

МІЖНАРОДНА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ
INTERNATIONAL SCIENTIFIC-PRACTICAL CONFERENCE

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ЕКОНОМІКИ,
ФІНАНСІВ, ОБЛІКУ ТА МАРКЕТИНГУ

CURRENT ISSUES OF ECONOMICS,
FINANCE, ACCOUNTING AND MARKETING

Збірник тез доповідей
Book of abstracts



26 жовтня 2023 р.
October 26, 2023

м. Кременчук, Україна
Kremenchuk, Ukraine





МІЖНАРОДНА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ
INTERNATIONAL SCIENTIFIC-PRACTICAL CONFERENCE

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ЕКОНОМІКИ,
ФІНАНСІВ, ОБЛІКУ ТА МАРКЕТИНГУ

CURRENT ISSUES OF ECONOMICS, FINANCE,
ACCOUNTING AND MARKETING

Збірник тез доповідей
Book of abstracts

26 жовтня 2023 р.
October 26, 2023

м. Кременчук, Україна
Kremenchuk, Ukraine



УДК 33
ББК 65

Актуальні проблеми економіки, фінансів, обліку та маркетингу: збірник тез доповідей міжнародної науково-практичної конференції (Кременчук, 26 жовтня 2023 р.). Кременчук: ЦФЕНД, 2023. 71 с.

У збірнику тез доповідей представлено матеріали учасників Міжнародної науково-практичної конференції “Актуальні проблеми економіки, фінансів, обліку та маркетингу” з:

Білоцерківський національний аграрний університет
Вінницький національний аграрний університет
Державний податковий університет
Дніпропетровський державний університет внутрішніх справ
Донбаська державна машинобудівна академія
Донецький національний університет імені Василя Стуса
Класичний приватний університет
Львівський національний університет імені Івана Франка
Національний авіаційний університет
Національний транспортний університет
Національний університет “Львівська політехніка”
Національний університет “Чернігівський колегіум” імені Т. Г. Шевченка
Національний університет біоресурсів і природокористування України
НТУ “Дніпровська політехніка”
ПВНЗ “Фінансово-правовий коледж”
Сумський національний аграрний університет
Український державний університет залізничного транспорту
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна
Черкаський державний бізнес коледж

У збірнику тез доповідей висвітлюються результати наукових досліджень з актуальних питань економіки, фінансів, обліку та маркетингу.

Тематика конференції охоплює актуальні проблеми: світового господарства і міжнародних економічних відносин; економіки та управління національною економікою; економіки та управління підприємствами; економіки природокористування; підприємництва, торгівлі та біржової діяльності; демографії, економіки праці, соціальної економіки і політики; фінансів, банківської справи, страхування; математичних методів, моделей та інформаційних технологій в економіці; маркетингу; менеджменту; логістики та транспорту; публічного управління та адміністрування; конституційного права, муніципального права, міжнародного публічного права; екологічного, земельного та аграрного права; адміністративного права та процесу, фінансового права, інформаційного права.

Видання розраховане на науковців, викладачів, працівників органів державного управління, студентів вищих навчальних закладів, аспірантів, докторантів, працівників державного сектору економіки та суб’єктів підприємницької діяльності.

ЗМІСТ
CONTENTS

СЕКЦІЯ 1. СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ SECTION 1. WORLD AGRICULTURE AND INTERNATIONAL ECONOMIC RELATIONS	6
<i>Котковський Д. В.</i> ОСОБЛИВОСТІ ТРАНСНАЦІОНАЛІЗАЦІЇ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ НА ПРИКЛАДІ ДІЯЛЬНОСТІ ALLIANZ GROUP В УКРАЇНІ	6
СЕКЦІЯ 2. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНОЮ ЕКОНОМІКОЮ SECTION 2. ECONOMICS AND MANAGEMENT OF THE NATIONAL ECONOMY	8
<i>Корник М. І.</i> ПОДАТКОВА СИСТЕМА УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙНИ	8
СЕКЦІЯ 3. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ SECTION 3. ECONOMICS AND MANAGEMENT OF ENTERPRISES	10
<i>Ватаманюк-Зелінська У. З., Бундз Н. Б.</i> ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ СУБ'ЄКТА ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	10
<i>Верховлюк С. В.</i> КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ В ЗАКЛАДАХ ГОТЕЛЬНО- РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ	12
<i>Дашутіна Л. О., Мусієнко Д. О.</i> ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОЖНОСТІ ЯК ЗАПОРУКА ЕФЕКТИВНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	14
<i>Крижанівська О.</i> РИНОК ФАКТОРІВ ВИРОБНИЦТВА: ВПЛИВ ПОПИТУ НА ЦІНИ ТА ОБСЯГИ	16
<i>Теліщук М. М., Романюк А. П.</i> ПОДАТКОВЕ СТИМУЛЮВАННЯ ІНДУСТРІАЛЬНИХ ПАРКІВ В УКРАЇНІ І ЇХ ВПЛИВ НА РЕГІОНАЛЬНИЙ РОЗВИТОК	19
<i>Трифонов О. В.</i> ОПТИМІЗАЦІЯ СТРУКТУРИ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА	21
СЕКЦІЯ 4. ЕКОНОМІКА ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ SECTION 4. ENVIRONMENTAL ECONOMICS	23
<i>Рогач С. М.</i> ЦИРКУЛЯРНА ЕКОНОМІКА ЯК ПЕРСПЕКТИВА ВИРІШЕННЯ ЕКОЛОГІЧНИХ ПРОБЛЕМ .	23
СЕКЦІЯ 5. ПІДПРИЄМНИЦТВО, ТОРГІВЛЯ ТА БІРЖОВА ДІЯЛЬНІСТЬ SECTION 5. ENTREPRENEURSHIP, TRADE AND EXCHANGE ACTIVITIES	25
<i>Солоненко Ю. В., Савчук А. В.</i> РОЗРОБКА КОМУНІКАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ІТ-СФЕРИ	25

<i>Червона О. Ю.</i> ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ В КРИЗОВИХ УМОВАХ	28
СЕКЦІЯ 6. ДЕМОГРАФІЯ, ЕКОНОМІКА ПРАЦІ, СОЦІАЛЬНА ЕКОНОМІКА І ПОЛІТИКА SECTION 6. DEMOGRAPHY, ECONOMICS OF LABOR, SOCIAL ECONOMICS AND POLICY ..	30
<i>Фесенко В. О., Кармазін Ю. А.</i> ХАРАКТЕРИСТИКА ПОКАЗНИКІВ ОЦІНКИ РІВНЯ ЖИТТЯ НАСЕЛЕННЯ.....	30
СЕКЦІЯ 7. ФІНАНСИ, БАНКІВСЬКА СПРАВА, СТРАХУВАННЯ SECTION 7. FINANCE, BANKING, INSURANCE.....	32
<i>Войтенко Н. П.</i> ФОРМУВАННЯ РЕСУРСІВ БАНКУ ЗА РАХУНОК ЗАЛУЧЕННЯ КОШТІВ ФІЗИЧНИХ ОСІБ....	32
<i>Кліпіліна А. В.</i> РОЗВИТОК ОВЕРСАЙТУ ПЛАТІЖНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ В УКРАЇНІ.....	33
<i>Корнієнко В. О.</i> АЛГОРИТМ ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВА	36
<i>Суходольська Д.</i> КРИПТОВАЛЮТИ, БЛОКЧЕЙН-ТЕХНОЛОГІЯ ТА СУЧАСНІ ТРАДИЦІЙНІ ФІНАНСОВІ РИНКИ.....	37
СЕКЦІЯ 8. МАТЕМАТИЧНІ МЕТОДИ, МОДЕЛІ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЕКОНОМІЦІ SECTION 8. MATHEMATICAL METHODS, MODELS, AND INFORMATIONAL TECHNOLOGIES IN ECONOMICS	40
<i>Radiev D. V., Kolomiets V. M.</i> INSTITUTIONAL REQUIREMENTS FOR THE DEVELOPMENT OF THE DIGITAL ECONOMY...	40
СЕКЦІЯ 9. МАРКЕТИНГ SECTION 9. MARKETING.....	42
<i>Акімов К. Е., Шашко В. О.</i> “КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ” ЯК ЕКОНОМІЧНА КАТЕГОРІЯ	42
<i>Нечипоренко В. В.</i> БЕНЧМАРКІНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ГОСПОДАРЮЮЧИХ СУБ’ЄКТІВ АГРАРНОЇ СФЕРИ ЕКОНОМІКИ	43
<i>Паращук В. Л.</i> ОСОБЛИВОСТІ РЕКЛАМНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ЗАКЛАДАХ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ	45
<i>Рошка Ф. Г., Нечипоренко В. В.</i> ДИВЕРСИФІКАЦІЯ ЯК СПОСІБ ОТРИМАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА	47
<i>Черненко О. С., Нечипоренко В. В.</i> МАРКЕТИНГ У СФЕРІ ПОСЛУГ	48
СЕКЦІЯ 10. МЕНЕДЖМЕНТ SECTION 10. MANAGEMENT.....	50

<i>Вербицький А. Р.</i> ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ РЕПУТАЦІЄЮ В МЕНЕДЖМЕНТІ ОРГАНІЗАЦІЇ	50
<i>Копайгородська А. О.</i> ПРОБЛЕМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРИБУТКОВОСТІ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ У СУЧАСНИХ УМОВАХ.....	51
<i>Ладонько Л. С., Калінько І. В., Татарчук М. С.</i> ОСОБЛИВОСТІ СОЦІОКУЛЬТУРНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ УКРАЇНИ І СВІТУ	53
<i>Ладонько Л. С., Калінько І. В., Воронко А. О.</i> ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОЦЕСІВ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ВЗАЄМОДІЇ ПІДПРИЄМСТВ СОЦІОКУЛЬТУРНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	54
<i>Шевченко В. А.</i> ПРОБЛЕМИ ФІНАНСОВО-КРЕДИТНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ВИРОБНИЧОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ	56
СЕКЦІЯ 11. ЛОГІСТИКА ТА ТРАНСПОРТ SECTION 11. LOGISTICS AND TRANSPORT	59
<i>Трофимчук Я. О., Гальона І. І.</i> АСПЕКТИ ВПРОВАДЖЕННЯ ЕЛЕКТРОННОЇ ТОВАРНО-ТРАНСПОРТНОЇ НАКЛАДНОЇ.....	59
<i>Туренко О. Г., Панченко В. В.</i> ЗАСТОСУВАННЯ НЕЙРОРЕГУЛЯТОРА NARMA-L2 В СИСТЕМІ КЕРУВАННЯ ТЯГОВИМ АСИНХРОННИМ ЕЛЕКТРОПРИВОДОМ	60
СЕКЦІЯ 12. ПУБЛІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ SECTION 12. PUBLIC MANAGEMENT AND ADMINISTRATION	63
<i>Ярощук Л. В.</i> РОЛЬ ПРОЦЕДУРИ АДАПТАЦІЇ ПОСАДОВИХ ОСІБ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ В ОРГАНАХ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ.....	63
СЕКЦІЯ 13. КОНСТИТУЦІЙНЕ ПРАВО, МУНІЦИПАЛЬНЕ ПРАВО, МІЖНАРОДНЕ ПУБЛІЧНЕ ПРАВО SECTION 13. CONSTITUTIONAL LAW, MUNICIPAL LAW, PUBLIC INTERNATIONAL LAW ...	65
<i>Ryzhov M. S.</i> THE CONSTITUTION AS A SOURCE OF LABOR LAW	65
СЕКЦІЯ 14. ЕКОЛОГІЧНЕ, ЗЕМЕЛЬНЕ ТА АГРАРНЕ ПРАВО SECTION 14. ENVIRONMENTAL, LAND AND AGRARIAN LAW.....	67
<i>Карпенко Р. В.</i> ФУНКЦІЇ УПРАВЛІННЯ У ГАЛУЗІ ЕКОЛОГІЇ: ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА.....	67
<i>Рукіна Д. О.</i> ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ПРАВА ПРИВАТНОЇ ВЛАСНОСТІ НА ЗЕМЕЛЬНІ ДІЛЯНКИ В УКРАЇНІ	68
СЕКЦІЯ 15. АДМІНІСТРАТИВНЕ ПРАВО ТА ПРОЦЕС, ФІНАНСОВЕ ПРАВО, ІНФОРМАЦІЙНЕ ПРАВО SECTION 15. ADMINISTRATIVE LAW AND PROCESS, FINANCIAL LAW, INFORMATION LAW.....	70
<i>Babak K.</i> PRIVACY PROTECTION PROBLEMS IN DIGITAL EPOCH.....	70

СЕКЦІЯ 1

SECTION 1



СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО І
МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ
WORLD AGRICULTURE AND
INTERNATIONAL ECONOMIC RELATIONS

УДК 339.944

Котковський Д. В.

студент кафедри міжнародного бізнесу та економічної теорії
факультету міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу
Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна

ОСОБЛИВОСТІ ТРАНСНАЦІОНАЛІЗАЦІЇ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ
НА ПРИКЛАДІ ДІЯЛЬНОСТІ ALLIANZ GROUP В УКРАЇНІ

Зміцнення потенціалу галузей та підприємств України тісно пов'язане з впливом світових транснаціональних корпорацій на економічну сферу нашої держави, що дає змогу встановити високий рівень пріоритету даного процесу для розвитку господарської системи нашої країни. Найбільш широко процес транснаціоналізації представлений в сфері торгівлі товарами та послугами, зокрема, послугами страхування, де в максимальному ступені можуть реалізуватися його конкурентні переваги. Вивчення досвіду провідних ТНК в галузі міжнародного страхування сприяє створенню власних транснаціональних структур, підвищенню рівня конкурентоспроможності національної економіки, а також формуванню додаткових переваг українських підприємств на зовнішніх ринках.

Яскравим прикладом такої ТНК є міжнародна страхова компанія Allianz Group. Заснована у Німеччині, станом на сьогодні вона є однією з найбільших у світі, має розгалужену систему філій у різних країнах та відчутно впливає на національні економіки цих країн.

В Україні Allianz Group представлена філією у вигляді товариства з додатковою відповідальністю “Альянс Україна”, яке було зареєстровано 30 серпня 2005 р. і є одним з провідних страховиків країни. ТДВ “Альянс Україна” діє в Україні як фінансова установа і є резидентом України. Основною діяльністю ТДВ “Альянс Україна” є надання страхових послуг на території нашої країни. Компанія здійснює свою діяльність відповідно до ліцензій, виданих Національною комісією, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг [3].

ТДВ “Альянс Україна” входить до складу міжнародної транснаціональної компанії Allianz Group і є публічною компанією, в якій жоден з акціонерів не володіє контрольним пакетом акцій [2].

24 лютого 2022 р. РФ здійснила неспровокований напад на Україну, внаслідок чого в було впроваджено воєнний стан. Після початку воєнних дій Allianz Group тимчасово призупинила укладання нових договорів страхування, але продовжує обслуговувати усі існуючі страхові поліси. Повне відновлення підписання нових договорів страхування заплановане на час після закінчення активної фази воєнних дій.

Війна з РФ та шкода, яка завдається Україні щодня, є значними факторами невизначеності. Вторгнення вважається некоригуючою подією для звітних періодів, які закінчилися 31 грудня 2021 р. або раніше, тому фінансова звітність станом на 31 грудня 2021 р. відображає достовірно в усіх суттєвих аспектах фінансовий стан ТДВ “Альянс Україна”, фінансові результати та рух грошових коштів компанії за рік, що закінчився на вказану дату, відповідно до Міжнародного стандарту фінансової звітності для малих та середніх підприємств (МСФЗ для МСП), а також відповідно вимогам Закону України “Про страхування” щодо здійснення страхової діяльності [1, 4].

Активи ТДВ “Альянс Україна” станом на 31 грудня 2021 р. склали 200 млн грн. Страхові премії – 100 млн грн. Сума виплат по страхових випадках склала 12 млн грн. Станом на 31 грудня 2021 р. у ТДВ “Альянс Україна” було шість банків-контрагентів (на 31 грудня 2020 р. – п’ять банків-контрагентів) із сумою грошових коштів на рахунках та їх еквівалентів 1 млн грн та вище. Сукупна сума залишків складала 109,57 млн грн (на 31 грудня 2020 р. – 49,65 млн грн). Станом на 31 грудня 2021 р. вся сума депозитів деномінована в гривнях. Номінальна зареєстрована сума статутного капіталу ТДВ “Альянс Україна” складає 63,16 млн грн. До складу витрат на оплату праці включено єдиний соціальний внесок у сумі 3,91 млн грн (2020 р. – 3,63 млн грн) [3].

Діяльність світових ТНК нерозривно пов’язана із налагодженням тісних зв’язків з підприємствами України, що видно на прикладі функціонування ТДВ “Альянс Україна”. Підприємство створює умови не тільки для розвитку відносин між материнською компанією Allianz Group та українськими споживачами її послуг, але й для вдосконалення функціонування вітчизняного сектору B2B. Активне формування міжнародного страхового ринку, зростання конкурентоспроможності страхових компаній на зовнішніх ринках, посилення активності зарубіжних інвесторів в країнах, що розвиваються, і навіть в Україні під час війни, яка має повсюдний вплив на населення та економіку нашої країни – все це без винятку визначає важливість застосування сучасних фінансово-економічних методів управління, здійснення яких ймовірно за умови втілення у життя концепції економічного та стратегічного планування діяльності транснаціональних корпорацій.

Список літератури

1. Міжнародний стандарт фінансової звітності для малих та середніх підприємств (МСФЗ для МСП): документ від 01.01.2013 р. № 929_063. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/929_063 (дата звернення: 25.10.2023).
2. Офіційний сайт Allianz Group. URL: <https://www.allianz.com/> (дата звернення: 25.10.2023).
3. Офіційний сайт ТДВ “Альянс Україна”. URL: <https://www.allianz.ua/> (дата звернення: 25.10.2023).
4. Про страхування: Закон України від 18.11.2021 р. № 1909-IX. Дата оновлення: 06.05.2023. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1909-20> (дата звернення: 25.10.2023).
5. Сторінка Allianz Group у Вікіпедії. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Allianz> (дата звернення: 25.10.2023).



УДК 336.2

Корник М. І.

здобувачка другого (магістерського) рівня освіти,
Державний податковий університет

Науковий керівник:

Теліщук М. М.

старший викладач кафедри економічної політики,
Державний податковий університет

ПОДАТКОВА СИСТЕМА УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙНИ

Податкова система являється надзвичайно важливою складовою забезпечення діяльності країни, так як забезпечує наповнення бюджету. В умовах воєнного стану в Україні, податкова система зазнала значних змін. Оскільки саме вона являється одним із основних інструментів підтримки національної економіки в моменти посилення зовнішніх і внутрішніх загроз і небезпек для країни та її населення. Забезпечення регулярних податкових надходжень до державного бюджету є найнеобхіднішою умовою функціонування країни в умовах воєнного стану.

Внаслідок початку війни між Україною та росією в 2022 році, для підтримки вітчизняних суб'єктів господарювання, Верховна Рада України прийняла ряд Законів України, націлених на зниження податкового навантаження для забезпечення адаптації економіки держави до реалій воєнного стану та швидкого відновлення після війни.

Для цього було сформовано низку програм підтримки українських підприємців під час військового стану, більшу частку податкового навантаження зняли з власників бізнесу, а головними аспектами змін стали [1]: мораторій на перевірки підприємств податковими службами в країні; відтермінування сплати податків, не нараховується пеня; звільняється від оподаткування гуманітарна допомога та благодійність; відсутня реєстрація податкових накладних в ЄРПН; спеціальне оподаткування нафтопродуктів; зниження ставки єдиного податку з 5% до 2% для III групи платників податків; звільнення від оподаткування об'єктів на окупованих територіях та тих, де ведуться активні бойові дії; часткове звільнення від сплати ЄСВ (на власний розсуд).

Наслідками даних програм за результатами 2022 року спостерігалось суттєве зниження надходжень податків до бюджету. В 2023 році рішенням уряду затверджено зміни до податкового законодавства, які спрямовані на відновлення довоєнного стану системи оподаткування [2].

Беручи до уваги дані Міністерства фінансів України, щодо надходжень до загального фонду держбюджету, то загальна сума становила 1 491,1 млрд грн. При цьому дефіцит державної скарбниці становив 911,1 млрд грн прогнозного в розмірі 1

497 млрд грн. Знизити дефіцит бюджету вдалося завдяки надходження від міжнародних партнерів.

Внутрішній податок на додану вартість у 2022 році приніс державі 213 млрд грн (118% плану), імпорتنний ПДВ – 253 млрд грн (59% плану), надходження від ПДФО сягнули 148,4 млрд грн (99% плану), а від податку на прибуток підприємств – 117 млрд грн (74% плану). Це основні податки, які в загальному показують ситуацію з його наповнення. Щодо митних платежів, то їхній обсяг у 2022 році склав 301 млрд грн, або лише 57% плану [3].

Законопроектom № 8401 “Про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законів України щодо особливостей оподаткування у період дії воєнного стану” [5] було внесено зміни до Податкового кодексу України та інших законів України, якими передбачено скасування дії окремих норм законодавчих актів, запроваджених на період до припинення або скасування воєнного стану на території України з 1 липня 2023 року, а саме [3]:

- скасовується можливість для юридичних осіб та ФОП бути платниками єдиного податку III групи з використання ставки у розмірі 2% від суми доходу;
- скасовується можливість для ФОП платників єдиного податку I та II групи не сплачувати єдиний податок;
- поновлюється проведення документальних перевірок;
- поновлюється штрафні санкції за окремі порушення податкового законодавства.

Таким чином, всі внесені зміни в оподаткування під час воєнного стану, враховують особливості роботи бізнесу та беручи до уваги ризики в разі втрати майна чи товару підприємством внаслідок бойових дій. Такі зміни є дуже важливими, особливо для територій тимчасово окупованих або тих, де ведуться активні бойові дії. Також зменшенням податкового тиску в 2022 році держава активізувала діяльність бізнесу, незважаючи на нестабільну економічну ситуацію і при тому підтримувала і продовжує підтримувати наповнення бюджету податковими надходженнями.

Список літератури

1. Головань Т.В. Податкова політика в умовах воєнного стану. URL: <https://dspace.hnpu.edu.ua/bitstream/>.
2. Глушко А., Кондратенко В. Податкова система України в умовах воєнного стану. 2022. с. 122 - 124. URL: https://reposit.nupp.edu.ua/bitstream/PoltNTU/10622/1/BA_20228C-122-124.pdf
3. Дідик О. Сидорович О. Податкова система України в умовах воєнного стану. Збірник студентських наукових праць Уманського національного університету садівництва. Факультет економіки і підприємництва 2023 – с. 44 - 45. URL: <https://ef.udau.edu.ua/assets/files/2022/nauka/stud-konf-2023/zbirnik.pdf#page=120>
4. Офіційний сайт Міністерства фінансів України URL: <https://www.mof.gov.ua/>
5. 8401 Проект Закону про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законів України щодо особливостей оподаткування у період дії воєнного стану. URL: <https://ips.ligazakon.net/document/J1o8694I?an=6>



УДК 330.332

Ватаманюк-Зелінська У. З.

д.е.н., професор,
професор кафедри фінансового менеджменту
Львівський національний університет ім. І. Франка

Бундз Н. Б.

здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти
Львівський національний університет ім. І. Франка

ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ СУБ'ЄКТА ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Ефективна інвестиційна стратегія відіграє ключове значення для зростання, прибутковості і стійкості господарюючого суб'єкта. В конкурентному і динамічному бізнес-середовищі суб'єкти господарювання мають постійно робити оцінку й удосконалювати власні інвестиційні стратегії задля оптимізації прибутковості й управління ризиками. Ефективна інвестиційна стратегія передбачає комплексний підхід, який бере до уваги толерантність до ризику, ринкові умови, фінансові цілі, а також фактори сталого розвитку [1]. У наш час Україна знаходиться в умовах воєнного стану, що створює нові виклики для бізнесу. Для того, аби ефективно орієнтуватися у таких складних умовах та забезпечити стабільне функціонування бізнесу, підприємствам дуже важливо постійно удосконалювати й адаптувати власні інвестиційні стратегії.

Варто зазначити, що інвестиційна стратегія представляє систему довгострокових цілей інвестиційної діяльності суб'єкта господарювання, зумовлених загальними завданнями його розвитку та інвестиційною ідеологією, а також вибором найбільш ефективних шляхів їхнього досягнення [2]. У сучасному бізнес-середовищі, яке динамічно розвивається, господарюючі суб'єкти мають адаптувати й узгоджувати власні інвестиційні стратегії із превалюючими технологічними, економічними і соціальними тенденціями. На рисунку 1 виділимо основні шляхи удосконалення інвестиційної стратегії суб'єкта підприємницької діяльності (рис. 1).

