, створюючи електронні каталоги товарів в Інтернет економити на витратах в порівнянні з друкованими каталогами;

5) можливість значного скорочення часу інформування клієнтів про нову продукцію для підприємств;

6) можливість зниження витрат при створенні філій та представництв, інформація про товари при цьому може бути представлена на різних мовах і одиницях вимірювань;

7) можливість зниження фінансових і тимчасових витрат для компаній, при проведенні пробного маркетингу щодо прототипу продукції;

8) можливість більш глибокого вивчення індивідуальних потреб кожного клієнта, що в свою чергу дозволить і в більшій мірі задовольняти їхні потреби, створюючи найбільш довготривалі і взаємовигідні відносини з ними;

9) можливість здійснення діяльності на міжнародних ринках при мінімумі витрат за рахунок глобалізації віртуальної реальності для підприємств і організацій [3, с.4].

У той же час, розглядаючи можливості надані інтернет-магазином, що є суттєвою перевагою ведення торгівлі в умовах пандемії, не слід відкидати й недоліки ІМ, як середовища онлайн-бізнесу. Студіювання джерел дає можливість виокремити найбільш загальні: ризик невідповідності товару очікуванням споживача; необхідність сплати авансу продавцю; складність повернення товару; довгий термін очікування доставки товару; можливість «злому» сайту; необхідність передачі продавцю інформації особистого характеру; недовіра споживачів тощо [3, с.5].

Отже, з одного боку, інтернет-торгівля є сучасним підходом до ведення торгівлі в умовах пандемії. Середовищем реалізації в економічній площині та посередником дистанційного правочину є інтернет-магазин. Діяльність інтернет-магазинів, як і усієї інтернет-торгівлі регулюється низкою нормативних документів, серед яких визначальним є Закон про електронну комерцію. З іншого боку ІМ є феноменологічним каналом комунікації, що забезпечує у порівнянні з традиційними способами торгівлі особливі можливості, що є її суттєвими (значущими) перевагами. У той же час інтернет-торгівля має низку недоліків, як і кожен із способів ведення бізнесу.

Перелік використаних джерел:

1. Золотухін О. Власна справа: інтернет-торгівля / Вісник «Офіційно про податки» : офіційне видання державної фіскальної служби. *Інтернет-журнал.* 2017. Випуск 42 (946) URL: http://www.visnuk.com.ua/uk/publication/100006259-vlasna-sprava-internet-torgivlya (дата звернення 19.10.2021).

2. Капцош В. Я. Стан та особливості розвитку інтернет-торгівлі товарами в міжнародному вимірі / *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. Серія «Міжнародні економічні відносини та світове господарство». Випуск 13, частина І. 2017. С. 115-119.

3. Терещенко Е. Ю. Розвиток інтернет-торгівлі в умовах сучасного бізнес середовища / Ефективна економіка: *електронне наукове фахове видання*. №9. 2019. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/9_2019/55.pdf (дата зверенення 19.10.2021).

4. Закон України від 03.09.2015 р. № 675-VIII «Про електронну комерцію».

НАУКОВЕ ВИДАННЯ

Матеріали VII Міжнародної науково-практичної конференції «ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ ЗМІЦНЕННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПОЗИЦІЙ НАЦІОНАЛЬНИХ ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ У ГЛОБАЛЬНОМУ, РЕГІОНАЛЬНОМУ ТА ЛОКАЛЬНОМУ ВИМІРАХ»
(Тернопіль, 05 листопада 2021 р.)

Proceedings of the 7th International Scientific-Practical Conference "FORMATION OF THE MECHANISM OF NATIONAL ECONOMIC SYSTEMS COMPETITIVE POSITIONS STRENGTHENING IN GLOBAL, REGIONAL AND LOCAL DIMENSIONS"
(Ternopil, November 05, 2021)

Матеріали VII Міжнародної науково-практичної конференції «Формування механізму зміцнення конкурентних позицій національних економічних систем у глобальному, регіональному та локальному вимірах»: зб. тез доповідей, 05 листопада 2021 р. / за заг. ред. О.В. Панухник. Тернопіль : ФОП Паляниця В.А., 2021. 226 с.

Координати оргкомітету:
кафедра економіки та фінансів ТНТУ
вул. Білогірська, 50, каб. 204,
м. Тернопіль, Україна, 46000
ел. адреса: kafedra.ef@gmail.com
Редагування, оформлення, верстка Маркович І.Б.

Відповідальність за зміст і достовірність публікацій несуть автори

ISBN 978-617-7875-24-5

Підписано до друку 12.11.2021. Формат 60×90, 1/16.
Друк лазерний. Папір офсетний. Гарнітура TimesNewRoman.
Умовно–друк. арк. 12,5. Наклад – 100 прим.
Замовлення № 12112021

*****

Друк ФОП Паляниця В. А.
Свідоцтво ДК №4870 від 20.03.2015 р.
м. Тернопіль, вул. Б. Хмельницького, 9а, оф.38.
тел. (0352) 528–777.