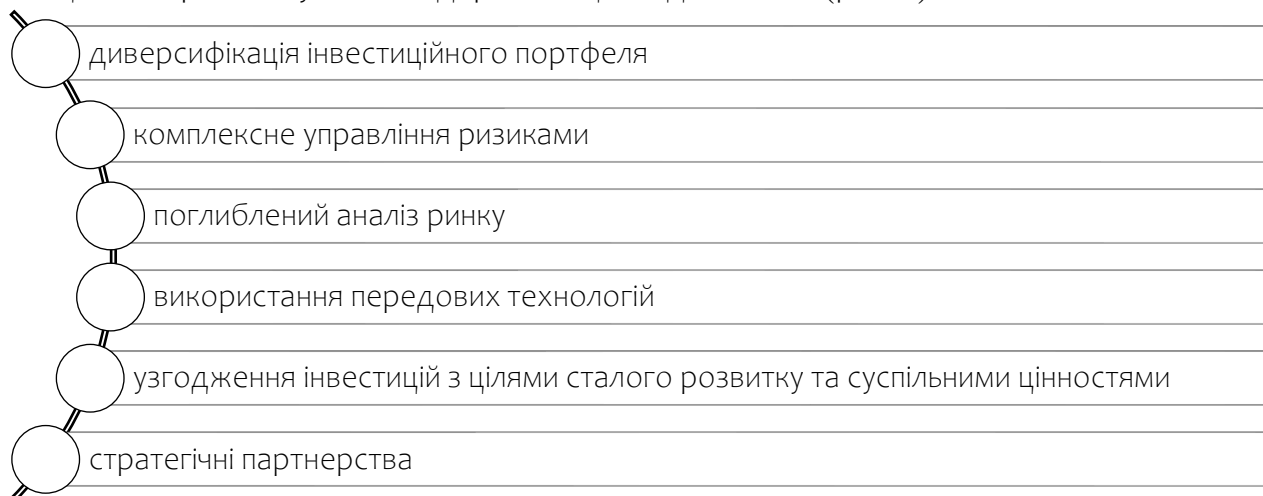


Рис. 1. Основні шляхи вдосконалення інвестиційної стратегії підприємства
Джерело: побудовано автором за даними [1-5]

Диверсифікація інвестиційного портфеля суб'єкта підприємницької діяльності має на меті підвищення дохідності, скоригованої на ризик, а також зменшення загального портфельного ризику. Диверсифікація інвестиційного портфеля між різними класами активів, географічними регіонами і галузями дає можливість господарюючому суб'єкту розподілити ризик. Диверсифікований портфель може забезпечити стабільність в ході ринкових коливань, виступаючи гарантією, що втрати в одній сфері зможуть компенсуватися прибутками в іншій. Важливим є проведення ретельного співвідношення ризику й дохідності кожного активу та створення збалансованого портфеля, який відповідатиме цілям підприємства і його толерантності до ризику [3].

Комплексне управління ризиками суб'єктам підприємницької діяльності необхідно використовувати з метою виявлення, оцінки, а також пом'якшення ризиків, пов'язаних із інвестиціями. Надійна система управління ризиками відіграє ключове значення для вдалої інвестиційної стратегії. Зазначене передбачає виявлення різних видів ризиків, як-от кредитні, ринкові, геополітичні чи операційні, а також розробку стратегій задля їх зниження. Запровадження протоколів управління ризиками і використання фінансових інструментів, зокрема, таких як страхування, ф'ючерси й опціони, може допомогти захистити інвестиційний портфель від несприятливих подій і нестабільних ринкових умов [1].

Також у сучасних умовах суттєвою складовою для формування успішної інвестиційної стратегії суб'єктів підприємницької діяльності є проведення ретельного аналізу ринку, включно із галузевою динамікою, макроекономічними тенденціями, поведінкою споживачів і стратегіями конкурентів. Запровадження аналітики даних, звітів щодо дослідження ринку й аналіз тенденцій може надати цінну інформацію щодо потенційних інвестиційних можливостей. Систематичне оновлення аналізу ринку гарантує, що інвестиційна стратегія буде відповідати поточним ринковим тенденціям та умовам.

Крім цього, надзвичайно важливе значення має впровадження сучасних підходів та технологій, таких як аналіз даних, машинне навчання чи штучний інтелект. Дані технології можуть допомогти у прогнозуванні ринкових тенденцій, оптимізації розподілу портфеля й автоматизації рутинних інвестиційних рішень. Застосування цифрових платформ й інструментів задля моніторингу інвестицій в онлайн-режимі може сприяти вчасному коригуванню портфеля відповідно до ринкових змін [4].

З метою узгодження інвестицій із цілями сталого розвитку й суспільними цінностями суб'єктам підприємницької діяльності необхідно використовувати інтеграцію управлінських, соціальних й екологічних критеріїв (Governance, Social and Environmental, ESG). Включення ESG критеріїв до інвестиційної стратегії є вагомим для задоволення зростаючих потреб у відповідальному і сталому інвестуванні. Приведення інвестицій у відповідність до ESG-факторів не тільки сприяє екологічному і соціальному благополуччю, проте і покращує імідж бренду й приваблює соціально свідомих інвесторів [5].

Також важливо зазначити, що формування стратегічних партнерств із іншими суб'єктами господарювання, дослідницькими установами або стартапами може забезпечити доступ до нових технологій та ринків. Відповідна співпраця може розширити інвестиційні можливості й відкрити шляхи для створення спільних господарюючих суб'єктів чи спільного інвестування, посилюючи інвестиційну стратегію і диверсифікуючи портфель.

Таким чином, встановлення чітких показників ефективності і систематична оцінка ефективності інвестиційного портфеля відіграють ключове значення для успішної

діяльності суб’єктів підприємницької діяльності. Наведені напрями дадуть змогу компаніям приймати обґрунтовані рішення та вносити необхідні корективи до інвестиційної стратегії для оптимізації прибутковості й мінімізації ризиків.

Висновок. Отже, вдосконалення інвестиційної стратегії суб’єктів підприємницької діяльності за сучасних умов вимагає комплексного підходу, який бере до уваги аналіз ринку, управління ризиками, диверсифікацію, стратегічне партнерство, сталий розвиток й технологічну інтеграцію. Динамічна й обґрунтована інвестиційна стратегія забезпечить довгостроковий успіх, зростання і стійкість бізнесу за умов мінливого бізнес-середовища. Постійний перегляд, адаптація і узгодження із цілями бізнесу й зовнішніми ринковими умовами є важливими для того, аби інвестиційна стратегія залишалася ефективною і актуальною впродовж тривалого часу.

Список літератури

1. Маковоз О. С., Крайня Д. Р., Обуховський О. В. Фактори інвестиційної стратегії в системі підвищення конкурентоспроможності підприємства. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2021. № 32. С. 70-75.

2. Л. П. Скотнікова, І. В. Угрімова. Роль інвестиційної стратегії у розвитку підприємства. 2018. *Вісник НТУ “ХПІ”*. № 19. С. 19-22. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/161787509.pdf> (дата звернення: 16.10.2023)

3. Галько Л. Р. Інвестиційна діяльність підприємства: стратегія і тактика управління. *Економіка і суспільство*. 2021. № 31. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/727> (дата звернення: 16.10.2023)

4. Стахурська С. А. Формування інвестиційної стратегії в контексті змін в організації. *Економіка та суспільство*. 2022. №4. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1558> (дата звернення: 17.10.2023)

5. Макаренко І. О. Інкорпорація ESG-критеріїв у діяльність компаній у контексті їх інвестиційного скринінгу. *Економіка, управління та адміністрування*. 2023. № 2 (104). С. 86-93

Верховлюк С. В.

магістр спеціальності “Готельно-ресторанна справа”

Науковий керівник:

Головня О. М.

д.е.н., доцент кафедри менеджменту зовнішньоекономічної діяльності,
готельно-ресторанної справи та туризму
Вінницький національний аграрний університет

КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ В ЗАКЛАДАХ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

Корпоративна соціальна відповідальність (КСВ), від англ. corporate social responsibility (CSR) – відповідальне ставлення компанії до свого продукту або послуги, до споживачів, працівників, партнерів; активна соціальна позиція компанії, що полягає в гармонійному співіснуванні, взаємодії та постійному діалозі із суспільством, участі у вирішенні найгостріших соціальних проблем.

Корпоративна політика підприємства є частиною соціальної відповідальності. Метою політики соціальної відповідальності є: забезпечення зосередженості і, за необхідності, посилення соціальної відповідальності у компанії, щоб воно завжди

відповідало чинним вимогам та нормам законодавства; залучення керівництва та співробітників компанії в сферах корпоративної соціальної відповідальності, на які компанія зосереджена; сприяння зміцненню відносин компанії з клієнтами (гостями), постачальниками, органами влади та інші відносини співпраці.

В умовах збройної агресії Росії проти України більшість підприємств готельно-ресторанного бізнесу намагаються зміцнити свої конкурентні позиції на ринку і вдаються до різних інноваційних змін, щоб уникнути необхідності виходу з нього.

Незважаючи на відчутні перешкоди, створені пандемією та війною для закладів готельно-ресторанного бізнесу, підприємства активно залучаються до заходів корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) на основі різних видів спонсорства, благодійності та різних методів пошуку коштів.

Залучення закладів готельно-ресторанного бізнесу до КСВ під час триваючої кризи можна розглядати з точки зору стратегічної філантропії. Стратегічна філантропія стосується стратегічних переваг КСВ для місцевих громад і суспільства в цілому. З огляду на те, що КСВ для стратегічної філантропії базується на унікальних ресурсах галузі, КСВ для готелів та ресторанів для стратегічної філантропії включає, серед інших заходів, благодійну передачу номерів та їжі [2, с. 111].

Так, наприклад, для Premier Palace Hotel корпоративна відповідальність означає скерованість наших дій згідно з глобальними цінностями, серед яких ми виділяємо гостинність, справедливість по відношенню до співробітників та партнерів, допомогти людям, що їй потребують, та зобов'язання щодо охорони навколишнього середовища.

Щоб систематизувати цей підхід готель створив власну програму, яку назвали просто – “Щасливий Світ :)”. Проект має три основних напрямки: Добродійність, Турбота про навколишнє середовище, Меценатство.

1. Подаємо руку допомоги дітям-сиротам та дітям, які страждають на тяжкі захворювання: готелі беруть під патронат дитячі будинки та лікарні в своїх регіонах; як оператор сприяють працевлаштуванню в готелях мережі вихованців дитячих будинків, котрі досягли повноліття; підтримують інститут донорства та всіляко сприяють ідеї донорства серед співробітників готелів мережі і управляючої компанії; готелі мережі розміщують у вестибюлях скарбнички для збору пожертвувань на користь дитячого будинку, який знаходиться під патронатом відповідного готелю; надають фінансову та іншу підтримку програмам адаптації дітей-сиріт в суспільстві. Зокрема, постійним партнером готелю з 2010 р. є благодійний фестиваль “Назустріч мрії” для дітей з інтернатів. Готель приймає в Києві юних учасників фестивалю та їх керівників, які приїжджають на відбіркові тури та фінал фестивалю, забезпечує харчуванням в готелях, а також є майданчиком для проведення фестивалю та тренінгових програм для викладачів інтернатів, беруть участь у призовому фонді фестивалю.

2. Дбайливо використовує природні багатства: встановлюють в готелях енергоефективне обладнання; при реконструкції та будівництві нових готелів впроваджують передові досягнення в галузі енергозбереження; співпрацюють з тими компаніями, які гарантують грамотну утилізацію відходів і підтримують впровадження передових стандартів управління відходами; використовують сантехніку, що забезпечує економне користування прісною водою; обмежують використання паперу в діловодстві та рекламній діяльності; пропонують гостям можливість змінювати постільну білизну та банні речі за необхідністю; вимикають персональні комп'ютери та інше електрообладнання в неробочий час; ретельно доглядають за рослинами на прилеглий території, прикрашають інтер'єри живими багаторічними рослинами.

3. Для того, щоб зберегти та примножити нашу історичну і культурну спадщину та сприяти розвитку туризму в Україні: рекомендують гостям і сприяють знайомству з найціннішими та цікавими туристичними об'єктами в регіонах, в яких розташовані готелі наших мереж; беруть участь у реставрації історичних пам'яток, майбутнє яких знаходиться під загрозою; пропонують гостям цікаві та пізнавальні пакетні тури вихідного дня за прийнятною ціною, щоб сприяти розвитку внутрішнього туризму в рамках програми “Подорожуймо Україною!”; видаємо для гостей журнал - Premier Club Magazine - про Україну, її визначні та історичні пам'ятки, відомих людей, культурні скарби та проекти [1].

Саме тому в Україні підтримка держави необхідна як для підкреслення важливості етичної і соціально відповідальної поведінки компаній, просування найкращих практик вітчизняних компаній із соціальної відповідальності в Україні та за кордоном, так і для підвищення престижності досконалих організацій і процесів безперервного системного вдосконалення. Це дозволить більшості компаній посилити довгострокову конкурентоспроможність і репутацію через практики відповідального ставлення до своїх співробітників, споживачів та інших зацікавлених сторін.

Список літератури

1. Premier Palace Hotel. URL: <https://premier-palace.phnr.com/ua/baranovsky-charity-exhibition>
2. Головня О.М. PR-діяльність підприємств готельно-ресторанного бізнесу на основі благодійності як вид соціально-економічної активності. *Бізнес-інформ*. 2023. № 7. С.110-119.

УДК 339.137.22

Дашутіна Л. О.

к.е.н., доцент,

доцент кафедри менеджменту імені професора Л.І. Михайлової,
Сумський національний аграрний університет

Мусієнко Д. О.

здобувач вищої освіти за другим (магістерським) рівнем,
Сумський національний аграрний університет

ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОЖНОСТІ ЯК ЗАПОРУКА ЕФЕКТИВНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Одним із критеріїв успішності національної економіки вважається підвищення конкурентоспроможності організацій. Досягти високого рівня конкурентоспроможності – важливе завдання для кожного підприємства, що прагне зайняти стійкі позиції на ринку [1].

Категорія “конкуренція” в економічній літературі не нова. Одними з перших до її аналізу приступили меркантилісти у XV-XVII ст. Значний внесок у дослідження даного явища зробив представник епохи пізнього меркантилізму. Основоположником класичної концепції конкуренції прийнято вважати А. Сміта. Істотний внесок у аналіз конкурентоспроможності зробив М. Портер, який запровадив поняття ромба конкурентних переваг, що з чотирьох груп чинників, визначальних конкурентоспроможність підприємства, галузі, країни [2]. До таких груп були віднесені умови для факторів виробництва, стан попиту, споріднені та підтримуючі галузі, стійка стратегія, структура та суперництво. На думку М. Портера, значний

вплив на конкурентоспроможність країни, галузі чи компанії можуть надавати політика уряду та випадкові події [3].

Для того, щоб реалізувати конкурентоспроможність на практиці слід, по-перше, ретельно вивчати ринкові відносини підприємств та споживачів, а по-друге, контролювати всі впливи на ринок та на попит, які надалі можуть підвищити як ринкову частку та збільшення рентабельності підприємства, так і майбутні продажі. Не варто забувати і про конкурентні переваги підприємства:

1. низькі витрати як впливовий фактор ринку;
2. спеціалізація як конкурентна перевага підприємства [4].

Але при цьому стратегія забезпечення конкурентоспроможності наголошує тільки на один вид конкурентної переваги - це або більш низькі витрати, де залучення клієнтів зводиться до дешевизни послуг, або спеціалізація, де висока якість послуг ставиться на перше місце, задовольняючи тим самим особливі потреби вимогливих клієнтів. В умовах ринкової конкуренції неможливо знайти підприємство, яке користується виключно одним типом конкурентної переваги. Тільки компромісні рішення, що поєднують у собі оптимальні варіанти стратегій, допоможуть вижити підприємству на ринку.

Процес оцінки конкурентоспроможності підприємства зазвичай починається з визначення конкурентів. При цьому слід виходити зі схожості аналізованого підприємства та його потенційних конкурентів. Далі в процесі вивчення ринку та клієнтів збирається інформація про конкурентів (зазвичай обирають 3-4 найбільш ймовірних з усіх навколишніх підприємств). Важливо визначити вимоги клієнтів до послуг і підприємства, що їх надає. Саме здатність задовольнити запити клієнтів і є тією відправною точкою, починаючи з якої підприємство може вважатися конкурентоспроможним. На основі вивченого ринку, конкурентів та запитів клієнтів формуються вимоги до послуг або підприємства в цілому. Далі починається послідовний процес визначення цілей, оцінюваних параметрів, перспектив ринку, вибираються нормативні показники, тобто ті, які вже заслужили на високу оцінку у клієнтурі.

Отже, конкурентоспроможність організації визначається наявністю її конкурентних переваг проти іншим організаціям, тобто перевагою конкурентоспроможності в галузі ефективності виробництва, управління, якості товарів, компетентності та професіоналізму персоналу. Підвищення конкурентоспроможності є мета, конкурентні ж переваги – засоби для досягнення цієї мети.

Тому, будь-яке підприємство, яке бажає утримати свої позиції на ринку та отримати максимальний прибуток, особливу увагу має приділяти рівню своєї конкурентоспроможності, спрямовувати як найбільше зусиль на його підвищенні та постійно аналізувати діяльність своїх основних та потенційних конкурентів. При цьому необхідно акуратно підходити до питання вибору стратегії підвищення конкурентоспроможності та використовувати кілька методів відразу, що створить синергетичний ефект та принесе успішніший результат.

Список літератури

1. Yuriy I. Danko, Svitlana G. Turchina, Liudmila O. Dashutina, Valentina V. Nechiporenko and Leonid M. Potemkin. Priority Areas of Strengthening Ukraine's Competitive Positions in The European and World Markets. *34th IBIMA Conference proceedings 13-14 November 2019, Madrid, Spain. Page 4359-4367.*

2. Бабина Н.А. Конкурентоспособность агропромышленного производства в условиях экономической глобализации. URL: https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/14822/3/Babina_N.O._2.pdf (дата звернення: 20.10.2023).

3. Дашутіна Л.О. Теоретико-методологічні основи оцінки конкурентоспроможності підприємства. *Сучасний менеджмент, тенденції, проблеми та перспективи розвитку*: матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції. Дніпро: Університет імені Альфреда Нобеля. 2019. С. 81-83.

4. Турчіна С. Г. Підвищення конкурентоспроможності як основа розвитку зовнішньої торгівлі України. *Розвиток міжнародної торгівлі в умовах глобальних економічних дисбалансів* : збірник матеріалів всеукраїнського форуму з проблем міжнародних економічних відносин. Житомир : ЖДТУ, 2019. URL: <https://conf.ztu.edu.ua/vseukrayinskyj-forum-z-problem-mizhnarodnyh-ekonomichnyh-vidnosyn/>

Крижанівська О.

здобувач вищої освіти

Науковий керівник:

Теліщук М.

старший викладач кафедри економічної політики

Державний податковий університет

РИНОК ФАКТОРІВ ВИРОБНИЦТВА: ВПЛИВ ПОПИТУ НА ЦІНИ ТА ОБСЯГИ

Одним із найважливіших факторів сучасного ринкового розвитку підприємств є стан їх ресурсів. Він повинен характеризуватися відповідною зоною дії. Тобто не всі виробничі ресурси є факторами виробництва, а лише деякі з них. В економічній науці існують різні підходи до визначення факторів виробництва, вони поділяються на особистісні та матеріальні, зокрема, вказуючи на те, що вирішальним елементом виробництва є людина з її вміннями, або виробництво яке виникає внаслідок взаємодії праці та капіталу. Саме науково-теоретична значимість чіткого розуміння ресурсів і факторів виробництва визначає актуальність досліджень, що дає змогу підвищити рівень економічної науки та практичне вирішення економічних проблем виробництва.

Найбільш повно ознаки ринку ресурсів реалізуються через специфічні закономірності попиту та пропозиції. Водночас можна сказати, що специфіка об'єктів купівлі-продажу визначає особливості ринку ресурсів та основні закони, які на нього діють.

По-перше, ресурси попиту мають похідний, вторинний характер, оскільки він безпосередньо залежить від обсягу виробництва, який у свою чергу чергується з пропорційним попитом на готову продукцію, вироблену з використанням цих ресурсів.

По-друге, динаміка попиту на ресурси безпосередньо залежить від продуктивності праці. Слід зазначити, що незважаючи на те, що в результаті використання кожної одиниці ресурсів відбувається збільшення продукту (граничний дохід), в той же час відбувається збільшення витрат підприємства (граничних витрат). Тому, враховуючи загальну стратегію підприємств, спрямовану на зниження витрат, підприємства будуть пред'являти ресурси попиту лише доти, доки граничний дохід не дорівнює граничним витратам.

По-третє – ресурси попиту взаємозалежні, оскільки у процесі виробництва фактори взаємодіють один з одним – можуть замінювати чи доповнювати один, іноді конкурувати [1; 2]. Ефективність одного фактора виробництва безпосередньо залежить від іншого, що, у свою чергу, ускладнює процес визначення його ролі в кінцевому результаті незалежно від інших факторів.

Крім того, залежність попиту від основного ресурсу безпосередньо залежить від динаміки вартості інших ресурсів, тобто обміну ресурсами заміщення (праця замінюється капіталом) і додатковими.

Слід зазначити, що попит на замінні та додаткові ресурси також має свою специфіку. На практиці попит на ресурси-замінники залежить від співвідношення двох ефектів: ефекту заміщення та ефекту обсягу виробництва. Якщо в першому випадку спостерігати обернено – пропорційну залежність попиту і ціни, а в другому – прямо пропорційну. Якщо, наприклад, у процесі виробництва відбувається заміщення трудового капіталу, то це призводить до зниження попиту на працю та збільшення попиту на капітал (ефект заміщення). Одночасно відбувається зростання вартості капіталу, відповідно зростають витрати підприємства – тому зменшується обсяг виробництва, що зменшує попит на працю. Виробники покажуть ресурси попиту на даний момент, оскільки ефект від обсягу виробництва не буде найбільшим ефектом заміщення.

Що стосується додаткових ресурсів, то динаміка їх цін базується на основному ресурсі у зворотному напрямку.

Однією з особливостей попиту на ресурси, про яку вже зазначалося вище, є те, що її представляють лише особи, здатні налагодити виробництво суспільних благ.

Якщо до кожного переліку факторів, що визначають особливості попиту на ресурси, обов'язково включається те, що за своєю природою ресурси обмежені, в результаті обмежені і обсяги виробництва (пропозиції), а ресурси попиту досить стабільні. В “ідеальному світі” проблеми обмеженості ресурсів – не існує. Також немає проблеми вибору і задовольняються всі потреби суспільства. Водночас у реальному житті ресурси дефіцитні та обмежені, що визначає їх пропозицію та ринкову вартість.

У сучасній економічній ситуації, а саме за певного рівня перевиробництва товарів, найбільш конкурентоспроможними є власники ресурсів – ціна дає можливість диктувати умови поведінки споживачів на ринку та встановлювати ціни відповідно до принципу максимізації прибутку.

При розгляді особливостей функціонування ринку капіталу та для отримання найбільш повної його характеристики необхідно враховувати фактор часу, оскільки він дає можливість визначити доцільність ринку інвестиційного капіталу. Це виражається у визначенні дисконтованої (поточної) вартості капіталовкладень, а також коефіцієнта – найважливішої характеристики ринку. Через трубу розділяються первинний і вторинний ринок капіталу [3]

Дослідження особливостей функціонування ринку природних ресурсів (практично – ринку землі) показали, що він також має свої іманентні особливості функціонування, які впливають із унікальності об'єктів купівлі-продажу. Перш за все, понад специфіку, необхідно враховувати специфіку пропозиції землі, зокрема: якщо розглядати земельну пропозицію в цілому, то вона характеризується ідеальною нееластичністю, а якщо пропозиція розглядається з позиції окремого користувача Крім того, обмеженість земельних ресурсів посилюється консолідацією земель у приватну власність.

Що стосується попиту на ринку землі, то він зумовлений такими обставинами, як: зростання попиту на сільськогосподарську продукцію та корисні копалини, зростання попиту після жертвопринесення тощо, він, загалом, залишається стабільним, але на рівні. Вище, ніж пропозиція. Однак на практиці можна очікувати, що попит на земельні ресурси буде залежати від багатьох факторів, які призводять до того, що попит на пропозицію.

Крім того, при визначенні факторів, які безпосередньо впливають на попит і пропозицію ринку природних ресурсів, особлива увага приділяється відтворюваності ресурсів. Безперечно, при застосуванні відповідної системи агротехнічних заходів можна очікувати позитивного результату хоча б у кожному періоді. Більше того, можна підвищити продуктивність ресурсів (землі) і, відповідно, отримати більший прибуток – диференційну ренту, яка буде наслідком використання більш продуктивних ресурсів.

Сьогодні особлива увага приділяється невідновлюваним природним ресурсам, межі яких постійно зменшуються, що призводить в деяких ситуаціях до міжнародних конфліктів, загострення та ускладнення політичних, економічних та інших відносин між державами.

Існує кілька можливостей використання невідтворюваних ресурсів: негайне споживання для розширення поточного рівня споживання або збереження з подальшим використанням і виробництвом майбутніх вигод. У такому контексті на ресурсах відбувається порівняння поточних і майбутніх вигод. Очікуючи, що темпи зростання невідновлюваних ресурсів будуть значно вищими за альтернативні джерела доходу, стає вигідним перемістити ресурси з поточного використання в майбутнє. Таким чином, можна сказати, що на ринках відбувається перерозподіл ресурсів, а на ринку – містяться певні механізми їх збереження.

Найскладнішим з усіх існуючих ринків є ринок праці. Цей ринок дуже диверсифікований і масштабний – перелік ознак, що визначають особливості механізму його функціонування, не обмежується простою класифікацією, він безпосередньо пов'язаний з об'єктом ринку (праця). До основних характеристик ринку праці можна віднести: різноманітність фізичних даних здібностей, що унеможлиблює визначення реальних трудових зусиль працівника на момент укладення трудового договору; кваліфікація працівників, які мають диверсифіковану оплату праці для працівників різних професій; мобільність робочої сили, зміна видів діяльності та перехід до більш продуктивної праці, територіальний рух; аспекти діяльності, безпосередньо пов'язані з людиною: психологічні, соціальні, політичні тощо. Таким чином, можна констатувати, що не існує єдиного критерію, що визначає специфіку досліджуваного ринку та його унітарність. Це, безумовно, виражається в унікальності факторів, що впливають на пропозицію ринку праці: демографічних, економічних, психологічних, соціальних, факторів, пов'язаних з освітою та професійною підготовкою.

Специфіка ринку праці безпосередньо впливає на формування попиту, особливо: попит формується на рівні окремого суб'єкта господарювання. Проте мобільність робочої сили, можливість зміни характеру діяльності, підвищення кваліфікації призводять до того, що пропозиція на відміну від попиту формується на рівні галузі, всієї галузі чи суспільства в цілому. Звідси випливає, що формування цін на робочу силу здійснюється шляхом конкуренції на рівні національної економіки, що часто призводить до того, що в регіонах спостерігається відносно рівний рівень оплати праці працівників своєї професії.

Крім того, функціонування ринку праці ускладнюється наявністю безробіття та складністю його структури. Якщо наявність безробіття перешкоджає встановленню рівноважної ціни, то складність структури обмежує можливості покупців і продавців впливати на співвідношення попиту і пропозиції, рівень заробітної плати.

Щодо формування ринку ресурсів, то слід зазначити, що його становлення – це невід'ємна умова ефективного економічного розвитку, одна з головних завдань перехідного періоду. Однак, незважаючи на всю значущість і багатогранність

поставленого завдання, його вирішення відбувалося не відповідно до розглянутої раніше теорії, а відповідно до умов (формування монопольно-олігархічної моделі відносин), що склалися на той час у державі. В результаті планова система управління як цілісність, через яку здійснювалися процеси управління виробництвом, розподіл, перерозподіл ресурсів, припинила своє існування. Натомість вона повинна діяти за новою системою, яка сприятиме появі нових можливостей для задоволення промислових і споживчих потреб для економічної діяльності. Ця система базується переважно на принципах лібералізації економічних і фінансових відносин при створенні грошових і фондових ринків, ринків товарів і послуг, ринку нерухомості та ринку праці [4].

Нині механізм закону попиту та пропозиції ринку ресурсів, що діє в умовах монопольно-олігархічної моделі відносин, за визначенням ринку деформований, на ринку ресурсів домінують лише окремі учасники. Отримати відповідний дисонанс під час використання ринкових визначень, оскільки вони змінюють свій зміст відповідно до уподобань відповідних структур.

Список літератури

1. Андрущенко А. М, А. П. Бурляй. Економічна теорія: навч. посіб. Центр учбової літератури, 2009. 520 с.
2. Бібліотека Економіста. Основи економічних знань URL: <http://library.if.ua>
3. Лукінов І. І. Економіка України. Політико - екон. журн. Міністерство фінансів України. 2001. С. 4-9.
4. Мочерний С. В (відп. ред.) та інші. Економічна енциклопедія: Утрьох томах. Т. 1. К.: Видавничий центр “Академія”, 2000. 864 с. 11.

УДК 336.2

Теліщук М. М.

старший викладач кафедри економічної політики,
Державний податковий університет

Романюк А. П.

здобувачка вищої освіти другого (магістерського) рівня,
Державний податковий університет

ПОДАТКОВЕ СТИМУЛЮВАННЯ ІНДУСТРІАЛЬНИХ ПАРКІВ В УКРАЇНІ І ЇХ ВПЛИВ НА РЕГІОНАЛЬНИЙ РОЗВИТОК

Регіональний розвиток є ключовим фактором для забезпечення стійкого економічного зростання та зменшення соціально-економічних нерівностей в будь-якій країні. Україна, як країна з багатогранною географічною та соціально-економічною структурою, постійно шукає ефективні стратегії для стимулювання розвитку своїх регіонів. Одним із ключових інструментів, що використовуються для досягнення цієї мети, є система податкових пільг та стимулів, спрямованих на привертання інвестицій та підтримку розвитку малого та середнього бізнесу. Ці заходи покликані не лише стимулювати економічну активність, але й сприяти соціальному та інноваційному розвитку регіонів, що є критичним для підвищення життєвого рівня громадян та забезпечення стійкого розвитку країни в цілому.

Велика кількість країн створює індустриальні парки з метою активізації промислового та регіонального розвитку. Індустриальний парк має чіткі галузеві пріоритети, які пов'язані зі специфікою розвитку регіону та орієнтується на його інвестиційну привабливість. Спираючись на зарубіжний досвід можна сказати, що

даний захід є ефективним, оскільки він сприяє створенню потужної сучасної промисловості, покращенню структурних пропорцій, створенню нових робочих місць і водночас виступає потужними рушієм місцевого та регіонального розвитку, подолання відсталості розвитку окремих територій [1].

Значний досвід функціонування індустріальних парків у багатьох країнах світу довів високу ефективність цього організаційно-економічного механізму, який чинить системний багатоцільовий вплив на економіку, сприяючи створенню потужної сучасної промисловості, покращенню структурних пропорцій, створенню нових робочих місць і водночас виступає потужними рушієм місцевого та регіонального розвитку, подолання депресивності окремих територій [2].

Україна має програми пільг для компаній, які інвестують у технологічні парки. Ці заходи спрямовані на прискорення розвитку інноваційних технологій і залучення інвестицій у сферу наукових досліджень і розвитку. Зокрема, вони включають зниження податку на нерухомість та корпоративний податок протягом перших декількох років після запуску бізнесу. Питання підтримки розвитку технологічних або індустріальних парків в Україні регулюється Законом України від 21.06.2012 № 5018 “Про індустріальні парки”, а надання податкового та митного стимулювання здійснюється відповідно до Податкового кодексу України [3]. ПКУ визначає загальні стимули для суб’єктів господарювання, зокрема:

- органи місцевого самоврядування мають право самостійно щорічно встановлювати ставки податків і пільги з плати за землю і податку на нерухоме майно, відмінне від земельної ділянки, у граничних межах, визначених Кодексом (до 0%);

- не є об’єктами оподаткування податком на нерухоме майно, відмінне від земельної ділянки, будівлі промисловості, що використовуються за призначенням та не здаються їх власниками в оренду, лізинг, позичку (підпункт “є” підпункту 266.2.2 пункту 266.2 статті 266) [4].

Окрім того, ПКУ визначає додаткові можливості для учасників та інших суб’єктів індустріальних парків:

- резиденти індустріальних парків можуть бути резидентами правового режиму Дія Сіті, в т.ч. користуватися особливостями оподаткування податку на прибуток;
- резиденти індустріальних парків, розташованих у визначених населених пунктах, можуть користуватися заходами державної підтримки, передбаченими для вугільних регіонів відповідно до пункту 68 підрозділу 10 розділу XX Податкового кодексу;
- резиденти індустріальних парків, які здійснюють визначену діяльність, можуть користуватися пільгами з податку на прибуток відповідно до пункту 56 підрозділу 4 розділу XX Податкового кодексу [5].

Не менш яскравим проявом податкового стимулювання є те, що прибуток учасника індустріального парку від здійснення певних видів господарської діяльності у сферах переробної промисловості, у сфері збирання, оброблення й видалення відходів, відновлення матеріалів звільняється від оподаткування протягом десяти років. Але, сума вивільнених від оподаткування коштів повинна спрямовуватися на розвиток діяльності учасника індустріального парку в межах такого індустріального парку, не пізніше 31 грудня року, наступного за звітним [5].

Отже, податкові пільги для інвесторів в індустріальні парки є важливим інструментом для стимулювання інновацій та технологічного розвитку в регіонах. Серед переваг для інвесторів можна виділити наступне: податкові пільги дозволяють інвесторам знизити витрати на оподаткування, що робить інвестиції в технологічні

проекти більш привабливими, інвестори отримують можливість підвищити свою конкурентоспроможність, випускаючи нові технології та інноваційні продукти на ринок. Однак, можуть виникати ризики в довгостроковій перспективі - інвестори можуть зіткнутися з ризиком залежності від податкових пільг, що можуть бути змінені чи скасовані урядом в майбутньому.

З точки зору регіонального розвитку, перевагами такого податкового стимулювання і залучення інвестицій є створення нових висококваліфікованих робочих місць та економічне зростання регіону в цілому, через притік нових інвестицій та розвиток інноваційних компаній. Але, недоліком може бути загроза фіскальній стабільності, оскільки значний обсяг податкових пільг може призвести до втрати деяких джерел доходів держави, що може погіршити фінансову стабільність регіону, а також нерівномірний розвиток через те, що іноді розвиток технологічних парків може зосереджувати в собі значну частину інвестицій, що призводить до нерівномірного розвитку всього регіону.

Список літератури

1. Павлюк А. Розвиток індустріальних парків в Україні: проблеми та напрями політики стимулювання. *Економіст*. 2016. № 1. С. 25-28.
2. Біловодська О. А. Механізм стратегічного управління інноваційним розвитком. Суми: Університетська книга, 2012. 432 с
3. Тучак Т. В., Німак Я. О. Фіскальні важелі та правові засади створення індустріальних парків в Україні. *Економіка та суспільство*, (48). 2023. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-48-64>
4. Податковий кодекс України. Офіційний сайт Державної податкової служби України. URL: <https://tax.gov.ua/nk/>
5. Індустріальні парки в Україні: податкове стимулювання. Офіційний сайт Державної податкової служби України. URL: <https://tax.gov.ua/media-tsentri/novini/638982.html>

УДК 005.95

Трифорова О. В.
д.е.н., професор,
професор кафедри менеджменту
НТУ “Дніпровська політехніка”

ОПТИМІЗАЦІЯ СТРУКТУРИ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Персонал є ключовим фактором у діяльності кожного підприємства, основними характеристиками котрого є чисельність і структура. Як зазначено у Л.В. Балабанової та О.В. Сардак, “структура персоналу підприємства – це сукупність окремих груп працівників, які об’єднані за певною ознакою. Вона може бути: штатною, організаційною, соціальною, функціональною і рольовою” [1].

Якщо штатну структуру персоналу визначають з огляду на його кількісно-професійний склад чи розміри оплати праці, а також фонд оплати праці, то організаційну структуру – з огляду на виконувані персоналом функції.

Соціальна структура персоналу підприємства характеризує, на думку С.В. Маркової та О.М. Олійник, “... як сукупність груп, що класифікуються за: змістом роботи, рівнем освіти і кваліфікації, професійним складом, стажем роботи, статтю,

віком, національністю, належністю до громадських організацій і партій, сімейним станом, напрямком мотивації, рівнем життя і статусом зайнятості” [2].

Разом з тим, при визначенні функціональної структури персоналу за основу розподілу на групи беруть функціональний поділ праці в сфері управління підприємством, тобто конкретні функції управління. Стосовно ж рольової структури персоналу, то її визначають з огляду на творчі, комунікативні та поведінкові ролі окремих працівників підприємства.

Структура персоналу підприємств потребує систематичного поліпшення, зокрема спрямованого на забезпечення переважної частки працівників тих професій, категорій і кваліфікації, які забезпечують основну частку доходу підприємства. Зокрема, для промислових підприємств саме працівники робітничих професій мають переважати в загальній кількості працівників.

Поліпшення структури персоналу пов'язано з необхідністю її оптимізації задля мінімізації витрат на персонал та максимізації доходів підприємства, що, окрім, зазначеного вище, досягається завдяки гармонізації співвідношення витрат на персонал та підвищення його якості, приведення виконуваних працівниками функцій у відповідність сучасним вимогам виробництва та ведення бізнесу, а також створення колективу, здатного швидко адаптуватися до мінливих ринкових вимог.

Процес оптимізації структури персоналу, на думку В.В. Співака [3], необхідно починати з діагностики поточного стану діяльності підприємства, зокрема з точки зору забезпеченості підприємства працівниками належних професій та кваліфікації, ступеня механізації та автоматизації робіт, а також ефективності організації діяльності, використання робочого часу та загальної оцінки оптимальності наявного складу працівників.

Наступним кроком має стати аналіз стратегії розвитку підприємства, зокрема з огляду на заплановані зміни технології виробництва та асортименту продукції, плани з вдосконалення організації діяльності та системи управління, а також кадрового потенціалу.

Задля приведення наявної структури персоналу у відповідність до стратегічних планів може здійснюватися перерозподіл робочої сили всередині підприємства, скорочення персоналу та розглядатися варіант поповнення персоналу, що потребує додаткового аналізу місцевого та регіонального ринків праці.

Завершальним етапом процесу оптимізації структури персоналу є визначення економічної ефективності заходів, що її забезпечують, у вигляді економії витрат на персонал та/або збільшення доходів.

Найбільш складним з огляду на збереження сприятливих психологічних умов праці є варіант скорочення персоналу, тому необхідно проводити роботу щодо оптимізації структури персоналу перманентно, надаючи перевагу перерозподілу персоналу та, в разі крайньої необхідності, – більш м'яким варіантам скорочення працівників.

Список літератури

1. Балабанова Л. В., Сардак О. В. Управління персоналом: підручник для студ. вищ. навч. закл. Київ : Центр учбової літератури, 2019. 468 с.
2. Маркова С. В. Управління персоналом: навч.-метод. посібник для студентів освітньо-кваліфікаційного рівня “бакалавр”. Запоріжжя: ЗНУ. 2013. 80 с.
3. Співак В. В. Оптимізація персоналу як напрям підвищення ефективності кадрового менеджменту промислових підприємств. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2013. №5. Т. 1. URL: <http://elar.khnu.km.ua/jspui/bitstream/123456789/1199/1/SPIVAK.pdf>.

УДК 330.3

Рогач С. М.

доктор економічних наук, професор,
професор кафедри економіки
Національний університет біоресурсів і
природокористування України

ЦИРКУЛЯРНА ЕКОНОМІКА ЯК ПЕРСПЕКТИВА ВИРІШЕННЯ ЕКОЛОГІЧНИХ ПРОБЛЕМ

Циркулярна економіка, або економіка замкненого циклу (англ. *closed-loop economy*, *circular economy*) представляє собою перспективну модель економічного розвитку [1]. Концепція циркулярної економіки простежується від стародавніх суспільств, які практикували винахідливість і економне використання матеріалів. Однак, в останні десятиліття циркулярна економіка знову привернула увагу науковців, через зростаюче занепокоєння щодо дефіциту ресурсів, погіршення стану навколишнього середовища та зміни клімату. У 20-му столітті спостерігалось стрімке зростання культури споживацтва, що є характерним для лінійної економічної моделі.

Наразі подібні тенденції спостерігаються і у 21-му столітті. Наукові дослідження свідчать, що зараз Землі потрібно близько 1,5 року для того, щоб відновити все те, що людство використовує за 1 рік (“екологічний слід”) [2]. Також, економічний розвиток при лінійній моделі економіки призведе до збільшення обсягів використання ресурсів, відповідно, зростатимуть обсяги відходів і посилюватиметься негативний вплив на навколишнє середовище. У відповідь науковці, політики та організації почали виступати за більш стійкий підхід, а саме сталий розвиток.

Альтернативою лінійному розвитку, вважається модель циркулярної економіки, яка передбачає відновлення, повторне використання, раціональне споживання ресурсів і дозволяє створити додаткову вартість, за допомогою надання нових послуг та прийняття інтелектуальних рішень. Циркулярна економіка спрямована, насамперед, на збереження енергії, економічно чисте виробництво та споживання.

З 2014 року ЄС впроваджує стратегії і плани дій, що спрямовані на поступовий перехід від лінійної моделі економіки до економіки замкненого циклу. У березні 2020 року, Європейська Комісія ухвалила новий План дій із циркулярної економіки, відомий як План дій щодо Циркулярної Економіки (CEAP). Цей план входить до складу широкомасштабної європейської “зеленої” стратегії (European Green Deal), що передбачає ряд новаторських заходів та перетворень, спрямованих на перетворення Європи в екологічно нейтральний континент до 2050 року. Головною метою нової стратегії ЄС щодо циркулярної економіки є зниження обсягів споживання та підвищення використання ресурсів у межах ЄС, зокрема через підтримку повторного використання. Зазначається, що такий підхід сприятиме не лише екологічній вигоді, а й економічному росту - завдяки реалізації CEAP очікується додаткове зростання ВВП ЄС на 0,5% до 2030 року, а також створення 700 тисяч



УДК 334.72:[005.21:004.77]

Солоненко Ю. В.

к.е.н., доцент,

доцент кафедри підприємництва,
корпоративної та просторової економіки
Донецького національного університету
імені Василя Стуса

Савчук А. В.

здобувач вищої освіти

Донецького національного університету
імені Василя Стуса

РОЗРОБКА КОМУНІКАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ІТ-СФЕРИ

Вступ. Розвиток підприємств ІТ-сфери з кожним роком набирає все більше нових обертів. Наразі ми спостерігаємо позитивні світові тенденції попиту на послуги та продукти діяльності ІТ-підприємств. Проте, варто зауважити що зараз усі підприємства працюють в умовах динамічності, а в Україні ще й в постійних умовах турбулентності та ризику, які нам принесла повномасштабна війна. Саме тому слід приділити значну увагу апарату управління на ІТ-підприємствах, який в основній мірі виражається через якісну систему комунікацій. Дана система є генератором розвитку управлінської структури на підприємстві і тому питання розробки її стратегії є дуже актуальним і важливим, особливо для ІТ-сфери, яка займає одне провідних місць у розвитку економіки багатьох країн світу і України також.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню питань розвитку системи комунікацій на підприємстві присвячено багато уваги в працях таких науковців як: І. М. Маковецька [1], П. О. Брадулов, В. І. Ординський [2], О. І. Бабчинська [3] та ін.

Мета роботи. Обґрунтувати важливість розробки стратегії системи комунікацій на підприємствах ІТ-сфери.

Виклад основного матеріалу. Останні роки розробка програмного забезпечення в Україні користується значним попитом та зростанням. Діяльність підприємств ІТ-сфери приносить значні доходи в економіку і одним з ключових факторів, що сприяють її подальшому розвитку. Тільки за 2022 рік, незважаючи на повномасштабні військові дії, український ІТ-експорт сягнув рекорду у 7.3 мільярди доларів (рис.1).

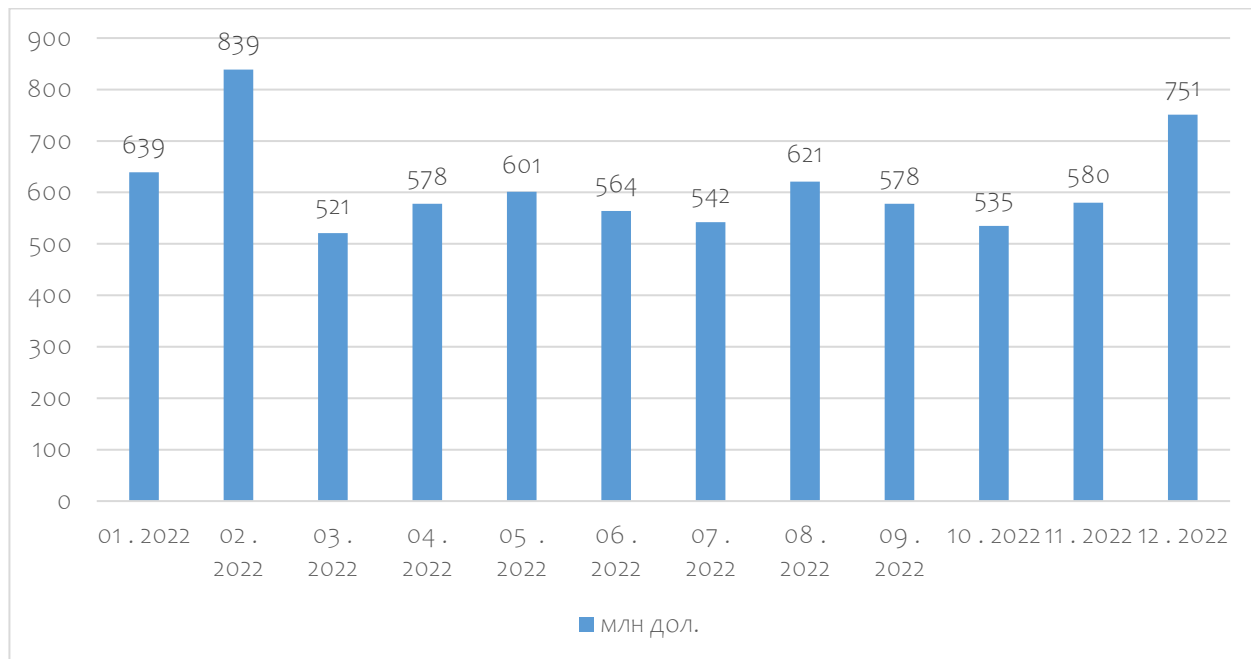


Рис. 1. Динаміка українського ІТ-експорту у 2022 році (млн дол.) [4]

Незважаючи на значні позитивні тенденції підприємств ІТ-сфери, варто зазначити, що в сучасних умовах економічної турбулентності та динамічності сучасний менеджмент вимагає постійного розвитку та оновлення системи комунікації на ІТ-підприємствах (рис.2), адже ефективна система комунікації є запорукою ефективної взаємодії з клієнтами та підвищує їх рівень задоволеності від продукту чи послуг.



Рис. 2. Система комунікацій на ІТ-ринку [3]

Функціонування системи комунікацій на ІТ-підприємствах має мати чітку стратегію, план та стандарти [5, с. 192]. Особливу увагу на підприємствах даної галузі слід приділити розробці комунікативної стратегії, яка дозволить нівелювати основні управлінські перешкоди та виведе рівень комунікації на новий рівень розвитку.

Ефективно побудована комунікативна стратегія здатна розв’язувати найскладніші проблеми, зокрема для підприємств ІТ-сфери можна виділити такі: створення якісно скоординованої системи комунікаційних повідомлень; розширення кола потенційних споживачів-клієнтів; швидка реакція і пристосування до зміни споживчих вподобань та настроїв; пошук нових і удосконалення наявних основних комунікаційних засобів.

Слід також зазначити, що ефективна стратегія системи комунікації сприятиме успішному функціонуванню ІТ-організації загалом, а також допоможе в повній мірі

розкрити управлінський та комунікаційний потенціал [2]. На базі проведеного дослідження ми пропонуємо механізм, на основі якого повинно здійснюватися формування та реалізація ефективної комунікаційної стратегії на ІТ-підприємствах (рис. 3).

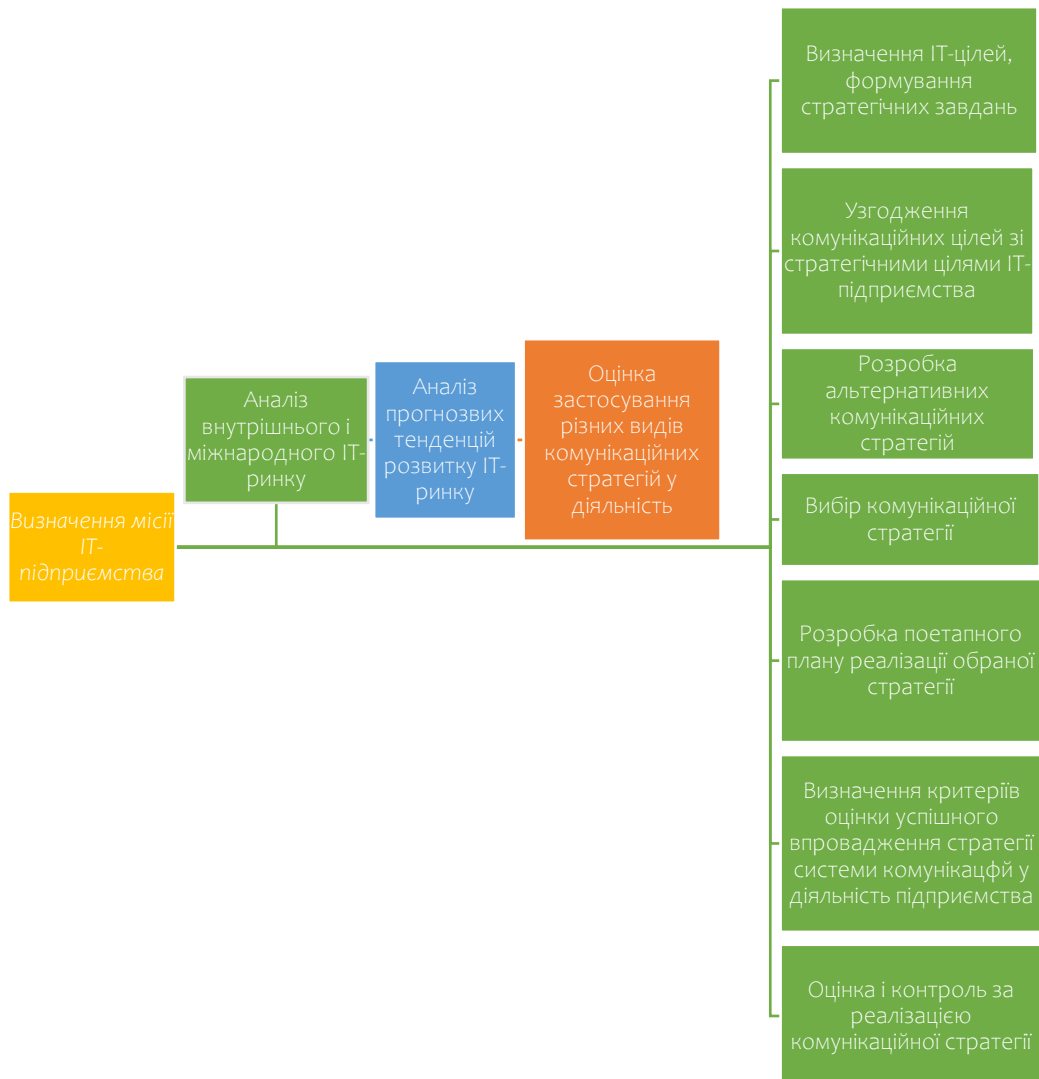


Рис. 3. Механізм формування та реалізації комунікаційної стратегії на ІТ-підприємстві

Джерело: систематизовано та доповнено автором [2]

Висновки. ІТ-підприємства мають значний економічний потенціал для розвитку як в Україні так і за її межами. Проте сучасна економіка є досить мінливою та нестабільною і вимагає від підприємств даної галузі постійного розвитку та удосконалення, особливо це стосується системи комунікацій, від якої залежить менеджмент підприємства та результати його подальшої діяльності. Ефективна діяльність системи комунікацій потребує розробки комплексної та чіткої стратегії, механізм якої наведено у роботі. Правильно вибудована комунікаційна стратегія допоможе розв'язати такі основні проблеми ІТ-підприємств: створення якісно скоординованої системи комунікаційних повідомлень, розширення кола потенційних

споживачів-клієнтів, швидка реакція і пристосування до зміни споживчих вподобань та настроїв, пошук нових і удосконалення наявних основних комунікаційних засобів;

Список літератури

1. Маковецька, І. Організація комунікаційної діяльності на підприємстві. *Економіка та суспільство*. 2021. № 33. URL: <https://doi.org/10.32782/524-0072/2021-33-37>
2. Бабчинська О. І. Комунікаційний процес в управлінні: основні положення. *Ефективна економіка*. 2018. № 9. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=6539>
3. Брадулов П.О., Ординський В.І. Формування системи інтернет-маркетингу в сфері інформаційних технологій. *Проблеми системного підходу в економіці. Бухгалтерський облік, аналіз та аудит*. 2020. № 3(77)-2. URL: <https://doi.org/10.32782/2520-2200/2020-3-36>
4. Український ІТ-експорт досяг у 2022 році рекордних \$7,3 млрд. URL: <https://forbes.ua/innovations/ukrainskiy-it-eksport-dosyag-u-2022-rotsi-rekordnikh-73-mlrd-chomu-tse-naspravdi-ne-duzhe-dobra-novina-31012023-11420>
5. Колосок В.М., Лазаревська Ю.А. Розвиток цифрових комунікацій в сучасному менеджменті організацій. Зб. наук. пр. *Університетська наука* : в 4 т. ДВНЗ “ПДТУ”. Маріуполь, 2020. Т. 3. С. 190–195.

УДК 338.242

Червона О. Ю.

к.е.н., доцент,

доцент кафедри економіки підприємства

Львівський національний університет імені Івана Франка

ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ В КРИЗОВИХ УМОВАХ

Впровадження інновацій є ключовим фактором успіху бізнесу у сучасному світі. Інновації можуть допомогти суб'єктам господарювання вирішувати проблеми конкурентної боротьби на ринку, збільшувати ефективність та підвищувати прибутковість бізнесу. В той же час, розробка та реалізація інновацій потребує значних вкладень матеріальних та інтелектуальних ресурсів, що є додатковою проблемою для українських підприємств в умовах сучасних викликів.

Кризові умови сьогодення, зокрема воєнний стан, негативно впливають на бізнес та призводять до скорочення обсягів виробництва, втрати ринків збуту та зменшення прибутків. Але водночас, інновації можуть допомогти підприємствам впоратися з кризою та забезпечити їхню стійкість [3].

Інновації можуть допомогти бізнесу на етапі кризи у таких напрямках господарської діяльності:

- зниження витрат в результаті впровадження нововведень у бізнес-процеси. Так, інновації сприяють зменшенню витрати на виробництво та збут продуктів.

Наприклад, застосування нових технологій може допомогти зменшити затрати на енергію, сировину та ресурси; автоматизація виробництва дає можливість економити на заробітній платі працівників; впровадження онлайн каналів реалізації продукції за допомогою інформаційних технологій підвищує ефективність збутової діяльності;

- знаходження нових ринків збуту та збільшення прибутковості. Наприклад, на основі інновацій можна розробляти нові продукти (або вдосконалювати існуючі), які відповідають потребам ринку, що дасть можливість підприємству зайняти нові позиції на ринку та забезпечити стабільний зріст прибутків;

- адаптація до нових умов. Розробка нових продуктів або послуг, які відповідають потребам клієнтів, формування нових бізнес-моделей на основі інновацій у кризовий період, може допомогти зберегти ринки збуту та підвищити прибутковість;

- розвиток нових напрямків. Кризові умови можуть бути сприятливим часом для розвитку нових напрямків діяльності. Наприклад, розробка нових продуктів або технологій, які ще не були на ринку, може стати новим напрямком для бізнесу та допомогти компанії розширити свої можливості та збільшити прибутковість;

- залучення нових інвестицій. Інновації можуть також допомогти підприємствам залучити нові інвестиції в кризовий період. Наприклад, компанії, які розробляють нові продукти або технології, можуть привернути увагу інвесторів та залучити додаткові кошти для розвитку своєї діяльності;

- покращення ефективності. Інновації часто забезпечують підприємствам перемогу над конкурентами та підвищення прибутковості в обсягах достатніх для того, щоб надходження від продажів повністю перекрили витрати на інновації.

При впровадженні інновацій необхідно максимально точно оцінити ситуацію, що склалася на підприємстві і на ринку. Важливим завданням є правильне прогнозування майбутніх обсягів реалізації продукції та послуг; оптимізація витрат виробництва і збуту; підвищення продуктивності праці. Також доцільно організувати електронний документообіг та активно використовувати інформаційні технології в бізнес-процесах на підприємстві [1]. Особливу увагу варто приділити розвитку управління кадрами, так як саме від ступеня мотивації, кваліфікації та інтелектуального потенціалу персоналу залежить підвищення ефективності інновацій та бізнесу в цілому.

Список літератури

1. Гринько Т. В., Кузнецов Д. В. Як зберегти бізнес у кризових умовах. *Бізнес, інновації, менеджмент: проблеми та перспективи*. Збірник тез доповідей III Міжнародної науково-практичної конференції. Київ. 08 груд. 2022. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, Вид-во “Політехніка”, 2022. С.166.

2. Гурова В.О., Садекова А.І. Інноваційна трансформація підприємства як засіб подолання кризи. *Економіка і організація управління*. 2016. № 2 (22). С.55-60.

3. Орлова-Курилова О.В. Детермінанти інноваційної діяльності в умовах системної кризи. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія Економічні науки*. Випуск 25. Частина 1. 2017. С.186-189.

СЕКЦІЯ 6

SECTION 6

ДЕМОГРАФІЯ, ЕКОНОМІКА ПРАЦІ,
СОЦІАЛЬНА ЕКОНОМІКА І ПОЛІТИКА
DEMOGRAPHY, ECONOMICS OF LABOR,
SOCIAL ECONOMICS AND POLICY

УДК 330.34

Фесенко В. О., Кармазін Ю. А.
здобувачі кафедри економіки,
управління та адміністрування
Черкаський державний бізнес-коледж
Науковий керівник:
к.е.н. Криворучко М. Ю.
доцент кафедри економіки,
управління та адміністрування
Черкаський державний бізнес коледж

ХАРАКТЕРИСТИКА ПОКАЗНИКІВ ОЦІНКИ РІВНЯ ЖИТТЯ НАСЕЛЕННЯ

Оцінка рівня життя населення є важливою складовою соціальної політики більшості країн. Цей показник дозволяє зрозуміти, наскільки комфортно живуть люди в певній країні або регіоні, і визначити потреби в поліпшенні різних сфер життєдіяльності.

Оцінка рівня життя населення включає в себе різні показники, такі як доходи, освіта, здоров'я, доступність житла та інфраструктури, рівень безробіття, загальний рівень задоволення життя та інші. Для оцінки рівня життя використовуються різні методики та інструменти, такі як індекси розвитку людського потенціалу, індекси якості життя, індекси щастя та інші [1].

Рівень життя населення є важливим індикатором для оцінки економічного, соціального та культурного розвитку країни. Показники оцінки рівня життя населення допомагають з'ясувати, наскільки комфортним та безпечним є життя людей в конкретній країні.

Один з найбільш відомих показників оцінки рівня життя населення - це ВВП на душу населення. Цей показник відображає розмір економіки країни на одного жителя та вважається одним з найважливіших показників для оцінки рівня життя. Однак, ВВП на душу населення не є повною мірою рівня життя населення, оскільки не враховує такі фактори, як розподіл доходів, якість житла та інфраструктури, доступність медичних послуг та інші.

Для визначення рівня життя в 1990 році ООН запропонувала такий показник, як індекс людського розвитку (ІЛР), який щорічно подають до цієї організації понад 80 країн світу, в тому числі й Україна. Метод розрахунку ІЛР базується на трьох показниках: очікуваній тривалості життя, рівень освіти та рівень доходу, який враховує 32 фактори. Індекс людського розвитку дає можливість оцінити рівень розвитку країни в цілому, а не тільки економічний аспект. Це дає можливість

порівнювати країни за їхнім загальним рівнем розвитку та оцінювати, наскільки суспільства забезпечують своїм громадянам доступ до основних благ [2].

Індекс якості життя - це ще один показник оцінки рівня життя населення, який враховує різні аспекти, такі як якість житла, рівень безпеки, здоров'я та довкілля. Цей показник дозволяє оцінювати рівень комфорту та безпеки, який забезпечується для жителів певної території.

Індекс щастя - це ще один показник, який включає в себе такі показники, як рівень соціального захисту, доходи, доступність медичних послуг, рівень освіти, культурний та соціальний контекст, загальна якість життя та інші.

Також велике значення відіграють такі показники, як умови життя населення та якість життя.

Умови життя – це невідкладні умови життя населення, сюди відносять: зайнятість населення, заробітна плата, доходи, особливості житла, майнова забезпеченість сімей, розвиток соціальних пільг, розвиток галузей соціальної сфери.

Якість життя – це поняття, яке характеризує, з одного боку, тривалість життя, а з іншого – рівень фізичного та психічного здоров'я [3,с.188].

Зокрема, за допомогою оцінки рівня життя населення можна зрозуміти, які проблеми потребують найбільшої уваги та які підходи можуть допомогти їх вирішити. Оцінка рівня життя населення є також важливою для порівняння країн та регіонів. Це дозволяє визначити ті країни, де рівень життя найвищий та розвинутий, та ті, де необхідно зосередити зусилля для покращення якості життя населення.

Однак важливо зазначити, що оцінка рівня життя населення має свої обмеження та недоліки. Наприклад, деякі показники, такі як національний дохід на душу населення, можуть не відображати реальний рівень життя людей, оскільки не враховують інші важливі фактори, такі як рівень безробіття, якість житла та доступність медичної допомоги [4].

Отже, оцінка рівня життя населення є важливим показником, який дозволяє зрозуміти, наскільки комфортно живуть люди в певній країні чи регіоні. Використання різних індексів та показників дозволяє оцінити різні аспекти життя та зробити об'єктивний аналіз стану суспільства та його потреби. Оцінка рівня життя населення може стати основою для розробки та реалізації соціальних програм та проектів, що покращують якість життя населення.

Список літератури

1. OECD Better Life Index.URL: <https://www.oecdbetterlifeindex.org/> (дата звернення: 20.10.2023).

2. Рівень життя та показники ,що його визначають. Крива Лоренца. *Ринок праці та соціальна політика*.URL: <https://studfile.net/preview/7832002/page:38/> (дата звернення: 20.10.2023).

3. Круш П.В., Тульчинська С.О. Макроекономіка: навч. посіб. Вид. 2-ге, переробл. І допов. Центр учбової літератури. 2018. 328с.

4. Рябека О.Г. Оцінка рівня та якості життя населення України. *Економіка та держава*. 11. 2014. С. 46-48.



УДК 336.717.3(477)

Войтенко Н. П.

магістрантка кафедри фінансів, банківської справи та страхування,
Сумський національний аграрний університет

ФОРМУВАННЯ РЕСУРСІВ БАНКУ ЗА РАХУНОК ЗАЛУЧЕННЯ КОШТІВ ФІЗИЧНИХ ОСІБ

За період дослідження з 2019 року по 2023 рік за даними Міністерства фінансів України та Національного банку України функціонують 67 банків, серед яких 30 банків з іноземним капіталом. Слід зазначити, що за 2023 рік спостерігається тенденція до зменшення кількості банків до 65 станом на 01.06.2023 року [1].

Одним із основних джерел формування ресурсів установ банку є залучені кошти. При цьому, до них належать, як кошти на поточних рахунках клієнтів, так і на депозитних в різних валютах. У сучасній банківській практиці формування депозитного портфеля відповідно до вимог підтримання ліквідності банку зазвичай досягається шляхом регулювання співвідношення активів і пасивів за строками до погашення та розрахунку спеціальних коефіцієнтів для оцінки цих співвідношень. Методи, які використовуються сучасними банками, як правило, не призначені для аналізу клієнтської бази та виявлення стабільних депозитних ресурсів, а також не дають відповіді на низку актуальних питань, що виникають при реалізації депозитної політики, а саме: які види ресурсів банк повинен залучати, від яких клієнтів і в якому обсязі, щоб забезпечити стабільність своєї ресурсної бази.

Важливим завданням банківського менеджменту при формуванні депозитного портфеля є планування роботи із залучення депозитних ресурсів, яке включає врахування існуючих коштів за строками, а також прогнозування руху коштів. Для того, щоб забезпечити планування та управління діяльністю із залучення клієнтів, банкам необхідно оцінити залишки грошових коштів, які можуть бути надані потенційними та існуючими клієнтами. Іншими словами, їм необхідно визначити, скільки клієнтів вони повинні мати або залучити, щоб забезпечити певний обсяг депозитів.

Огляд джерел інформації та стажування в Ощадбанку України показує, що для того, щоб якісно прогнозувати та управляти достатнім обсягом депозитних ресурсів, банкам необхідно вирішити такі основні питання:

- розуміти, які клієнти є найбільш вигідними з точки зору потенційно більш ефективного використання депозитних ресурсів. Тобто знати, скільки клієнтів потрібно залучити, щоб забезпечити певний обсяг залишків депозитів та їх складових;

- залучати до банку найбільш вигідних потенційних клієнтів, не забуваючи при цьому про необхідність утримання існуючих клієнтів;

- забезпечити ефективність кожної операції, пов'язаної з обслуговуванням клієнтів. Іншими словами, розраховувати собівартість наданих послуг і визначати їх прибутковість для кожного клієнта;

- розробити інформаційно-аналітичні системи для підтримки прийняття рішень при формуванні депозитних портфелів. Це важливий фактор, що впливає на можливість своєчасного отримання необхідної інформації з метою швидкого та адекватного реагування на зміни.

Для визначення стійкості депозитних ресурсів пропонується використовувати три нові коефіцієнти: показник мінливості залишку коштів, синхронність змін залишків коштів та потенціал надійності коштів рахунку.

Заощадження домогосподарств є окремою групою активів вітчизняних банків. Депозити, залучені від фізичних осіб, характеризуються подвійною природою: з одного боку, депозити є потенційними коштами для вкладників, які вони можуть використовувати в платіжному обороті, а з іншого, кошти, розміщені на депозитному рахунку в банку, можуть приносити певний відсоток прибутку. Тобто, для фізичних осіб депозити відіграють подвійну роль: з одного боку, як гроші, а з іншого - як капітал, що приносить відсотки. Перевага депозитів перед готівкою полягає в тому, що на депозити нараховуються відсотки. З іншого боку, недоліком є те, що депозити приносять нижчу процентну ставку, ніж капітал, який зазвичай вкладається в більш ризиковані сфери інвестування.

Комерційні банки на конкурентному депозитному ринку повинні постійно прагнути поліпшити як кількість, так і якість своїх депозитів. Для цього вони використовують різні методи (процентні ставки, різноманітні послуги та пільги для вкладників, комплексне обслуговування). При цьому всі банки дотримуються низки базових принципів при організації депозитних операцій з фізичними особами:

- депозитний бізнес має бути основним джерелом подальших активних операцій банку, а депозитні операції повинні бути різноманітними і здійснюватися з різними суб'єктами;

- депозитні та кредитні операції повинні забезпечувати взаємопов'язаність за строками та сумами депозитів та банківських кредитів;

- організація депозитних операцій банку має бути спрямована на мінімізацію вільних коштів з метою зменшення витрат на їх обслуговування;

- банки повинні постійно вживати необхідних заходів для розвитку банківських послуг, що сприяють залученню депозитів від фізичних осіб.

Таким чином, особливістю банків як специфічних інститутів є те, що вони оперують переважно залученими ресурсами. Кількісні та якісні характеристики залучених ресурсів визначають потенціал банку, впливають на його ліквідність та стійкість. Ефективна та виважена політика у сфері управління коштами, залученими від фізичних осіб, є не тільки атрибутом якісного банківського менеджменту нормально функціонуючого банку, а й важливою умовою забезпечення конкурентоспроможності, стабільності та прибуткової діяльності банку.

Список літератури

1. Кількість банків в Україні (2008-2023) / Мінфін (minfin.com.ua). URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/banks/stat/count/> (дата звернення: 24.10.2023).

Кліпіліна А. В.

магістрант кафедри фінансів, грошового обігу і кредиту,
Львівський національний університет імені Івана Франка

РОЗВИТОК ОВЕРСАЙТУ ПЛАТІЖНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ В УКРАЇНІ

У сучасних умовах від надійної роботи окремих платіжних систем залежить безпека й оперативність проведення розрахунків і платежів між фізичними та юридичними особами як у межах окремих країн, так і в транскордонному вимірі.

Центральний банк під час оверсайта певною мірою контролює діяльність, по-перше, кожного окремого суб'єкта платіжної системи (наприклад, вилучає зі списку учасників платіжної системи банки, які перебувають на стадії ліквідації, проводить виїзні перевірки учасників, операторів платіжної системи тощо); по-друге, окремої платіжної системи загалом (зокрема, через її комплексне оцінювання), а, по-третє, також аналізує, регулює, сприяє розвитку всієї сукупності платіжних систем і зв'язків між ними як у країні, так і поза її межами, якщо йдеться про міжнародні платіжні системи, котрі здійснюють діяльність на території більш ніж однієї країни [6].

Оверсайт ґрунтується на таких міжнародних принципах [1]:

1) прозорість (транспарентність) – оприлюднення центральним банком політики у сфері нагляду та вимог до платіжних систем;

2) міжнародні стандарти – прийняття центральним банком визнаних на міжнародному рівні стандартів платіжно-розрахункових систем;

3) достатні повноваження та можливості – наявність у центральних банків повноважень та можливостей для ефективного виконання функції оверсайта;

4) послідовність – стандарти оверсайта повинні застосовуватися послідовно до всіх аналогічних платіжно-розрахункових систем, включаючи системи, керовані центральним банком.

Об'єктами оверсайта є [4]:

1) оператори платіжних систем, розрахункові банки, технологічні оператори, учасники платіжних систем у частині дотримання ними законодавства, що регулює діяльність платіжних систем, надання послуг технологічними операторами;

2) надавачі платіжних послуг у частині використання ними платіжних інструментів, схем виконання платіжних операцій, електронних та цифрових грошей, взаємодії з іншими учасниками платіжного ринку;

3) емітенти електронних грошей у частині випуску та використання електронних грошей.

Національний банк під час оцінювання платіжної системи особливу увагу має приділяти такому [3]:

1) здатності платіжної системи надавати швидкі, безпечні та економічно вигідні послуги суб'єктам економіки з метою створення сприятливих умов для функціонування фінансових ринків та економіки загалом;

2) ефективності і надійності схем взаєморозрахунків за проведеними платіжними операціями;

3) дієвості політики управління ризиками, яку проводить оператор платіжної системи, тощо.

Значною подією в напрямі розвитку оверсайту в 2022 році стало введення в дію Закону України “Про платіжні послуги” [5], спрямованого на модернізацію та інноваційний розвиток платіжного ринку. Цим законом, зокрема реалізовано Другу європейську директиву про платіжні послуги, зобов'язання щодо імплементації якої взято Україною відповідно до Угоди про асоціацію з Європейським Союзом, розширено функцію оверсайту, поряд із платіжними системами, на платіжні інструменти та схеми, перелік об'єктів оверсайту та повноваження Національного банку [2].

Головним нормативно-правовим актом, який реалізує статтю 82 Закону “Про платіжні послуги” є Положення про порядок здійснення оверсайту платіжної інфраструктури в Україні № 187, затверджене НБУ в серпні 2022 року на заміну

Положення про нагляд (оверсайт) платіжних систем та систем розрахунків в Україні № 755.

Оновлене положення визначає організаційні засади та порядок оверсайту платіжної інфраструктури в Україні і встановлює [2]:

- вимоги до об'єктів оверсайту (операторів платіжних систем, учасників платіжних систем, розрахункових банків, технологічних операторів, надавачів платіжних послуг та емітентів електронних грошей);

- порядок та критерії віднесення платіжних систем до категорій системно важливих та важливих, а учасників платіжних систем, технологічних операторів платіжних послуг, надавачів платіжних послуг та емітентів електронних грошей до категорії важливих;

- підвищені вимоги до об'єктів оверсайту, яких віднесено до категорій важливості;

- порядок здійснення оцінювання платіжних систем на відповідність міжнародним стандартам PFMI та надання рекомендацій за результатами оцінювання для удосконалення діяльності платіжної системи, інше.

Для реалізації оверсайту платіжних інструментів Національний банк взяв за основу підходи Європейського центрального банку, визначені в документах “Eurosystem oversight framework for electronic payment instruments, schemes and arrangements” (документи PISA), які були введено в дію у листопаді 2022 року. Документи PISA встановлюють стандарти оверсайту електронних платіжних інструментів, схем та домовленостей центральними банками Європейської системи центральних банків. Метою прийняття документів PISA є підвищення безпеки та ефективності платіжної інфраструктури в ЄС з огляду на стрімкий розвиток інновацій у сфері платежів, появу нових платіжних послуг, технологій, гравців на ринку та засобів платежу, які є за межами традиційного поняття платіжних інструментів [2].

Крім того, у 2022 році Національний банк суттєво удосконалив порядок здійснення виїзного та безвиїзного моніторингу об'єктів оверсайту, вперше регламентувавши це на рівні нормативно-правового акта в Положенні про проведення виїзного та безвиїзного моніторингу об'єктів оверсайту платіжної інфраструктури № 257.

Отже, оверсайт платіжної інфраструктури в Україні відіграє ключову роль у забезпеченні функціонування надійної, безпечної та ефективної системи платежів, що є важливим для фінансової стабільності та розвитку країни.

Список літератури

1. Вишивана Б.М., Терешко О.М. Оверсайт платіжно-розрахункових систем: теоретичні аспекти та механізм реалізації в Україні. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія : Економіка і менеджмент. 2015. Вип. 11. С. 216-222.

2. Звіт з оверсайту інфраструктури фінансового ринку за 2022 рік. URL: https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/Report_oversight_2022.pdf?v=4 (дата звернення: 20.10.2023).

3. Концепція запровадження нагляду (оверсайта) за платіжними системами в Україні. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v0426500-10#Text> (дата звернення: 19.10.2023).

4. Оверсайт інфраструктур фінансового ринку. Офіційний сайт Національного банку України. URL: <https://bank.gov.ua/ua/payments/oversite> (дата звернення: 20.10.2023).

5. Про платіжні послуги: Закон України від 30.06.2021 р. № 1591-IX зі змінами. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1591-20#Text> (дата звернення: 20.10.2023).

6. Содома Р.І., Агрес О.Г., Шматковська Т.О. Платіжні системи в умовах діджиталізації. Вісник ЛНАУ. 2020. № 27. С 87–91.

УДК 658.14/.15

Корнієнко В. О.

магістрантка,

Білоцерківський національний аграрний університет

АЛГОРИТМ ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВА

Формування та використанням фінансових ресурсів підприємства одна з важливих складових загальної системи управління фінансовою діяльністю. Раціональний розподіл фінансових ресурсів підприємства є передумовою досягнення високих фінансових результатів його фінансово-комерційної діяльності та отримання додаткового прибутку. Процес управління формуванням фінансових ресурсів включає ряд етапів, які слід розглянути більш детально.

Перший етап. Аналіз ефективності формування фінансових ресурсів у попередньому періоді. Даний етап зводиться до виявлення резервів підвищення ефективності в управлінні формуванням фінансових ресурсів у попередньому періоді, тобто визначається, чи було досягнуто головної мети застосування комерційного розрахунку – максимального прибутку за мінімальної вартості фінансових ресурсів та мінімально можливого ризику.

Другий етап. Постановка стратегічних та тактичних завдань на плановий період. Передбачається визначення шляхів використання резервів, виявлених на попередньому етапі та використання їх при реалізації стратегічних задач та поточних завдань щодо оптимізації фінансового капіталу, вибору джерел формування фінансових ресурсів, управління ризиками.

Третій етап. Визначення потреби в фінансових ресурсах. Даний етап полягає у визначенні грошового еквіваленту потреби підприємства у грошових та матеріальних засобах, необхідних для виконання поставлених цілей та забезпечення фінансової рівноваги.

Четвертий етап. Оптимізація структури фінансових ресурсів. Серед багатьох аспектів формування фінансових ресурсів даний являється найскладнішим та найважливішим. Звичайно, збільшення власних фінансових ресурсів дозволяє підтримувати високу фінансову стійкість, але існують об'єктивні причини, що формують потребу в додаткових фінансових ресурсах у вигляді позикового капіталу.

П'ятий етап. Вибір джерел фінансових ресурсів в розрізі окремих видів фінансових ресурсів. Процес дуже трудомісткий і включає в себе вибір джерел за переліком критеріїв, відповідність їх цілям підприємства, строкам, на які кошти заморожуються в активах, вартість залучення, умови залучення. Підприємства комбінують різні джерела фінансування, тому вони повинні формувати структуру фінансових ресурсів з найменшою середньозваженою вартістю капіталу.

Шостий етап. Управління ризиками, що виникають в процесі формування фінансових ресурсів. Визначається кінцевими результатами діяльності підприємства, на які впливають крім фінансового, виробничий й комерційний ризики. Виробничий ризик пов'язаний із можливістю збоїв у матеріально-технічному постачанні, ризиком росту цін на сировину, невиконанням виробничої програми. Комерційний ризик обумовлений невизначеністю попиту, неплатоспроможністю контрагентів. Фінансовий – неплатоспроможністю підприємства, ризиком зміни процентної ставки, ймовірністю зниження інвестиційної привабливості [1, с. 80].

Сьомий етап. Складання фінансового плану. Цей етап полягає у зведенні планових виробничих та маркетингових показників із запланованими обсягами фінансових ресурсів, джерелами їх формування на основі визначеної структури капіталу, допустимого рівня ризику та відображенні їх в різних видах фінансового плану.

Восьмий етап. Практичні дії із залучення джерел фінансових ресурсів. Цей етап здійснюється окремо по кожному джерелу фінансування в процесі формування власного і позикового капіталу. В умовах дії принципів самофінансування, саморегулювання, самоокупності та матеріальної відповідальності особливо важливе значення має залучення позикового капіталу за найменшою вартістю та за мінімально допустимого ризику з метою досягнення максимального прибутку.

Отже, врахування алгоритму формування фінансових ресурсів підприємства, а саме дотримання його чіткої послідовності, забезпечить реалізацію поставлених стратегічних цілей, встановлення оптимального співвідношення між джерелами формування ресурсів, досягнення мінімізації ризиків, нормальної фінансової стійкості підприємства та конкурентоспроможності на ринку.

Список літератури

1. Ванькович Д. В. Оцінка невизначеності й ризику в системі управління фінансовими ресурсами промислових підприємств / Д.В. Ванькович // Фінанси України. 2011. №9. С. 79-86

УДК 336.74

Суходольська Д.
здобувачка вищої освіти
другого (магістерського) рівня
Державний податковий університет
Науковий керівник:
Теліщук М.
старший викладач кафедри економічної політики
Державний податковий університет

КРИПТОВАЛЮТИ, БЛОКЧЕЙН-ТЕХНОЛОГІЯ ТА СУЧАСНІ ТРАДИЦІЙНІ ФІНАНСОВІ РИНКИ

В останні роки криптовалюти та блокчейн-технології стали об'єктом значного інтересу як серед фахівців у галузі фінансів, так і серед інвесторів та звичайних громадян. Ці інноваційні технології зазнали значного розвитку і мають потенціал впливу на сучасні фінансові ринки, їхню структуру, функціонування та регулювання. Дослідження ролі криптовалют та блокчейн-технологій у трансформації фінансових

ринків стає все більш важливим для розуміння їх впливу та визначення оптимальних стратегій управління в цьому новому фінансовому середовищі.

В останні десятиліття світ фінансів пережив суттєві зміни завдяки швидкому розвитку криптовалют та блокчейн-технологій. Цей період в історії фінансового сектору можна охарактеризувати як перехід від традиційних методів обробки та переказу грошей до цифрового економічного ландшафту. Криптовалюти стали своєрідними “зірками” фінансового світу, перевернувши звичне уявлення про гроші та транзакції з ніг на голову. Водночас, блокчейн-технологія відкрила широкий спектр можливостей для революції у фінансовому секторі та підвищення ефективності операцій.

Наприклад, відомий Bitcoin, який був створений в 2009 році, відкрив шлях для інших криптовалют і блокчейн-проектів. Криптовалюти надають можливість проведення фінансових транзакцій без посередництва банків чи інших фінансових установ. Однак ця нова технологія також супроводжується певними ризиками, включаючи волатильність цін і питання щодо регулювання.

Блокчейн-технологія, що стоїть за багатьма криптовалютами, має значний вплив на фінансову галузь. Блокчейн - це розподілена база даних, яка функціонує за принципом ланцюжка блоків, де інформація зберігається у вигляді блоків і з'єднується у послідовний ланцюжок [1, с. 22]. Ця технологія принесла численні переваги для фінансового сектору, зокрема:

- безпека та надійність - блокчейн забезпечує високий рівень безпеки завдяки шифруванню та децентралізації. Інформація розподіляється по багатьох вузлах мережі, що робить її менш вразливою до кібератак та маніпуляцій;
- швидкість та ефективність - за допомогою блокчейн транзакції можуть оброблятися швидше, оскільки немає необхідності в посередниках або проміжних етапах. Це особливо важливо для міжнародних транзакцій;
- низькі витрати - відсутність посередників та зайвих комісійних витрат дозволяє транзакціям з використанням блокчейн бути більш вигідними для користувачів;
- розширені можливості - блокчейн дозволяє створювати “розумні контракти”, тобто програми, що автоматизують та виконують угоди при заданих умовах, що дає змогу спростити й автоматизувати багато фінансових операцій [3, с. 6].

Водночас, впровадження блокчейну в фінансову сферу також несе і свої виклики, такі як питання регулювання, конфіденційності даних, захисту даних, питання щодо регулювання та легальності в різних країнах та інші. Однак немає сумнівів у тому, що ця технологія змінює фінансовий ландшафт і відкриває широкі перспективи для інновацій та вдосконалення фінансових процесів. Ці інновації вже змінюють наше уявлення про фінансову систему та взаємодію з нею.

Криптовалюти та блокчейн-технології відрізняються від традиційних фінансових інструментів, а саме:

1. Криптовалюти та блокчейн побудовані на принципі децентралізації, що означає відсутність контролю з боку централізованих фінансових установ - це надає більше фінансової незалежності та можливості користувачам керувати своїми активами. В той час, як традиційні фінансові інструменти зазвичай централізовані, і активи зберігаються у фінансових установах або посередників, таких як банки чи брокери.

2. Усі транзакції в блокчейні фіксуються у глобальному реєстрі (ланцюжку блоків) і доступні для перевірки всіма учасниками мережі, що створює високий рівень прозорості та довіри, оскільки інформація не може бути прихована чи змінена.

В сфері традиційних фінансових інструментів транзакції можуть бути менш прозорими та доступними для публічного перегляду.

3. Криптовалюти дозволяють проводити транзакції з низькою комісією чи взагалі без неї, особливо в порівнянні з традиційними банківськими системами, де великі комісії та збори за обслуговування можуть становити значну частину витрат [2, с. 40].

4. Криптовалюти піддаються великій волатильності курсів, і це може призвести до значних коливань вартості активів протягом короткого періоду часу. Хоча традиційні валюти теж можуть піддаватися волатильності, вони часто менш волатильні, і центральні банки можуть приймати заходи для їх стабілізації.

5. Транзакції з криптовалютами можуть бути виконані швидше, адже не залежать від вихідних та святкових днів, що не можна сказати про традиційні фінансові інструменти, адже є обмеження робочими годинами.

6. Питання регулювання криптовалют ще повністю не вирішені і можуть варіюватися в різних країнах, в той час як традиційні фінансові інструменти зазвичай піддаються строгому регулюванню державою та міжнародними організаціями.

Ці відмінності роблять криптовалюти та блокчейн-технології унікальними інструментами, які доповнюють традиційну фінансову систему, адже набувають все більшого визнання, набувають нових перспективи для фінансових інновацій, блокчейн-технологій та цифрових платформ, що може змінити сучасний підхід до фінансів та економіки в майбутньому [2, с. 41].

Взаємодія між криптовалютами та традиційними фінансовими активами, такими як, наприклад, акції та облігації є складною системою, на даний час. Наприклад, інвестори можуть використовувати ринок криптовалют для диверсифікації свого портфелю, оскільки цифрові активи рухаються незалежно від традиційних. Однак, це супроводжується додатковими ризиками, адже ринок криптовалют досить нестабільний та регульований менше, ніж традиційні активи.

Отже, в цілому, взаємодія між криптовалютами та традиційними фінансовими активами має свої переваги та ризики. Інвестори повинні мати розуміння криптовалют та блокчейн-технології, діяти обережно та обмірковано, розуміючи всі аспекти цієї взаємодії, адже існує високий ризик втрати. Криптовалюти та блокчейн-технологія відкривають нові можливості для сучасних традиційних фінансових ринків, але вимагають обачливості та розуміння для використання їхнього потенціалу та мінімізації ризиків.

Список літератури

1. Могилка Д. С. Розвиток фінансових технологій в умовах цифровізації економіки : робота на здобуття кваліфікаційного ступеня бакалавра : спец. 076 - підприємництво, торгівля та біржова діяльність / наук. кер. Н. А. Антонюк. Суми : Сумський державний університет, 2022. 33 с.

2. Прокопенко, О., & Орлов, В. (2023). ОСНОВНІ НАПРЯМКИ ВПРОВАДЖЕННЯ І РОЗВІТКУ КРИПТОВАЛЮТИ В УКРАЇНІ. *Грааль науки*, (30), 40–43. <https://doi.org/10.36074/grail-of-science.04.08.2023.003>

3. Чобулда, Д. О. Розробка калькулятора ставки для блокчейн систем = Development of a staking calculator for blockchain systems: кваліфікаційна робота на здобуття ступеня вищої освіти “бакалавр” / Д. О. Чобулда; наук. керівник к. п. н. доц. М. О. Вінник; Міністерство освіти і науки України; Херсонський держ. ун-т, ф-т комп’ютерних наук, фізики та математики, кафедра комп’ютерних наук та програмної інженерії. – Херсон: ХДУ, 2023. – 42 с.

СЕКЦІЯ 8

SECTION 8

МАТЕМАТИЧНІ МЕТОДИ, МОДЕЛІ ТА
ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЕКОНОМІЦІ
MATHEMATICAL METHODS, MODELS, AND
INFORMATIONAL TECHNOLOGIES IN ECONOMICS

УДК 330.3:004

Radiev D. V.

A recipient of higher education with the scientific
degree of Doctor of Philosophy
Classic Private University

Kolomiets V. M.

Doctor of Economics, docent,
Professor of Accounting and Economic Analysis
Melitopol institute of Publik and Municipal
Administration of the “Classic Private University”

INSTITUTIONAL REQUIREMENTS FOR THE DEVELOPMENT
OF THE DIGITAL ECONOMY

The development of the digital economy is due to the dynamic growth of the rhythm of society's life. There was a need for mutual relations and communications. Also, the spread of international integration, various structural changes in the national economy of countries, the chaotic spread of the coronavirus disease, continuous military operations in Ukraine, the existing temporary occupation of significant lands of Ukraine, the task of restoring the destroyed territories became events that determined the rapid development of digitalization.

A number of prerequisites exerted a strong influence and became a thorough basis for the flourishing of digital technologies, which forced changes in international society, traditional activities of business entities, and the life of the country's population, and became an objective basis for the formation of a digital economy.

For this study, the study of the institutional prerequisites for the development of the digital economy as part of their totality became a priority direction.

N. Volosnikova, V. Serzhanov, and F. Abramov deal with the definition of institutional factors [1]. They note that “Both the formal rules of financial monitoring and the formal rules of financial investigations are characterized by two important features from the point of view of the danger of the spread of corruption: first, a high level of transactional inefficiency, that is, for the client, passing the relevant formal rules is associated with significant transaction costs; secondly, broad discretionary powers of officials of controlling institutions, which are necessary for the implementation of financial monitoring tasks” [1].

I. Yakushko names, among other factors, the development of digital transformation “institutional (level of digital literacy, propensity of the population to use innovative technologies, presence of innovative culture in society) and institutional (the presence of state authorities that carry out state policy in the field of digital technologies, the quality of state policy in the field of information technologies, the quality and stability of

regulatory support for the development of digital transformation processes, the effectiveness of the system of training specialists in the field of information technologies, the development of digital infrastructure in the country, the effectiveness of the system of training scientific personnel for research in the field of information technologies, the presence of high-quality legislation in the field of intellectual property protection)” [2].

The authors focused attention on selected institutional prerequisites for the development of the digital economy. Their list has been improved and expanded.

Thus, the formation of the digital economy is facilitated by: the institutional system; the presence of state authorities that implement state policy in the field of digital technologies; the quality of state policy in the field of information technologies; the quality and stability of regulatory and legal support for the development of digital transformation processes; availability of high-quality legislation in the field of intellectual property protection; state institutional control of the development of the digital economy; formation of the legislative basis; the need to comply with legal standards of activity; the need for cooperation between governments and regulatory bodies with entrepreneurs, business entities and civil society; state programs to support digital innovations; improvement of the electronic government system; cooperation of citizens with governments; development of decentralization of power; possibility of supervision and control of state bodies; strengthening of control over the population by the state; legal standards of activity; development of intellectual property protection; improvement of cultural norms and values; moral and ethical standards of society; fight against the shadow economy; promoting the prosperity of the shadow economy; the need to increase protection against shadow schemes; aggressive attitude to legislation; ignoring the law; various formal rules (rules of financial monitoring, formal rules of financial investigations); a high level of transactional inefficiency due to the wide discretionary powers of officials of regulatory agencies.

The list of institutional prerequisites for the development of the digital economy is not final and unlimited. Requires constant monitoring and updating.

Further directions of research are determined to clarify the hierarchy and interrelationships of prerequisites, their significance and fate in the overall structure. Such an analysis will provide an understanding of the need to develop or reduce the influence of a separate premise, which will become the basis for increasing the efficiency of the digital economy.

References

1. Volosnikova, N. M., Serzhanov, V. V., Abramov, F. V. (2023). Poperedzhennya koruptsiyi v systemi fivnansovoho monitorynhu: instytutsiynyy pidkhid. [Prevention of corruption in the financial monitoring system: an institutional approach]. 4(04). doi: <https://doi.org/10.32782/dees.4-1>. (in Ukrainian).

2. Yakushko, I. V. (2022) Peredumovy vynyknennya tsyfrovoyi transformatsiyi ta faktory yiyi rozvytku v ekonomichnykh systemakh. [Prerequisites for the Emergence of Digital Transformation and Factors of ITS Development in Economic Systems]. *Problemy suchasnykh transformatsiy. Seriya: ekonomika ta upravlinnya* [Problems of modern transformations. Series: economics and management]. 3. doi: 10.54929/2786-5738-2022-3-03-05. (in Ukrainian).



УДК 005.658

Акімов К. Е.

здобувач магістерського рівня вищої освіти
Донбаська державна машинобудівна академія
м. Краматорськ-Тернопіль, Україна

Шашко В. О.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри менеджменту
Донбаська державна машинобудівна академія
м. Краматорськ-Тернопіль, Україна

“КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ” ЯК ЕКОНОМІЧНА КАТЕГОРІЯ

В умовах постійної зміни зовнішнього середовища будь-яке підприємство повинне докласти всі зусилля, щоб захистити бізнес, утримати інтелектуальний капітал (кваліфіковані кадри) і підвищувати свою життєздатність. В цих умовах основна мета управління – підвищення життєздатності та конкурентоспроможності компанії.

Слід розрізнити поняття “конкурентоспроможність” у вузькому та широкому сенсі. У вузькому значенні воно розкриває кількісні та якісні характеристики виробленої товаровиробниками продукції, що вкладаються в середні для даного ринку показники витрат і якості товарів, що поставляються на цей ринок [1, 2]. Під конкурентоспроможністю у широкому сенсі розуміються кількісні і якісні характеристики показників, що визначають соціально-економічний розвиток країни та потенціалу її подальшого зростання і вдосконалення.

Конкурентоспроможність підприємства (організації) – здатність підприємства (організації) бути затребуваним на ринку товарів та послуг, досягати стратегічних цілей, випереджати та передбачати попит, а також пристосовуватися до змін ринкових умов шляхом задоволення конкретних суспільних потреб та підвищення ефективності виробничо-господарської діяльності на основі використовуваних людських ресурсів (потенціалу). Потенційні можливості підприємства до ведення конкурентної боротьби і виграшу в ній прийнято називати конкурентним потенціалом.

Існує чотири групи зовнішніх чинників: макро- і мезосередовища, а також сучасні та стратегічні. Сучасні зовнішні чинники формують поточний рівень конкурентоспроможності підприємства. Стратегічні зовнішні чинники конкурентоспроможності впливають на майбутній розподіл сил, а отже – на стратегічний рівень конкурентоспроможності підприємства. Зовнішні чинники мезосередовища зазнають вплив макрочинників, а тому останні здійснюють на підприємство прямий і опосередкований вплив. Внутрішні чинники конкурентоспроможності формуються самим підприємством, але по-перше, тільки з того, що є ззовні. І, по-друге, продовжують існувати навіть у трансформованому у внутрішній потенціал підприємства вигляді не ізольовано, а в наявному середовищі, а значить продовжують зазнавати вплив зовнішніх чинників. Зовнішні чинники макросередовища впливають на рівень конкурентоспроможності підприємства одночасно і ззовні і зсередини.

Маркетинг дозволяє вивчити вплив зовнішніх умов на конкурентоспроможність підприємств. Можливості завоювання підприємством будь-якого ринку залежать не тільки від внутрішніх факторів, а й від обставин, що складаються на ринку. Виділяють такі чинники, які впливають інтенсивність конкуренції і цим впливають на рівень конкурентоспроможності підприємств: потенційна ємність ринку; легкість доступу; вид товару; вхідні бар'єри (необхідні інвестиції, державне регулювання); однорідність ринку; структура галузі чи конкурентні позиції підприємства; ступінь залучення підприємств у цю галузь; можливість технологічних нововведень; економія на масштабі; диверсифікація підприємств.

Управління конкурентоспроможністю підприємства є певним аспектом менеджменту підприємства, що спрямовано на формування, розвиток і реалізацію конкурентних переваг і забезпечення життєздатності підприємства як суб'єкта економічної конкуренції. Його метою є забезпечення життєздатності і стійкого функціонування підприємства за будь-яких економічних, політичних, соціальних і інших змін в його зовнішньому середовищі.

Список літератури

1. Багрова І.В., Нефедова О.Г. Складові та фактори конкурентоспроможності. Вісник економічної науки України. 2007. № 1(11). С. 11–16.

2. Захарченко В.І., Родіонов Д.А. Узагальнення методичних підходів з оцінки конкурентоспроможності промислових підприємств. Теорії конкуренції та практики визначення конкурентоспроможності в умовах безпеко-орієнтованого розвитку: кол. монографія. Одеса, Фенікс, 2020. 196 с.

УДК 658.62.01

Нечипоренко В. В.

к. с.-г. н., доцент кафедри маркетингу та логістики
Сумський національний аграрний університет

БЕНЧМАРКІНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ГОСПОДАРЮЮЧИХ СУБ'ЄКТІВ АГРАРНОЇ СФЕРИ ЕКОНОМІКИ

Найважливішим фактором, що визначає стійке та ефективне функціонування господарюючих суб'єктів в умовах ринкової економіки, є підвищення їх конкурентоспроможності. Саме конкурентоспроможність є тією економічною характеристикою, яка визначає ринковий механізм впливу на виробників товарів і послуг, змушуючи їх підвищувати ефективність своєї діяльності під загрозою витіснення з конкретного цільового ринку [3, с. 121]. У зв'язку з цим особливої актуальності набуває подальший пошук ефективних інструментів, засобів і шляхів підвищення конкурентоспроможності вітчизняних товаровиробників. Одним з таких інструментів в сучасних економічних умовах є бенчмаркінг.

Бенчмаркінг, згідно з класичним визначенням, є способом оцінки стратегій і цілей господарюючих суб'єктів в порівнянні з кращими бізнес-структурами для визначення їх місця на конкретному ринку. Це процес виявлення, розуміння та адаптації існуючих прикладів ефективного функціонування аналогічних організацій з метою покращення їх власної діяльності [1, с. 545].

Суть цього процесу полягає в тому, щоб зібрати якомога більше інформації про різних господарюючих суб'єктів певного сегменту ринку - партнерів і конкурентів, що дозволяє отримати широке уявлення про характер діяльності лідерів конкурентного середовища, про причини їх успіху. Предметом дослідження можуть бути виробничі процеси, використовувані технології, методи організації виробництва і реалізації продукції, методи управління, маркетингові дослідження, безпека та ін. [2, с. 66].

В кінцевому підсумку отримана інформація узагальнюється і використовується для побудови власної моделі ефективного розвитку бізнесу. Адже метою бенчмаркінгу є підвищення ефективності діяльності організації на основі порівняння її діяльності з кращими господарюючими суб'єктами ринку і в галузі з подальшим впровадженням змін для досягнення і підтримки конкурентоспроможності, отримання переваг в конкурентній боротьбі [1, с. 545].

Саме задля досягнення мети бенчмаркінгу використовують деякі способи:

1. Порівняння продуктивності: порівняння власної продуктивності з продуктивністю найкращих господарюючих суб'єктів у галузі сільського господарства. Це може стосуватися вирощування рослин, тваринництва, використання ресурсів (води, добрив, енергії) та інших аспектів діяльності.

2. Оптимізація процесів: вивчення операційних процесів кращих аграрних підприємств дозволить зрозуміти, за рахунок чого досягається ефективність. Застосування кращих практик, підвищить продуктивність і сприятиме зниженню витрат.

3. Оптимізація витрат: порівняння витрат на виробництво з іншими господарюючими суб'єктами аграрної сфери економіки може вказати на можливість зниження витрат шляхом оптимізації виробничих процесів, закупівлі сировини, логістики тощо.

4. Якість продукції: якість продукції може бути порівняна з якістю продукції конкурентів. Це допоможе зрозуміти, як покращити якість своєї продукції, щоб задовольнити потреби ринку.

5. Інновації: вивчення інноваційних практик може допомогти впроваджувати нові ідеї та технології у сільському господарстві.

6. Клієнтська спрямованість: аналіз клієнтської спрямованості і обслуговування клієнтів інших аграрних підприємств може допомогти вдосконалити власні послуги та взаємодію з клієнтами.

7. Стратегічне планування: порівняння стратегій конкурентів допоможе зрозуміти, як покращити стратегію розвитку та ринкову позицію.

Таким чином, бенчмаркінг, як інструмент підвищення конкурентоспроможності дозволить господарюючим суб'єктам аграрної сфери економіки вийти на абсолютно новий рівень, оскільки орієнтація господарств спрямована на постійний пошук і активне впровадження дієвих технологій у маркетингу, що одночасно забезпечить стійку конкурентоспроможність і сформує найбільшу споживчу цінність.

Список літератури:

1. Попович Д.В. Бенчмаркінг як дієвий інструмент управління ефективністю підприємства. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2015. № 4. С. 544–546

2. Шевченко О.М. Економічна сутність бенчмаркінгу та його роль у інноваційному розвитку підприємства. *Бізнес-інформ*. 2014. № 4. С. 64–67.

3. Яців І.Б., Бобровник Д.О. Концептуальні засади розвитку бенчмаркінгу на підприємствах аграрної сфери. *Український журнал прикладної економіки*. 2018. Том 3. №1. С.120-127.

Паращук В. Л.
магістр спеціальності “Готельно-ресторанна справа”

Науковий керівник:

Головня О. М.

д.е.н., доцент кафедри менеджменту зовнішньоекономічної діяльності,
готельно-ресторанної справи та туризму
Вінницький національний аграрний університет

ОСОБЛИВОСТІ РЕКЛАМНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ЗАКЛАДАХ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

Передумовою досягнення економічного успіху та забезпечення конкурентоспроможності як готельно-ресторанного бізнесу України загалом, так і конкретного підприємства зокрема є активізація інноваційної діяльності та розроблення відповідної інноваційної стратегії. Вона повинна ґрунтуватися на новизні послуг, поліпшенні технологічності їх надання, економічній та соціальній ефективності [2, с. 111].

Ми живемо в епоху, коли їжа з усього світу доступна одним натисканням кнопки. За допомогою простого завантаження програми ми лише натискаємо кнопку, щоб отримати карнітас, реберця, піцу або навіть тости з авокадо. Маючи так багато можливостей, власники ресторанів стикаються з величезною конкуренцією. Але за правильного маркетингу є безліч способів залишити конкурентів позаду. Ось тут і приходять на допомогу ідеї правильної реклами та готельно-ресторанного маркетингу.

Зрозуміло, що в першу чергу будь-якому готельно-ресторанному закладу потрібен зручний та добре продуманий веб-сайт. Платна реклама та інформаційні бюлетені електронною поштою є важливою частиною будь-якого маркетингового комплексу. Розширити бізнес в сфері готельно-ресторанної сфери можна за допомогою таких методів:

1. Встановити спонсорський намет на місцевих заходах, фестивалях. Ресторани можуть встановити невеликі намети з їжею, демонструючи свої найкращі страви та напої на місцевих кулінарних фестивалях, карнавалах та навіть пивних фестивалях. Встановлення місця для намету зазвичай передбачає спонсорвання заходу, внаслідок якого логотип закладу також буде розміщено на матеріалах фестивалю. Можна роздавати маркетингові матеріали, веселі подарунки та навіть рекламувати свої товари.

2. Розміщувати рекламу у місцевих туристичних офісах. Офіси гостинності та туризму у містах існують для того, щоб приносити в цей район подорожі та дохід. Можна створювати брошури, листівки, друковані купони або інші невеликі та ефективні рекламні оголошення для показу у регіоні в таких місцях: офіс регіональної торгово-промислової палати, туристичні офіси, виставкові центри, зони відпочинку. Перш ніж створювати рекламні матеріали, варто відвідати ці місця та подивитися, які є варіанти реклами, що роблять конкуренти та створити матеріали, які виділять вас серед інших.

3. Просування ресторану на Facebook. Постійно з'являються нові сайти соціальних мереж, але Facebook, як і раніше, безроздільно панує. Станом на 2021 рік Facebook незмінно вважається найкращим сайтом соціальних мереж, і він мав 2,8 мільярда активних користувачів платформи. І все ж існує безліч ресторанів, які не використовують всі переваги цієї платформи.

Бізнес-сторінка на Facebook має містити основні моменти меню, контактну інформацію, години роботи, відгуки гостей і т.д. Але це тільки початок, і саме тут багато ресторанів зазнають невдачі. Важливо підтримувати сторінку, використовувати її як центр для спілкування та взаємодії з клієнтами. Регулярно публікувати повідомлення, завжди відповідати на відгуки, створювати зрозумілий та привабливий заклик до дії та застосовувати всі без винятку поради з маркетингу Facebook, які мають сенс для готельно-ресторанного бізнесу.

4. Використовувати Instagram нетрадиційними способами. Крім демонстрації найкращих страв, які може запропонувати ресторан, регулярні публікації в Instagram також можуть допомогти встановити зв'язок із членами команди, захопленими фотографією. Не весь маркетинговий успіх є результатом прямої кампанії. Сарафанний маркетинг, як і раніше, залишається неймовірно важливою частиною успіху будь-якого бізнесу. Співробітники, яким подобається працювати та мають можливість цілодобово займатися своїми захопленнями, ймовірно, у захваті від цього досвіду своїм друзям у неробочий час. Можна влаштувати конкурси між співробітниками та відвідувачами, щоб заохочувати публікацію фотографій, використання креативних хештегів, коментування та обмін повідомленнями.

5. Використовувати соціальні мережі для посилення перехресного просування з місцевим бізнесом. Просування ресторану через соціальні мережі — один із найпростіших і найдоступніших способів охопити масову аудиторію. Під час публікації варто відзначати місцеві компанії та підприємства, які заклад обслуговує. Коли публікації схвалюються бізнес-сторінкою, вони також стають видимими для користувачів, підключених до цієї сторінки. Це симбіотичні відносини для обох сторін завжди. Можна запропонувати гостям сфотографувати їжу, опублікувати фотографію, відзначити свій ресторан та додати хештег #MealOfTheDay, щоб виграти безкоштовний обід.

6. Використовувати офлайн-каталоги ресторанів. Можливо, це “застаріла” з усіх ідей ресторанного маркетингу в цьому списку, але це не означає, що вона неефективна. Найбільш успішні ресторани реалізують маркетингові стратегії, орієнтовані на всі верстви населення. Незважаючи на те, що багато сучасних гурманів добре розуміються на технологіях, не всім подобається шукати місце, де можна поїсти в Інтернеті. Фізичний каталог може бути привабливішим, особливо серед представників старшого покоління чи сільських районів, де надійні інтернет-послуги можуть бути недоступними [1].

Можна рекламувати свій ресторан, включивши свою інформацію в якнайбільше місцевих каталогів, наприклад: каталоги мережі магазинів АТБ, Сільпо. Виділіться серед інших ресторанів, перерахованих у списку, надавши спеціальний купон або пропозицію, доступну тільки тим, хто принесе копію каталогу. Це допоможе ресторанам визначити, які фізичні джерела каталогів приносять найбільший прибуток чи рекомендують ваше місцезнаходження відвідувачам.

Список літератури

1. 28 Restaurant Marketing Ideas to Maximize Your Business. URL: <https://www.cvent.com/en/blog/hospitality/restaurant-marketing-ideas>

2. Головня О.М. PR-діяльність підприємств готельно-ресторанного бізнесу на основі благодійності як вид соціально-економічної активності. *Бізнес-інформ*. 2023. № 7. С.110-119.

УДК 338.33:338

Рошка Ф. Г.

магістр,

Нечипоренко В. В.

науковий керівник, к.с.-г. н.,

доцент кафедри маркетингу та логістики

Сумський національний аграрний університет

ДИВЕРСИФІКАЦІЯ ЯК СПОСІБ ОТРИМАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА

Одним із напрямків отримання конкурентних переваг є диверсифікація виробництва, що передбачає розширення асортименту продукції, освоєння нових напрямків діяльності [1].

Основною метою диверсифікації виробництва є збільшення виручки від реалізації і прибутку підприємства за рахунок зниження ризиків шляхом здійснення господарської діяльності в декількох різних галузях. У цьому випадку ризики знижуються в зв'язку з тим, що в разі можливого погіршення ситуації в одній з галузей, наприклад, падіння попиту на продукцію або серйозного посилення конкуренції на ринку, і подальшого зниження прибутку фірми, ці можливі втрати можуть бути компенсовані прибутком від діяльності в інших галузях, в яких також здійснює діяльність підприємство. Дослідження показують, що підприємства з диверсифікованою організаційно-виробничою структурою, як правило, більш стійкі на ринку, ніж господарюючі суб'єкти, які організували випуск вкрай вузького асортименту продукції [3, с. 41].

Підприємства, з диверсифікованою організаційно-виробничою структурою, мають значно нижчі ризики зазнати збитків через коливання цінової кон'юнктури на ринку окремих видів товарів, падіння платоспроможного споживчого попиту, циклічні зміни в економіці тощо.

Диверсифікація є важливим напрямком розвитку суб'єктів господарювання, що часто використовується в умовах ринкової економіки. На сьогоднішній день вітчизняне сільське господарство стикається з безліччю проблем, серед яких диспропорція цін на сільськогосподарську продукцію та продукцію промислових та інших суміжних галузей, економічно необґрунтованим розподілом доходів у ланцюжку просування продукції від сільгоспвиробника до кінцевого споживача, високою вартістю та дефіцитом кредитних ресурсів для фінансування інвестиційних проектів в агропромисловому комплексі тощо.

У зв'язку з цим необхідно створювати нові та вдосконалювати існуючі механізми відновлення, інноваційного розвитку та підвищення ефективності вітчизняного сільського господарства, економічно ефективної взаємодії між сільгоспвиробниками, переробниками, оптовиками та торговельними мережами [2, с. 19]. Це може бути забезпечено як удосконаленням існуючих галузей, так і організацією виробництва нових видів продукції, затребуваних на ринку, виходячи з потреб переробників і торгових мереж. У цих умовах зростає актуальність диверсифікації сільськогосподарського виробництва.

Однак при прийнятті рішення про диверсифікацію виробництва в сільськогосподарських підприємствах слід враховувати ряд важливих особливостей самої галузі:

- земля - є засобом виробництва і єдиним, абсолютно обмеженим ресурсом;
- виробництво розосереджене на великій площі;
- розбіжності в часі робочого і виробничого періодів;
- тісний зв'язок між біологічними, технологічними та економічними процесами тощо.

При цьому напрями диверсифікації основної діяльності повинні бути всебічно вивчені та економічно обґрунтовані з урахуванням правильних середньо- та довгострокових прогнозів розвитку відповідних галузей економіки [1].

Реалізація стратегії диверсифікації виробництва забезпечує більш ефективне використання інтелектуальних, інформаційних, матеріальних, фінансових, управлінських та інших ресурсів галузі. Все це дає можливість підвищити ефективність сільськогосподарського виробництва, інвестиційну привабливість галузі, обсяги інвестицій у науково-дослідні та дослідно-конструкторські роботи, конкурентоспроможність продукції як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках, що сприяє значному розвитку вітчизняного сільського господарства

Таким чином, стратегічний розвиток вітчизняних сільськогосподарських підприємств, заснований на диверсифікації основних їх видів діяльності, дозволить найбільш повно і ефективно використовувати ресурсний потенціал, надасть можливості для розширення асортименту і збільшення обсягів виробництва продукції.

Список літератури

1. Малік М. Й. Актуальні питання диверсифікації виробництва в аграрній сфері. *Ефективна економіка*. 2012. №12
2. Панюк Т. П. Диверсифікація як основа структурної модернізації економічної діяльності аграрних підприємств. *Економічний форум*. 2016. №1. С. 19
3. Чумак Р. М. Диверсифікація як важлива умова сталого функціонування сільськогосподарських підприємств та розвитку сільських територій. *Економіка та управління підприємствами*. 2012. № 9. С. 41

УДК 339.13

Черненко О. С.

магістр,

Нечипоренко В. В.

науковий керівник, к.с.-г. н.,

доцент кафедри маркетингу та логістики

Сумський національний аграрний університет

МАРКЕТИНГ У СФЕРІ ПОСЛУГ

Жодне підприємство у системі ринкових відносин неспроможне нормально функціонувати без маркетингу [1, с. 37]. Це відбувається тому, що потреби людей безмежні, а ресурси підприємства обмежені. Кожен суб'єкт має потреби, задовольнити які не завжди вдається якісно. Тому, в нових умовах виживає те підприємство, яке може найточніше розрізнати різноманітність смаків споживачів [1].

Маркетинг у сфері послуг - це процес розвитку та просування продукту або послуги відповідно до потреб та очікувань клієнтів. Підприємства сфери послуг у своїй маркетинговій діяльності мають орієнтуватися перш за все на потреби та можливості споживачів та швидко задовольняти їх очікування. Це забезпечить підприємствам високий рівень конкурентоспроможності, підтримку платоспроможного попиту та інвестиційну привабливість [2, с. 79]

У сфері послуг маркетинг виконує такі функції:

1. Дослідження ринку: маркетингові дослідження визначають потреби та очікування клієнтів, їх вікові та соціальні характеристики, конкурентне середовище та інші фактори, які впливають на попит послуги.

2. Розробка стратегії: на основі досліджень ринку, компанія розробляє стратегію маркетингу, яка включає в себе цілі, цільову аудиторію, позиціонування на ринку та інші аспекти, необхідні для успішного просування послуг.

3. Продуктовий розвиток: компанія розробляє та впроваджує нові послуги, які відповідають потребам клієнтів, враховуючи результати маркетингових досліджень. Виробничий процес, як правило, включає в себе пілотні проекти, тестування та навчання персоналу.

4. Промоція та реклама: для просування послуг необхідна ефективна стратегія промоції та реклами. Це можуть бути різні канали комунікації, такі як реклама в ЗМІ, соціальні мережі, електронні листи та інше. Основна мета - залучити увагу та зацікавленість потенційних клієнтів до послуг.

5. Ціноутворення: визначення вартості послуги є важливим етапом маркетингової стратегії. Необхідно конкурувати на ринку, забезпечуючи при цьому достатній рівень прибутку.

6. Обслуговування клієнтів: компанія повинна надавати якісне обслуговування клієнтів для задоволення їх потреб та підтримки відносин з ними.

Слід також зазначити, що у маркетингу сфери послуг особлива увага приділяється персоналу, який безпосередньо працює із клієнтами – контактний персонал.

Внутрішній маркетинг націлений на контактний персонал фірми та призначений для створення таких мотиваційних та організаційних умов праці, які б активно сприяли створенню функціональної якості обслуговування [3, с. 57].

Ці процеси допомагають компанії розвиватися та успішно конкурувати на ринку послуг. Важливо розуміти, що маркетинг у сфері послуг є динамічним процесом, який потребує постійного аналізу ринку та адаптації стратегії до змін у споживачів та конкурентів.

Отже, застосування маркетингу для сфери послуг має свої характерні особливості, що вимагає формування новітнього маркетингового мислення.

Список літератури

1. Кудінова М. М., Євтушенко В. А., Бахмет О. В. Дослідження та удосконалення управління маркетинговою діяльністю організації у сфері послуг. Східна Європа. Економіка, бізнес та управління. 2018. № 6 (17). URL: <http://www.easterneurope-bm.in.ua/actual-issue>

2. Рябова Т.А., Рябов І.Б. Особливості маркетингу у сфері послуг. *Приазовський економічний вісник*. 2018. № 3(08). С. 78–81.

3. Семак Б.Б., Басій Н.Ф. Дослідження особливостей просування у сфері маркетингу послуг. *Підприємництво і торгівля*. 2018. № 22. С. 55–61.



УДК 336.71

Вербицький А. Р.
магістрант освітньої програми “Адміністративний менеджмент”
Сумський національний аграрний університет

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ РЕПУТАЦІЄЮ В МЕНЕДЖМЕНТІ ОРГАНІЗАЦІЇ

В умовах посилення інтернаціоналізації та розвитку інноваційної економіки роль репутації в досягненні високого рівня ефективності діяльності організацій набуває нового якісного значення. Сьогодні репутація організації (репутація продукції, послуг, робіт, вищого керівництва) стає об'єктом конкурентоспроможності та інвестування. Висока динаміка інтернет-користувачів та пріоритетність онлайн-комунікації вимагають пошуку механізмів розвитку та розвитку системи управління репутацією. В умовах економічної конкуренції все більшого поширення набуває взаємозв'язок управління репутацією з інноваційним, гармонійним розвитком підприємств і організацій.

Поняття корпоративної (ділової) репутації вперше з'явилося в XV столітті (його використовували англійські купці, що займаються комерційними відносинами) [1]. На початковому етапі дослідження поняття “репутація” часто ототожнювали з поняттям “імідж” організації. Проте, якщо детально розібрати сутність цих понять, то виявиться, що імідж – це своєрідний “образ”, який створюється за допомогою маркетингових інструментів, реклами та інших прийомів, а корпоративна (ділова) репутація – це “реальний” стан показників діяльності організації, переваги чи недоліки, відповідно до загальних характеристик, за якими можуть прийматися управлінські рішення щодо співпраці, партнерства, тощо Репутація, як поняття, що відображає рівень соціальної рецепції організації, стає частиною усталеного корпоративного дискурсу [2]. Довгий час вчені відносили репутацію лише до ірраціональних категорій, вважаючи її невимірною, а управління репутацією досі дехто помилково відносить до складу PR. Водночас “public relations” показує лише найкращу сторону організації, але не може “зробити її кращою” ніж вона є сьогодні [3, 4]. Трохи швидший процес побудови іміджу перемагає “конкуренцію” зі значно довшим, більш трудомістким і ресурсомістким процесом формування/закріплення ділової репутації а сталий розвиток дозволяє отримати конкурентні переваги та зміцнити репутацію організації [5].

Підводячи підсумок, можна сказати, що репутація - це неліквідна складова нематеріальних активів, призначена для довгострокового, постійного і багатоцільового використання, що має ціннісний характер, виступаючи у взаємній координації як важіль і мультиплікатор забезпечення інтересів організації при забезпеченні конкурентоспроможності, економічної безпеки тощо.

Список літератури

1. Ділова репутація. Юридична енциклопедія у 6 т. ред. кол. Шемшученко Ю.С. К.: Українська енциклопедія ім. М. П. Бажана, 1998. Т.2. 744 с.

2. Кісіль Б.О. Методи визначення та оцінки репутаційних ризиків підприємства. *Молодий вчений* № 12.1 (40). 2016. С. 782-786.
3. Davies G., Chun R., DaSilva R.V., Roper S. Corporate Reputation and Competitiveness. London and New York: Routledge, 2003. P. 99-135.
4. Fumbrun C.J., Nielsen K.U., Trad N.G. Saving Face for Corporate Value. *Communication Director*. 2008. № 1. P. 80-84.
5. Маркіна І.А. Світові тенденції реалізації концепції сталого розвитку. *Вісник Приазовського державного технічного університету: економічні науки*. 2016, 32, 1. С. 77-83.

УДК 336.67

Копайгородська А. О.
магістр факультету менеджменту та права
Вінницький національний аграрний університет

ПРОБЛЕМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРИБУТКОВОСТІ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ У СУЧАСНИХ УМОВАХ

Аграрний сектор посідає особливе місце у національній економіці, відіграючи важливу роль у формуванні та забезпеченні продовольчої та економічної безпеки держави. Стрімкі зміни соціально-економічної та політичної ситуації в глобальному просторі, тенденції розвитку світового сільського господарства й необхідність забезпечення продовольчої безпеки вимагають посиленої уваги до розвитку вітчизняного аграрного сектору, що є стратегічною ланкою економічної системи країни [1].

Російська військова агресія проти України спричинила тотальні проблеми, які відобразилися і на діяльності підприємств аграрного сектору економіки. Сільськогосподарські угіддя займають 68,5% площі території України, а відтак аграрні підприємства формують основний “кістяк” для післявоєнного відновлення нашої держави, а також її продовольчого та ресурсного забезпечення під час війни. Натомість, руйнування структури та інфраструктури аграрного сектору вимагає оновлення і відбудови, у зв’язку з чим актуальності набуває необхідність залучення інвестицій для функціонування та розвитку аграрних підприємств [2].

Аграрний сектор є залежним від різноманітних політичних, економічних та інших чинників глобального характеру. Зокрема, 2019–2020 роки характеризуються погіршенням рентабельності діяльності аграрних підприємств та суттєвим скороченням індексу капітальних інвестицій (до значення 54,6% у 2020 році відносно 2019-го). Рекордні значення доходу від реалізації та чистого прибутку у 2021 році обумовлені, зокрема, високим рівнем індексу сільськогосподарської продукції, зібраної аграрними підприємствами, який становив 122,3% (для порівняння у 2020 році значення індексу було 88, у 2019- 102,7), що свідчить про рекордний урожай зернових та інших культур. Позитивна тенденція впродовж останніх років спостерігалася і у цінній сфері. Так, у 2021 році індекс цін продукції сільського господарства, реалізованої підприємствами, склав 136% відносно попереднього року

(у 2020 – 119,2%, у 2019–92,4%), що перевищило значення індексу інфляції (110 %) та дало можливість збільшити саме реальні доходи аграрних підприємств. В свою чергу, це створювало неабиякий резерв для майбутніх капітальних інвестицій в аграрний сектор, оновлення техніки та впровадження передових технологій. Натомість, прибуток, зароблений аграрними підприємствами у 2021 році, фактично став “резервом для виживання” та проведення весняної посівної кампанії (на територіях, де це було можливо, адже в результаті ведення бойових дій посівні площі скоротилися на 21% [3]).

У цих умовах для максимізації прибутковості аграрних підприємств в умовах обмежених і вичерпних ресурсів необхідно підвищувати ефективність управління й використання наявних засобів, оскільки прибутковість підприємства є засадничим показником, який виражає стан, його стійкість, позицію на ринку та є важливим для інвесторів.

Для зниження витрат і збільшення рентабельності продукції іноземні компанії й, відповідно, інвестори будуть наполягати на закритті циклу виробництва за рахунок використання локальної сировини.

Тут також доцільним є зосередження уваги на безвідходному сільськогосподарському виробництві. Початок цього напрямку було закладено ще в 2014 році шляхом підписання Україною Угоди про асоціацію з Європейським Союзом. Подальша співпраця та розвиток “циркулярної економіки” сприятиме не лише збереженню екосистеми країни, а й поліпшенню становища вітчизняних аграріїв за рахунок переробки чи продажу вторинної сировини, раціональному використанню ресурсів [4].

Таким чином, належна прибутковість господарюючих суб'єктів, які працюють на ринку—це умова їхнього ефективного й сталого функціонування й розвитку на інноваційних засадах. Саме тому подальше підвищення прибутковості та рентабельності виробництва продукції сільського господарства повинне стати запорукою ефективного сільськогосподарського виробництва, яке здатне буде забезпечити продовольчу безпеку держави.

Список літератури

1. Свистун Л. А., Попова Ю. М., Штепенко К. П. Державне регулювання аграрного сектору економіки в контексті забезпечення завдань сталого розвитку. *Ефективна економіка*. 2020. № 11. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=8371> (дата звернення: 29.10.2023). DOI: 10.32702/2307-2105-2020.11.93

2. Макалюк І.В., Кашпуренко Т.О., Баранніков М.О. Становище підприємств аграрного сектору України в умовах війни: фінансово-інвестиційні аспекти. *Економіка і суспільство*. 2023. № 49. URL: <https://ela.kpi.ua/handle/123456789/54700>

3. Макалюк І. В., Коцюбайло М. Р. Оцінювання втрат в аграрному секторі внаслідок ведення бойових дій на території України. *Бізнес, інновації, менеджмент: проблеми та перспективи : зб. тез доп. III Міжнар. наук.- практ. конф., м. Київ, 08 груд. 2022 р.* Київ : КПП ім. Ігоря Сікорського, Вид-во “Політехніка”, 2022. С. 183.

4. Негрей М. В., Тараненко А. А., Костенко І. С. Аграрний сектор України в умовах війни: проблеми та перспективи. *Економіка та суспільство*. 2022. № 40. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-40-38>.

УДК 316.722

Ладонько Л. С.

д.е.н., проф.,
професор кафедри мистецьких дисциплін
Національний університет “Чернігівський колегіум”
імені Т. Г. Шевченка,
м. Чернігів

Калінько І. В.

к.т.н., доцент
доцент кафедри загальноекономічних дисциплін
ПВНЗ “Фінансово-правовий коледж”

Татарчук М. С.

студент-магістр спеціальності “Менеджмент соціокультурної діяльності”
Національного університету “Чернігівський колегіум”
імені Т. Г. Шевченка, м. Чернігів

ОСОБЛИВОСТІ СОЦІОКУЛЬТУРНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ УКРАЇНИ І СВІТУ

В процесах пошуку спільних цінностей, які об’єднують українців, вагомого значення набуває наша історія, а саме усвідомлення власних витоків бачення світу і свого місця в ньому. Пласти культури, які сформували українську ментальність, переосмислюються в сучасних умовах. Становлення ідентичності нації дає можливість зрозуміти власну цивілізаційну траєкторію, особисті й набуті елементи самоусвідомлення через складні механізми взаємодії з навколишнім світом. [1] Саме тому створення ідентичності формує внутрішню і зовнішню політику України.

Однак вагомою проблемою сучасного світу є процес глобалізації, що передбачає уніфіковані форми розвитку та загальні стандарти вирішення завдань. Впливові держави світу диктують правила, завдяки яким вони прийшли до успіху, не враховуючи індивідуальні традиції інших держав, хоча початок їх успіху базувався на власній культурній традиції [2].

Національні культури хочуть зберегти власні культурні традиції, що може виражатися в самоізоляції або у повному запозиченні іноді невдалого досвіду інших країн. Це залежить від національної свідомості та реакції на вплив науково-технічного прогресу.

Водночас, кожна європейська держава розвивається на основі власної ідентичності й культурних традицій, посилює єдність на основі взаємодії, самобутності й розумної конкуренції та стимулює пошук креативних форм розвитку.

Водночас окремі моделі прямого перенесення зарубіжного досвіду функціонування креативної індустрії не дають такого ж економічного ефекту як у країні запозичення [3]. Це зумовлює необхідність проведення додаткового дослідження особливостей становлення форм просторової організації креативної індустрії у вітчизняних регіонах. Отже, які ж форми просторової організації властиві креативній індустрії, якому середовищу краще себе реалізують, а також які форми просторової організації пріоритетні в нових умовах розвитку України – ці питання вимагають обґрунтованих відповідей та розробки подальших заходів. Особливо важливо окреслити напрями підвищення ефективності креативних індустрій в умовах стрімких змін зовнішнього середовища. Адже від сьогоденного фокусування на пріоритетах залежить майбутнє розвитку вітчизняних громад, міст, регіонів та держави.

Отже, у сучасному українському суспільстві, яке протягом тривалого часу переживає перехідний період трансформаційних змін, поєднуються елементи різних епох та історичних форм: стійкі утворення соціалістичної культури, давні архетипи етнічної культурної свідомості, нові форми сучасного українського художньо-естетичного освоєння дійсності, явища західної масової культури в різних варіантах, глобальні інформаційні потоки комерційної культури різної якості.

Український культурний процес, незважаючи на історичні перепони, відроджувався знову і знову. Такий підхід до періодизації враховує підйоми і спади культурного процесу в Україні і забезпечує, у свою чергу, цілісний підхід до української культури як до єдиного цілого духовного світу України.

Список літератури

1. Гедікова, Н. П. (2008). Роль соціокультурних чинників у сучасному процесі формування світогляду українського суспільства. Вісник Одеського національного університету ім. І.І.Мечникова. Т. 13. Вип. 5. С. 48–58.

2. Шостак В. М. Нова соціокультурна реальність України та світу: особливості та подальші перспективи [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.culturology.academy/wp-content/uploads/KD19_Shostak.pdf

3. Щеглюк С. Д. Особливості розвитку креативної індустрії України: перспективні форми просторової організації [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://ird.gov.ua/sep/sep20176\(128\)/sep20176\(128\)_143_ShchelyukS.pdf](https://ird.gov.ua/sep/sep20176(128)/sep20176(128)_143_ShchelyukS.pdf)

4. Періодизація розвитку української культури [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://pidru4niki.com/18211001/kulturologiya/periodizatsiya_rozvitku_ukrayinsk_oyi_kulturi

УДК 316.722

Ладонько Л. С.

д.е.н., проф.,
професор кафедри мистецьких дисциплін
Національний університет “Чернігівський колегіум”
імені Т.Г.Шевченка,
м. Чернігів

Калінько І. В.

к.т.н., доцент
доцент кафедри загальноекономічних дисциплін
ПВНЗ “Фінансово-правовий колледж”,
м. Київ

Воронко А. О.

студент-магістр спеціальності “Менеджмент соціокультурної діяльності”
Національного університету “Чернігівський колегіум”
імені Т.Г.Шевченка, м. Чернігів

ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОЦЕСІВ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ВЗАЄМОДІЇ ПІДПРИЄМСТВ СОЦІОКУЛЬТУРНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Робота підприємств соціокультурної діяльності в сучасних умовах потребує нових принципів управління. Для підвищення якості роботи над проектами,

виключення внутрішньої конкуренції, аналізу та обміну знаннями необхідно створювати інформаційну систему для їх підтримки. Тому актуальною задачею є створення єдиного програмно-інформаційного середовища, розробка моделей інформаційної взаємодії в системі управління проектами на підприємстві соціокультурної діяльності.

Взаємодію систем управління представимо на рис.1.

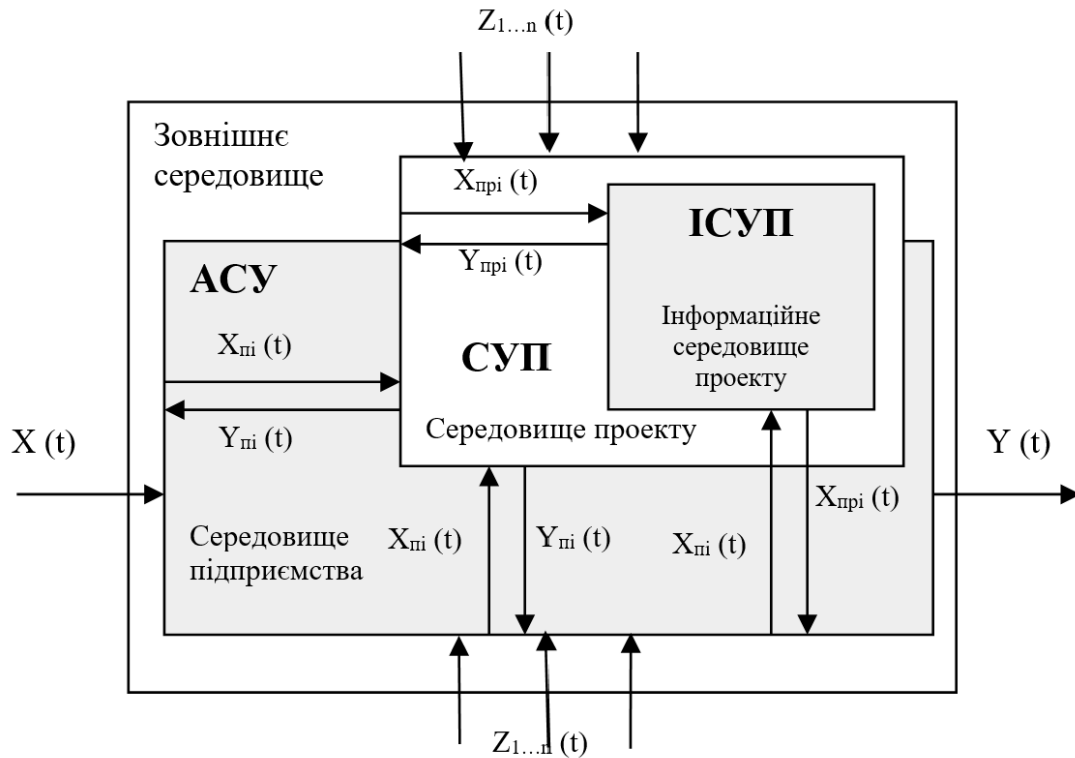


Рис. 1. Модель взаємодії систем АСУ, СУП і ІСУП:

$X_{pi}(t)$ – вхідна інформація для проекту з підприємства; $Y_{pi}(t)$ – вихідна інформація для підприємства; $X_{pri}(t)$ – вхідна інформація по проекту; $Y_{pri}(t)$ – вихідна інформація для СУП; $Z_{1...n}(t)$ – обмеження

Для забезпечення стійкості системи управління проектом, а саме, її можливості повертатися в початковий або близький йому сталий режим забезпечення найбільш ефективної реалізації функцій управління протягом життєвого циклу проекту є досить складним завданням. Виконаний аналіз по управлінню інвестиційними проектами показав, що деякі роботи по проекту можливо об'єднати у замкнену систему та забезпечити автоматизоване регулювання цієї ланки, що дасть змогу скоротити час на виконання управлінських дій та підвищити ефективність прийняття управлінських рішень.

На всіх етапах життєвого циклу проекту є дуже важливим швидкість проходження інформації між етапами, швидкість надання інформації по проекту його учасникам, вчасне надання змін по проекту керівнику проекту та його реагування на зміни. Швидкість надання інформації визначає стійкість системи або інерційні характеристики етапів життєвого циклу проекту.

Оскільки управління проектами – це дуже складний процес, який охоплює різні аспекти наукової та практичної діяльності, виникає необхідність створення програмного забезпечення, яке б дало змогу автоматизувати процес управління.

На жаль програмні засоби, які існують сьогодні, не мають зв'язку між собою. Таке положення ускладнює ефективність управління проектами, збільшує тривалість планування та моніторингу, а також потребує більших трудовитрат. Крім того, з'являються неоднозначність даних, складнощі з оперативним отриманням інформації.

До цього часу не існує інтегрованого програмного комплексу, який би дозволяв здійснювати оперативний обмін інформацією між програмами розрахунків та календарного планування. Тому кожна організація користується власними засобами розробки проектів, що збільшує витрати часу та неоперативність надання інформації.

Важливим компонентом при побудові системи автоматизованого управління є зворотній зв'язок, який дозволяє здійснювати контроль отриманих параметрів проекту з запланованими результатами. При цьому не існує будь-якого універсального програмного продукту, який давав би можливість здійснювати зв'язок зі всіма програмами, які використовуються при плануванні в інвестиційному проекті. Тому такий продукт буде мати вузькоспеціалізований характер.

Виконані дослідження дозволяють зробити висновок, що створена структурна схема управління інвестиційним проектом та розроблений алгоритм її роботи дозволить сформувати інформаційні потоки і здійснювати автоматизоване управління на етапі планування проекту розвитку підприємства соціокультурної діяльності. Встановлено, що особливу увагу при формуванні інформаційної системи управління проектами слід приділити функціонуванню єдиного програмно-інформаційного комплексу, в який надходить інформація по всьому програмному і технічному забезпеченню проектних рішень в регіоні.

УДК 336.63

Шевченко В. А.

магістр факультету менеджменту та права
Вінницький національний аграрний університет

ПРОБЛЕМИ ФІНАНСОВО-КРЕДИТНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ВИРОБНИЧОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

Основною проблемою аграрного підприємництва у сучасному економічному середовищі є відсутність оборотних коштів при наявності у значної кількості підприємств потенційно прибуткових проектів. Якість управління фінансовими ресурсами сільськогосподарських підприємств впливає на ефективність фінансової діяльності, яке включає також сферу формування, розподілу та використання прибутку, який залишається в його розпорядженні. При цьому, у результаті фінансово-господарської діяльності аграрних підприємств держава одержує свою частку у вигляді податків, підприємство – у вигляді чистого прибутку, а працівники – певні доходи від розподілу і використання частини чистого прибутку [2].

Вагому роль у розвитку аграрного сектора економіки відіграє рівень фінансового забезпечення відтворення виробничого процесу сільськогосподарських підприємств. Таке сприяння господарській діяльності полягає у забезпеченні фінансовими ресурсами безперервності процесу виробництва суб'єктів

господарювання, оновленні їх виробничих фондів, збільшенні накопичень і підвищенні ефективності виробництва [4].

На відміну від інших галузей національної економіки, аграрний сектор, як основа агропромислового комплексу, має ряд специфічних особливостей,

Вищезгадані специфічні галузеві особливості аграрного сектору також впливають на формування та використання фінансового забезпечення виробничої діяльності сільськогосподарських підприємств (рис. 1).



Рис. 1. Специфічні галузеві особливості агропромислового виробництва та їх вплив на формування і використання фінансових ресурсів

Джерело: [1]

Сільськогосподарські підприємства займаються не лише операційною, а й фінансовою чи інвестиційною діяльністю з метою досягнення максимально можливого використання фінансових ресурсів й отримання прибутків. У той же час вкладення капіталу у фінансову та інвестиційну діяльність пов'язано з підвищеним ризиком, порівняно з операційною діяльністю [1].

Особлива роль у системі фінансового забезпечення сільськогосподарських підприємств відводиться кредитуванню. Адже в умовах залежності від природно-кліматичних чинників виключно за рахунок власних фінансових ресурсів сільськогосподарські підприємства не можуть повністю задовольнити виробничі потужності і швидко реагувати на зміни ринкового попиту. Кредитування є важливим чинником стабільного функціонування і економічного зростання підприємства.

Залучення кредитів для сільськогосподарських підприємств є не вимушеним заходом, а об'єктивною необхідністю ефективної господарської діяльності. Питома вага залучених кредитів у виробничих витратах повинна становити 50-60 % [3].

Розуміючи важливість підтримки аграрного сектору, у 2023 році Урядом продовжено Державну програму “Доступні кредити 5-7-9%” для полегшення доступу аграріїв до кредитів в умовах воєнного стану та програму надання державних гарантій. Аграрії можуть отримати кредит у розмірі до 90 млн грн у межах програми “Доступні кредити 5-7-9%” під 5-9 % річних, залежно від категорії кредиту та суб’єкта підприємництва [4].

Продовжено строк, протягом якого сільськогосподарські товаровиробники матимуть можливість отримати фінансову підтримку для посівної кампанії, у тому числі, з можливістю пролонгації раніше виданих кредитів для посівних робіт за умови погашення представниками великого та середнього агробізнесу до 25% отриманого кредиту, з можливістю отримання державних гарантій для часткового виконання боргових зобов’язань за такими кредитами.

З початку року українські аграрії отримали майже 33,4 мільярди гривень банківських кредитів на розвиток господарств, з них – 5 тисяч підприємств отримали 18,9 мільярдів гривень за державною програмою “Доступні кредити 5-7-9%” [5].

Державна фінансова підтримка сільськогосподарських підприємств здійснюється також через механізм здешевлення кредитів і компенсації лізингових платежів. Здешевлення кредитів здійснюється в режимі кредитної субсидії і полягає у субсидуванні частини плати (відсотків) за використання кредитів, наданих банками в національній та іноземній валюті. Компенсація лізингових платежів полягає у частковому відшкодуванні сплачених суб’єктами господарювання лізингових платежів за придбану техніку и обладнання для агропромислового комплексу на умовах фінансового лізингу [6].

Таким чином, сучасна система сільськогосподарського кредитування в Україні характеризується поєднанням ринкового і пільгового механізмів кредитування. При чому, пільговий механізм кредитування аграріїв здійснюється за спеціальними програмами, спрямованими на підвищення ефективності аграрного виробництва.

Список літератури

1. Галайко А.М. Вдосконалення управління фінансовими ресурсами як передумова ефективної діяльності державних сільськогосподарських підприємств. *Соціальна економіка*. 2019. Вип. 57. С.25–31.

2. Кальченко М. М. Основи забезпечення фінансової діяльності сільськогосподарських підприємств. *Наукові праці Полтавської державної аграрної академії*. Серія: Економічні науки. 2013. Т. 2. Вип.7. С. 129–136. URL: <https://www.pdau.edu.ua/sites/default/files/nppdaa/7.2/129.pdf>

3. Малій О. Г. Аналіз сучасної системи кредитного забезпечення сільськогосподарських підприємств в Україні. *Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка*. 2018. Випуск 191. С. 285 – 297.

4. Лупенко Ю.О. Банківське кредитування аграрного сектору економіки. *Економічний Вісник НТУУ “КПІ”*. 2019. С.196–207.

5. Стан кредитування підприємств АПК у 2023 році. Головна| Міністерство аграрної політики та продовольства України. URL:

<https://minagro.gov.ua/napryamki/finansova-politika/kredituvannya/stan-kredituvannya-pidpriyemstv-apk/stan-kredituvannya-pidpriyemstv-apk-u-2023-roci>

6. Тулай О. І. Парадигма фінансового забезпечення сільськогосподарських підприємств. *Український журнал прикладної економіки*. 2018. Том 3. № 4. С. 175–184.



УДК 656:004

Трофимчук Я. О.

студент магістратури,

Національний транспортний університет

Гальона І. І.

К.т.н., доцент кафедри транспортних технологій,

Національний транспортний університет

АСПЕКТИ ВПРОВАДЖЕННЯ ЕЛЕКТРОННОЇ ТОВАРНО-ТРАНСПОРТНОЇ НАКЛАДНОЇ

Анотація: у дослідженні розглянуто Е-ТТН. Електронна товарно-транспортна накладна дає можливість працювати без використання паперового документообігу. Система Е-ТТН дозволить відправляти документи у режимі реального часу без потреби доставки фізичних примірників.

Ключові слова: Е-ТТН, електронні документи, цифровий підпис.

Метою дослідження являється електронна товарно-транспортна накладна, яка застосовується для розрахунків автомобільних вантажних перевезень, а також їхнього здійснення - в електронному вигляді через систему. Це зменшить фінансові затрати для бізнесу, адже відбуватиметься в системі реального часу, без залучення друкованих примірників, зекономить час та ресурси, також важливим аспектом впровадження електронної товарно-транспортної накладної являється прозорість, тобто зменшення ймовірності корумпованих діянь.

Говорячи про використання паперових товарно-транспортних накладних, варто зазначити, що це являється складними та ресурсозатратними діями. Адже перш за все, потрібно, внести в ТТН інформацію про себе та товар; сформувати копії документів - для відправника, перевізника та одержувача; зібрати підписи від всіх учасників, передавати документи іншій стороні, очікувати повернення підписаного екземпляру та архівувати паперові документи. Варто не виключати людський фактор, адже документи можуть бути втрачені чи у документах можуть бути допущені помилки, в такому випадку весь процес збирання документів відбувається знову. Відповідно на це витрачається час та уповільнюється розрахунок між сторонами [1].

Розробка проєкту Е-ТТН розпочалась в 2019 році, велика частина роботи була зроблена, але повномасштабне впровадження системи в Україні відтіснило впровадження системи, але не зупинило цього процесу[2].

У червні 2022 року було проведено опитування серед учасників вантажних перевезень та 89,9% підтвердили готовність проведення тестування даної системи. З огляду на те, що більшість компаній змушені були змінити свою локацію, то електронна товарно-транспортна накладна є досить зручною та ефективною, адже дозволить підтримати мобільність бізнесу.

З 1 лютого 2023 року відбувається тестування програмного комплексу. А в серпні 2023 року стане обов'язковим використанням системи електронної товарно-

транспортної накладної для всіх вантажоперевезень загальної групи товарів, які перевозитимуться автотранспортом.

Після запровадження Е-ТТН відбуватиметься швидке погодження та підписання з контрагентами документів на перевезення, а також швидке прикріплення відповідних документів в електронній формі, зменшить ймовірність перевезення нелегальних товарів, зменшить підробку документів зменшить діяльність перевізників, які ухиляються від сплати податків. Всі документи зберігаються в центральній базі даних системи Е-ТТН.

Важливою перевагою являється оптимізація бізнес процесів. Підписувати документи можна за допомогою електронно-цифрового підпису[1].

Можливість створення е-ТТН відбуватиметься на різноманітних платформах електронного документообігу, які пройшли сертифікацію і можуть інтегруватися з реєстром електронних товарно-транспортних накладних Міністерства розвитку громад, територій та інфраструктури України. Передбачається, що для водіїв, це буде розроблений мобільний застосунок, в якому міститиметься “Кабінет водія” і водій зможе підписати е-ТТН.

Впровадженням програмного комплексу е-ТТН займається Міністерство розвитку громад, територій та інфраструктури за підтримки Міністерства цифрової трансформації, USAID / UK aid проекту “Прозорість та підзвітність у державному управлінні та послугах/ TAPAS” та за участі ГО Інститут аналітики та адвокації, яка на період реалізації проекту є адміністратором системи е-ТТН [3, п 11.1].

Отже, використання е-ТТН зумовить до важливих та якісних змін на ринку, адже послуги надаватимуться значно швидше, закінчиться “ера паперообігу”, зменшиться корупційні ризики.

Список використаних джерел та посилань

1. Інтернет-ресурс “е-ТТН”, URL : <https://e-ttn.miu.gov.ua/pro-proiekt/>
2. Наказ Міністерства інфраструктури України від 03.06.2019 №413 “Про затвердження Змін до Правил перевезень вантажів автомобільним транспортом в Україні”, URL: <https://ips.ligazakon.net/document/RE33620?an=31>
3. Наказ Міністерства транспорту України від 14.10.2017 №363 “Про затвердження Правил перевезень вантажів автомобільним транспортом в Україні”. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0128-98#Text>

УДК 629.423

Туренко О. Г.

аспірант кафедри електроенергетики електротехніки та електромеханіки,
Український державний університет залізничного транспорту

Панченко В. В.

к.т.н., доцент кафедри ЕТЕМ,
Український державний університет залізничного транспорту

ЗАСТОСУВАННЯ НЕЙРОРЕГУЛЯТОРА NARMA-L2 В СИСТЕМІ КЕРУВАННЯ ТЯГОВИМ АСИНХРОННИМ ЕЛЕКТРОПРИВОДОМ

Залізничний транспорт відіграє ключову роль у світовому економічному розвитку, забезпечуючи швидкий та безпечний рух вантажів та пасажирів. Доля

вантажоперевезень залізницею в Україні станом на 2019 рік складала близько 55%. Однак, залізничний транспорт в Україні зношений більш ніж на 90% та потребує глобальної модернізації або заміни. Сучасні технології нейронних мереж та штучного інтелекту можуть надати залізничній галузі неймовірні можливості у впровадженні нових рішень та підвищенні ефективності різних задач.

В системах автоматизованого керування нейрорегулятори мають декілька переваг над традиційними пропорційно-інтегральними регуляторами (ПІ-регулятори) такі як: можливість адаптації до нових умов, швидкість реакції, можливість моделювання нелінійних зв'язків в системі, робота в умовах невизначеності [1]. Nonlinear AutoRegressive Moving Average with Lagged inputs (NARMA-L2) Controller використовує нейронні мережі для передбачення та управління нелінійними динамічними системами. NARMA-L2 Controller використовує нейронну мережу, щоб апроксимувати складні нелінійні зв'язки між вхідними та вихідними сигналами системи. Ця нейронна мережа опрацьовує вхідні сигнали разом із їхніми запізненнями (лагами) і використовує отримані дані для передбачення майбутніх значень вихідного сигналу [2].

Розглянемо особливості застосування нейрорегулятора NARMA-L2 на прикладі імітаційної моделі системи векторного керування тяговим асинхронним електродвигуном TMF-59-39-4 (рис. 1).

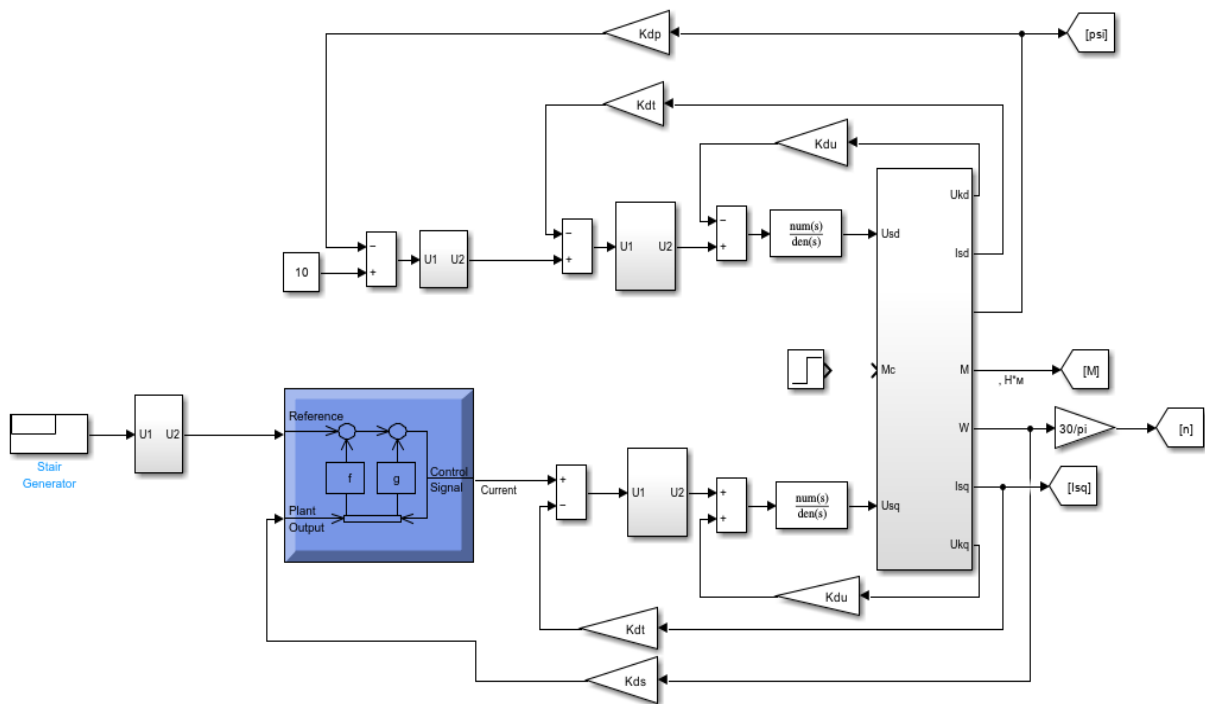


Рис. 1. Імітаційна модель системи векторного керування з нейрорегулятором NARMA-L2

Проектування нейрорегулятора складається з етапу ідентифікації об'єкта керування, на якому розроблюється модель об'єкта керування у вигляді нейронної мережі та етапу синтезу регулятора на основі розробленої нейронної мережі. На рис. 2 показані вікно ідентифікації об'єкта, де задаються параметри для навчання нейронної мережі та результати навчання нейронної мережі.

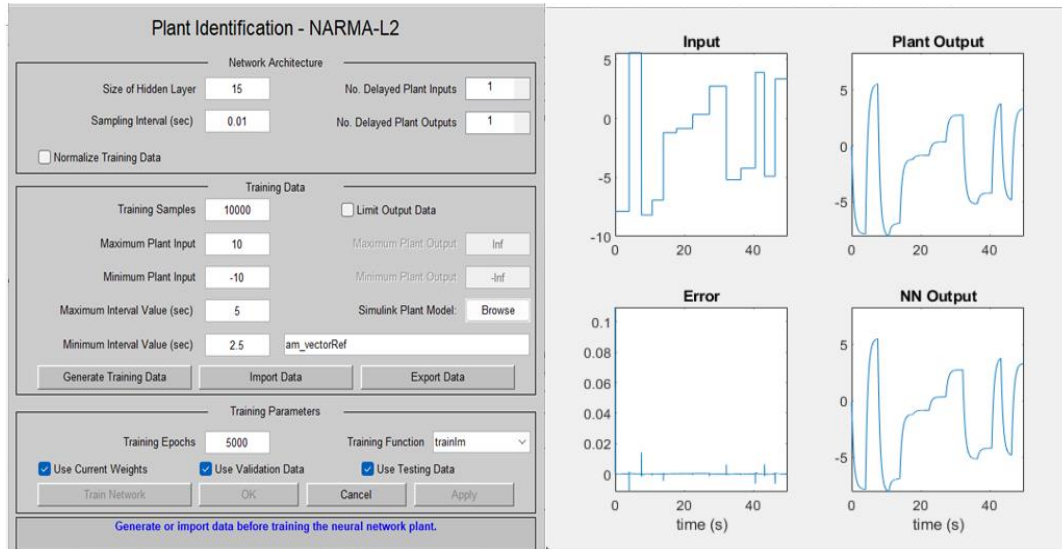


Рис. 2. Вікно ідентифікації об'єкта керування (ліворуч) та результати навчання нейронної мережі NARMA-L2 (праворуч)

На рис. 3 показані характеристики частоти обертання та електромагнітного моменту тягового електродвигуна TMF-59-39-4 при векторній системі керування з нейрорегулятором NARMA-L2 (червоний колір) та ПІ-регулятором (синій колір) на холостому ходу. Наведені характеристики показують, що нейрорегулятор при перехідних процесах має нижче значення перерегулювання та часу перехідного процесу, однак процес навчання нейронної мережі потребує значної обчислювальної потужності та займає більше часу, ніж налаштування ПІ-регулятора.

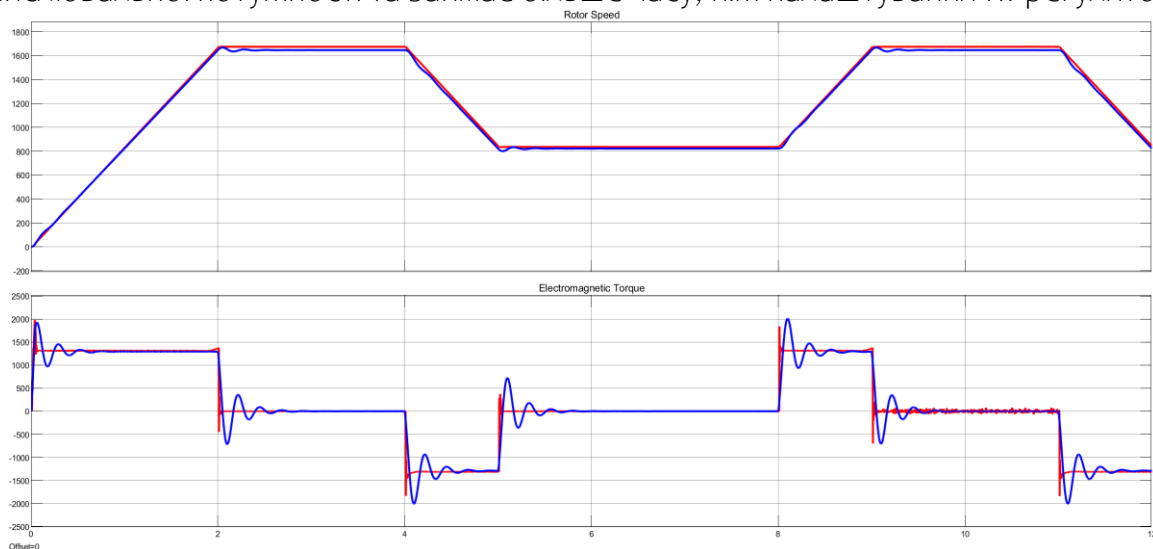


Рис. 3. Результати імітаційного моделювання електродвигуна TMF-59-39-4

Список літератури

1. Хайкин С. Нейронные сети: полный курс: пер.с англ. – М.: Вильямс, 2006. – 1104 с.
2. MathWorks Help Center Deep Learning Documentation. URL: https://www.mathworks.com/help/deeplearning/ug/design-narma-l2-neural-controller-in-simulink.html?s_tid=srchtitle_site_search_1_narma



Ярощук Л. В.

студентка

Інституту адміністрування,
державного управління та професійного розвитку
Національний університет “Львівська політехніка”

РОЛЬ ПРОЦЕДУРИ АДАПТАЦІЇ ПОСАДОВИХ ОСІБ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ В ОРГАНАХ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ

Ефективність роботи місцевого самоврядування в сучасних умовах становлення демократичної, правової, соціальної держави, розвитку засад громадянського суспільства, інтеграції України в Європейське співтовариство, введення воєнного стану в державі, залежить від кадрового складу органів місцевого самоврядування, якості їх підготовки, кваліфікації, професіоналізму.

Законом України “Про державну службу” [3] визначено принципи, правові та організаційні засади забезпечення публічної, професійної, політично неупередженої, ефективної, орієнтованої на громадян державної служби, яка функціонує в інтересах держави і суспільства, а також порядок реалізації громадянами України права рівного доступу до державної служби, що базується на їхніх особистих якостях та досягненнях.

Персонал в органах місцевого самоврядування є механізмом управління, від якого залежить якість здійснення виконавчої влади, ступінь втілення у життя державних вимог та управлінських рішень. Для формування якісного і прозорого публічного адміністрування й державного управління в Україні слід використовувати та впроваджувати нові концептуальні підходи до управління персоналом в органах місцевого самоврядування.

Процедура проведення адаптації новопризначених посадових осіб місцевого самоврядування і виступає сучасним інструментом управління персоналом, новим принципом кадрової політики у системі державної служби. Під адаптацією слід розуміти процес ознайомлення та соціальної інтеграції новопризначених посадових осіб місцевого самоврядування в органі місцевого самоврядування та колективу, що базується на поступовому здобутті нових професійних знань та навичок, вивченні стратегічних цілей та завдань органу місцевого самоврядування, освоєнні в колективі та долученні до організаційної культури органу місцевого самоврядування [1]. Адаптація є ефективною кадровою технологією, що дає змогу в найкоротші терміни забезпечити передачу знань і навичок від досвідченого співробітника до новоприйнятого.

Адаптація сприяє усвідомленню державним службовцем свого соціального статусу, можливості реалізації особистісних і професійних можливостей у процесі вирішення завдань у рамках діяльності державного органу [5, с. 152]. Адаптація забезпечує процес включення особистості в організаційне середовище органів місцевого самоврядування.

Метою адаптації новопризначених працівників в органах місцевого самоврядування є:

- забезпечення системного, структурованого, якісного і керованого процесу освоєння новопризначеної посадової особи місцевого самоврядування на новому робочому місці;
- скорочення часу, необхідного для досягнення новопризначеним працівником запланованого рівня ефективності і результативності службової діяльності;
- розвиток і вдосконалення у новопризначеної посадової особи місцевого самоврядування професійних знань, умінь і навичок, а також особистих та ділових якостей, необхідних для самостійного, якісного та відповідального виконання посадових обов'язків;
- забезпечення комфортного перебування працівника в колективі з перших днів роботи, знайомство та налагодження відносин з колегами;
- зменшення плинності кадрів та скорочення витрат на пошук персоналу;
- ознайомлення з особливостями роботи органу місцевого самоврядування, його місією, цінностями, особливостями територіальної громади, її історією, статутом та стратегією розвитку;
- долучення до організаційної культури та командної роботи, засвоєння норм і правил етичної поведінки в органі місцевого самоврядування;
- формування позитивного іміджу органу місцевого самоврядування в територіальній громаді та на загальнодержавному рівні [1].

Таким чином, нині процес адаптації стає необхідним елементом державної служби. Припускаючи передачу накопичених знань новопризначеним працівникам, разом із тим він вимагає інтересу та прихильності наставників та підопічних до виконуваної роботи з метою подолання можливих проблем і досягнення поставлених цілей діяльності відповідного органу місцевого самоврядування. Впровадження процесу адаптації є необхідним рішенням для сучасної держслужби, адже ефективна система розвитку персоналу має потребу в інструментах, які забезпечують інтегрований та індивідуально орієнтований підхід до формування її кадрового потенціалу.

Список літератури

1. Наказ про затвердження Методичних рекомендацій щодо процедури проведення адаптації новопризначених посадових осіб місцевого самоврядування в органах місцевого самоврядування [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://zakononline.com.ua/documents/show/506922__692806.
2. Про схвалення Стратегії реформування державної служби та служби в органах місцевого самоврядування в Україні на період до 2017 року та затвердження плану заходів щодо її реалізації: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 18.03.2015 р. № 227-р. //Офіційний вісник України. – 2015. – № 24. – С. 74.
3. Про державну службу: Закон України від 10 грудня 2015 р. № 889-VIII // Відомості Верховної Ради України. – 2016. – № 4. – С. 60.
4. Алюшина Н. Ефективні інструменти управління знаннями і кадровим потенціалом органів державної влади та органів місцевого самоврядування / Н. Алюшина // Збірник наукових праць “Ефективність державного управління”. – 2015. – Вип. 43.
5. Селіванов С.В. Адаптація працівників до професійної діяльності на державній службі шляхом застосування інституту наставництва С. Селіванов // Збірник наукових праць “Державне управління”. – 2017. – Вип. 3 (59).

СЕКЦІЯ 13

SECTION 13

КОНСТИТУЦІЙНЕ ПРАВО, МУНІЦИПАЛЬНЕ ПРАВО,
МІЖНАРОДНЕ ПУБЛІЧНЕ ПРАВО
CONSTITUTIONAL LAW, MUNICIPAL LAW,
PUBLIC INTERNATIONAL LAW

УДК 342

Pyzhov M. S.
student

Faculty of Law, National Aviation University, Kyiv

Supervisor:

Iurynets J. L.

Doctor of Laws, Professor

Faculty of Law, National Aviation University, Kyiv

THE CONSTITUTION AS A SOURCE OF LABOR LAW

When considering the basic rights of employees and their opportunities, and how to prevent discrimination in the workplace, we always think about the normative legal acts of the Constitution of Ukraine. Therefore, it is important to consider the Constitution as a source of labor law in order to analyze the basis of workers' rights and their implementation.

The Constitution as the Basic Law of Ukraine is the main regulatory legal act in the system of legislative acts of Ukraine. Normative and legal acts, which entered into force before the adoption of the Constitution, are currently in force only in the part that does not contradict its norms. The same provision applies to the sphere of international legal acts. Thus, the system of acts of labor legislation should be aimed at the practical implementation of the provisions of the Basic Law of Ukraine, the creation of effective mechanisms for their implementation [1, p. 42].

Analyzing this part, we understand that the Constitution of Ukraine combines many normative legal acts related to work and helps to edit the shortcomings of the system.

The norms of the Basic Law are norms of direct effect. This means that the provisions of the Constitution must be applied to the entire spectrum of possible legal relations. Appeal to the court for protection of human rights and freedoms based on the Constitution is guaranteed by the state [1, p. 42].

From this part, we understand that the Constitution controls all aspects and sides of the state, analyzes and corrects shortcomings.

The system of sources of labor law is based on the content of the rule-making powers of state authorities and local governments. Article 6 of the Basic Law stipulates that state power in Ukraine is exercised on the grounds of its division into legislative, executive and judicial [2]. At the same time, the specified branches of government exercise their powers within the limits established by this Constitution in accordance with the laws of Ukraine. The proposed system of separation of powers is based on mutual influence and mutual restraint aimed at avoiding the usurpation of power and a clearer distribution of functions and powers between branches of government [1, p. 43].

From this part, we understand that various laws and codes must always be under the control of the functions of the Constitution, which will implement their influence in the state.

The appropriate place in the system of state authorities is occupied by the President of Ukraine. Article 106 of the Constitution empowers the President of Ukraine to appoint to the positions of state authorities, for example, half of the National Bank of

Ukraine Council, one third of the Constitutional Court of Ukraine, and with the consent of the Verkhovna Rada of Ukraine, the Prime Minister of Ukraine, the General Kuror of Ukraine, Head of the Antimonopoly Committee of Ukraine, etc. That is, as evidenced by the analysis of the provisions of Article 106 of the Constitution of Ukraine, the President of Ukraine is the subject of labor relations [1, p. 43].

Considering this part, understood the position of the President of Ukraine in labor relations and how the constitution is related to the activities of the President of Ukraine.

The Constitution of Ukraine, as a source of labor law, enshrines the basic socio-economic rights of an individual, the right to own, use and dispose of one's own property, the results of one's intellectual and creative activity, which is not prohibited by law, the right to work that citizens freely choose or freely agree to, the right to rest, the right to strike, the right to social protection, the right to an adequate standard of living for oneself and one's family, which includes adequate food, clothing, housing, the right to health care, etc [2]. After all, the formation of Ukraine as a social state and its recognition of a person as the highest social value is aimed at raising these rights to a qualitatively new level [1, p. 44].

Considering this part, we saw what rights the constitution enshrines in relation to labor law, what the country puts in the first place, namely people and their values and the realization of their opportunities.

According to the catalog of legal positions of the Constitutional Court of Ukraine, it is noted that the essence of the right to work is the ability of each person to earn a living by work that he freely chooses or freely agrees to (Article 43 of the Constitution of Ukraine) [2]. This right is ensured by the state's obligation to create conditions for citizens to fully exercise it, to guarantee equal opportunities in choosing a profession and type of work, to implement programs of vocational training, training and retraining of personnel in accordance with public needs. However, this constitutional right of a citizen cannot be associated only with a certain form of employment contract concluded by a citizen according to his will [3].

From this part, we can understand that the state helps its citizens to realize themselves in various professions, the country provides opportunities for training new employees.

Freedom of work involves the possibility of a person to engage in work or not to engage in work, and if engaged, to choose it freely, ensuring that everyone can enter into labor relations without discrimination in order to realize their abilities. By its very nature, the right to work is inalienable and essentially means ensuring exactly equal opportunities for everyone to realize it [3].

In conclusion, all employees are equal to each other, and can realize their opportunities without discrimination when entering into labor relations. The right to work is a very important part of realizing the interests and opportunities of every country, without which it is impossible to build a legal society.

References

1. Костюк В. Л. Особливості Конституції України як джерела трудового права України. *Наукові Записки. Юридичні науки*. 2005. Т. 38. С. 42-44. URL: <chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://ekmair.ukma.edu.ua/server/api/core/bitstreams/452ac41e-a8ef-4845-a1ea-7e89e95949ac/content>
2. Конституція України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80#Text>
3. Конституційний Суд України. Право на працю. URL: <https://ccu.gov.ua/storinka-knygy/443-pravo-na-pracyu>



Карпенко Р. В.

к.ю.н., доцент, доцент кафедри цивільно-правових дисциплін
Дніпропетровський державний університет внутрішніх справ

ФУНКЦІЇ УПРАВЛІННЯ У ГАЛУЗІ ЕКОЛОГІЇ: ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА

У положеннях Основних засад (стратегії) державної екологічної політики України на період до 2030 року, затверджених Законом України від 28.02.2019 № 2697-VI визнано наявність цілого спектру проблем сучасного стану довкілля в Україні, спровокованих незбалансованою експлуатацією природних ресурсів, низьким пріоритетом питань захисту довкілля тощо [1].

Разом з тим, ст. 16 Конституції України закріплено, що забезпечення екологічної безпеки і підтримання екологічної рівноваги на території України, подолання наслідків Чорнобильської катастрофи – катастрофи планетарного масштабу, збереження генофонду українського народу є обов'язком держави [2]. Виконання зазначеного завдання неможливе без створення ефективної системи управління природокористуванням та охороною довкілля. Управління в екологічній діяльності – це забезпечення виконання норм і вимог, які обмежують шкідливий вплив забруднюючих речовин на навколишнє середовище, раціональне використання природних ресурсів та їх відновлення, і відтворення [3, с. 7]. У даному розрізі управління має спрямовуватися на досягнення наступних цілей: забезпечення ефективного використання природних ресурсів; охорону навколишнього середовища; забезпечення екологічної безпеки; дотримання екологічного законодавства; попередження вчинення екологічних правопорушень; захист та гарантування екологічних прав громадян [3, с. 7-8].

Ч. 1 ст. 16 Закону України “Про охорону навколишнього природного середовища” (далі - Закон) передбачено, що управління охороною навколишнього природного середовища полягає у здійсненні в цій галузі функцій спостереження, дослідження, стратегічної екологічної оцінки, оцінки впливу на довкілля, контролю, прогнозування, програмування, інформування та іншої виконавчо-розпорядчої діяльності [4]. При цьому метою управління в галузі охорони навколишнього природного середовища законодавець визначає реалізацію законодавства, контроль за додержанням вимог екологічної безпеки, забезпечення проведення ефективних і комплексних заходів щодо охорони навколишнього природного середовища, раціонального використання природних ресурсів, досягнення узгодженості дій державних і громадських органів у галузі охорони навколишнього природного середовища [4]. Основні положення щодо вказаних функцій визначаються у розділах V-VII цього Закону, але, як вірно відмічає В. Завгородня, вичерпного переліку функцій закон “Про охорону навколишнього природного середовища” не дає і комплексного їх регулювання не забезпечує [5]. Зважаючи на відсутність вичерпного переліку функцій управління у аналізованій галузі, дослідниця пропонує функції управління в галузі екології розподіляти на за метою здійснення та основного спрямування на чотири великі групи: 1. Спрямовані на створення організаційних умов для раціонального природокористування і забезпечення природоохоронних заходів. До даної групи зокрема можна віднести: екологічне планування; розподіл і перерозподіл природних об'єктів; екологічне нормування і стандартизацію [5]. 2. Пов'язані із наданням адміністративних послуг суб'єктам природокористування та природоохоронної діяльності, до яких належать: просторово-територіальний устрій об'єктів природи; державний облік у галузі охорони довкілля та природокористування; екологічне ліцензування і надання дозволів на спеціальне

використання природних ресурсів, здійснення викидів і скидів забруднюючих речовин та інші види шкідливого впливу на довкілля; екологічна сертифікація; вирішення екологічних спорів. 3. Функції контрольного спрямування, до яких доцільно віднести: екологічний контроль, екологічний моніторинг; екологічна експертиза. 4. Функція екологічного інформування, яка найбільш загальною та інтегрованою і має бути предметом діяльності усіх державних органів, що забезпечують державне управління у сфері екології [5]. Дана класифікація узагальнює функції екологічного управління, визначені законодавцем та приводить їх до структурної визначеності.

Забезпечення ефективного управління в галузі екології є одним з основних завдань держави. В Україні система функцій управління в зазначеній галузі закріплена спеціальним Законом “Про охорону навколишнього природного середовища”. Положення даного Закону не повною мірою відповідають вимогам сьогодення та потребують подальшого реформування та удосконалення. У зв'язку з зазначеним подальше дослідження обраної теми має значні наукові перспективи.

Список літератури

1. Основні засади (стратегія) державної екологічної політики України на період до 2030 року, затверджені Законом України від 28.02.2019 № 2697-VIII. URL:<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2697-19#Text>

2. Конституція України: Закон України від 28.06.1996 № 254к/96-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80#Text> 3. Сапко О. Ю. Система екологічного управління: конспект лекцій. Одеса, Одеський державний екологічний університет, 2020. 103 с.

4. Про охорону навколишнього природного середовища: Закон України від 25.06.1991 №1264-XII. URL:<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1264-12#Text>

5. Завгородня В.М. Система та класифікація функцій державного управління у сфері природокористування і охорони довкілля. URL: [https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream-download/123456789/57560/6/Zavgorodny_2011.pdf](https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream/download/123456789/57560/6/Zavgorodny_2011.pdf)

УДК 349.4

Рукіна Д. О.

студентка III курсу

Навчально-науковий інститут права та інноваційної освіти
Дніпропетровський державний університет внутрішніх справ

Науковий керівник:

Карпенко Р. В.

к.ю.н., доцент, доцент кафедри цивільно-правових дисциплін
Дніпропетровський державний університет внутрішніх справ

ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ПРАВА ПРИВАТНОЇ ВЛАСНОСТІ НА ЗЕМЕЛЬНІ ДІЛЯНКИ В УКРАЇНІ

Право приватної власності на землю означає, що конкретно визначена на місцевості земельна ділянка належить певному громадянину або юридичній особі. Особливістю набуття права приватної власності на землю є суб'єкти, які це право реалізують. Громадяни України, іноземні громадяни, особи без громадянства мають різні за обсягом права щодо набуття землі у власність. Так, громадяни України можуть мати у власності будь-які землі, передача яких у власність передбачена Земельним Кодексом України (далі – ЗК України) [1]. За первісним способом набуття право власності виникає вперше або незалежно від попередніх власників, за похідним способом – право власності виникає у суб'єкта внаслідок волевиявлення попереднього власника [2, с. 138]. Статті 122,

149, 150 ЗК України [3] визначають суб'єктів владних повноважень, за рішенням яких передаються земельні ділянки у власність іншим особам. Визначення суб'єкта владних повноважень здійснюється за критерієм місцезнаходження земельної ділянки (ч. 1 ст. 118 ЗК України). У національному законодавстві склалася доволі розгалужена система правових норм, що регулюють відносини власності на землю. У цих нормах об'єктивно закріплено належність землі на праві власності, умови і порядок надання земельних ділянок у власність, способи охорони і захисту права власності на землю тощо [4, с. 118]. Таким чином, слід розрізняти правовласності на землю в об'єктивному і суб'єктивному значеннях. Сукупність правових норм, що регулюють відносини володіння, користування, розпорядження землею, є суб'єктивним правом власності на землю [5].

І. І. Каракаш, розглядаючи питання про набуття особою права власності на земельну ділянку із земель державної або комунальної власності за рішенням суб'єкта владних повноважень, слушно зазначає, що незважаючи на суто цивілістичний підхід виникнення цивільних прав та обов'язків безпосередньо з актів органів державної влади або органів місцевого самоврядування, прийняття таких актів необхідно розглядати як підставу виникнення не тільки цивільних прав і обов'язків, але й інші права та обов'язки [6, с. 92]. При цьому цивілістичний узагальнений підхід, який за суб'єктивним критерієм формування форм власності не вбачає відмінностей у змісті права власності, що є єдиним для всіх типів, форм і видів власності у вигляді правомочностей володіння, користування і розпорядження об'єктами права власності [7, с. 100]. В цьому контексті виникає питання про допустимість оформлення управлінських (адміністративних) рішень у сфері приватизації земель цивільно-правовими засобами, наприклад, за наслідками проведеного земельного аукціону укладається договір-купівлі продажу конкретної земельної ділянки.

Передачу земельних ділянок державної власності у комунальну власність передбачає ст. 117 ЗК України. Право комунальної земельної власності може бути розширено внаслідок викупу земельних ділянок фізичних і юридичних осіб для суспільних потреб або придбання їх на інших засадах, передбачених законом. Згідно з ч. 2 ст. 83 ЗК України у комунальній власності перебувають усі землі у межах населених пунктів, крім земель державної і приватної власності, а також земельні ділянки за їхніми межами, на яких розташовано об'єкти комунальної власності. Територіальні громади, селища, міст можуть об'єднувати на договірних засадах належні їм земельні ділянки комунальної власності, управління якими здійснюють районні або обласні ради.

Список літератури

1. Земельне право. Академічний курс: підручник / за ред. В. І. Семчика і П. Ф. Кулиничка. – К.: Видавничий дім “Ін Юре”, 2001, – 242 с.
2. Право власності в Україні: навч. посіб. / О. В. Дзера, Н. С. Кузнецова, О. А. Підпригора та ін.; За заг. ред. О. В. Дзери, Н. С. Кузнецової. К.: ЮрінкомІнтер, 2000. 816 с.
3. Земельний кодекс України : Кодекс України від 25.10.2001 р. № 2768-III : станом на 10 жовт. 2022 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2768-14#Text>
4. Озімок І.В. Конституційне право власності на землю в Україні та зарубіжних країнах: порівняльно-правове дослідження : дис. ... канд.юрид. наук ; Національна академія внутрішніх справ. Київ, 2020
5. Правдюк А. Теоретичні аспекти реалізації конституційного права власності на землю на сучасному етапі земельної реформи. Підприємництво, господарство і право. 2021. № 5. С. 132–136. URL: <https://doi.org/10.32849/2663-5313/2021.5.23>
6. Каракаш І. І. Право власності на землю та право землекористування в Україні: наук.-практ. допомога. К.: Істина, 2004. 216 с.
7. Кізюн Л. І. Питання визначення змісту права комунальної власності на землю. Право. Людина. Довкілля. Науково-практичний журнал. № 10 (2). 2019. С. 99-104.

СЕКЦІЯ 15

SECTION 15

АДМІНІСТРАТИВНЕ ПРАВО ТА ПРОЦЕС,
ФІНАНСОВЕ ПРАВО, ІНФОРМАЦІЙНЕ ПРАВО
ADMINISTRATIVE LAW AND PROCESS,
FINANCIAL LAW, INFORMATION LAW

Babak K.

the 3-year cadet,

Dnipropetrovsk State University of Internal Affairs

Scientific Adviser:

Davydova N.

Senior Lecturer,

Dnipropetrovsk State University of Internal Affairs

PRIVACY PROTECTION PROBLEMS IN DIGITAL EPOCH

Protecting privacy in the digital epoch is a challenge, that concerns the vast amount of personal information being collected and shared online. In the digital epoch, we share more personal information than ever before. Social media, online platforms and even smart devices collect vast amounts of data about us, including our names, addresses, phone numbers, photos, shopping habits, and more. This creates serious privacy concerns as our personal information can be used for a variety of purposes, including targeted advertising, fraud and even crime.

Business and government are also big collectors of personal data. Businesses collect data about us to target advertising and improve their products and services. Governments collect data about us for security and law enforcement purposes. [4, ст. 108] While these data collections may be legal, they are a threat to our privacy.

New technologies also pose new threats to privacy. Technologies such as facial recognition and data analytics can be used to track our movements and gather information about our habits. This can be used for targeted advertising, surveillance or even discrimination.

If we look at this issue more broadly, it can also be said that international organizations play an important role in protecting privacy in Internet. [1, ст. 86] They develop standards and guidelines that help governments and companies protect user data. They also help raise awareness of the privacy importance and protect people's rights to their data.

[3, ст. 32] One of the most important international organizations in the field of privacy protection is the Council of Europe. The Council of Europe has developed the Convention for the Protection of Individuals with regard to Personal Data Automated Processing, which is one of the most comprehensive international privacy document. The Convention establishes basic principles of personal data protection, such as transparency, legality and data use limitation.

The United Nations Organization is important international body in the field of privacy protection. The United Nations has adopted several resolutions and documents

to protect privacy, including the Universal Declaration of Human Rights and the Declaration of Human Rights in Internet.

In addition, there are a number of regional privacy organizations. For example, the European Union has adopted the General Data Protection Regulation (GDPR), which is one of the strictest data protection laws in the world.

International organizations have a prominent role in protecting online privacy, but they cannot do it alone. Governments and companies must also take steps to decide the question.

Some specific examples of how international organizations work to protect online privacy include:

Council of Europe developed the Convention for the Protection of Individuals with regard to the Personal Data Automated Processing, which is one of the most comprehensive international privacy documents.

United Nations adopted several resolutions and documents related to the privacy protection, including the Universal Declaration of Human Rights and the Declaration of Human Rights in Internet

International Organization for Standardization has developed several standards for information security, including ISO/IEC 27001, which is an information security management standard.

European Union passed the General Data Protection Regulation (GDPR), which is one of the strictest data protection laws in the world.

From the above noted, can be concluded that privacy protecting in the digital epoch is not an easy task. [2, ст..47] Governments, businesses and individuals need to solve this problem. Governments should pass the laws that protect the privacy of citizens. Businesses should be more transparent about how they collect and use personal information. Individuals need to be aware of privacy risks in the digital epoch and take steps to protect their personal information.

REFERENCES

1. “Safety in Internet and protection of personal data” Zemlyanska Olena Vasylivna. National Technical University of Ukraine, “Kyiv. Polytechnic Institute after I. Sikorsky name” <https://ela.kpi.ua/bitstream>
2. Nearly 26M Amazon, Facebook, Apple, eBay user logins stolen by hackers. URL: <http://surl.li/bzmzi>
3. Ustimovich Yu. Massive data leak: hackers “merged” almost 53 million records with personal information of Ukrainians. URL: <https://thepage.ua/news/masshtabnaya-utechka-dannyh-hakery-slili-dannye-ukraincev>
4. Check Point: most organizations have not yet provided protection for remote employees. URL: https://ko.com.ua/check_point_bolshinstvo_organizativ_do_sih_por_ne_obespechili_zashhitu_udalennyh_sotrudnikov_140240

НАУКОВЕ ВИДАННЯ

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ЕКОНОМІКИ,
ФІНАНСІВ, ОБЛІКУ ТА МАРКЕТИНГУ

Збірник тез доповідей Міжнародної
науково-практичної конференції
м. Кременчук,
26 жовтня 2023 р.

Українською та англійською мовами

Відповідальний за випуск: Загородний І. Д.

Технічний редактор: Нестеренко В. О.

Художній редактор: Михайленко К. В.

Коректор: Остаповець Н. М.

Дизайнери й верстальники: Артеменко А. А, Григоренко Л. О.

Підписано до друку 26.10.2023 р. Формат 60x90/16
Папір офсетний. Друк – ризографія. Умовн. друк. арк. 4,7
Гарнітура Times New Roman.

Наклад 500 примірників. Зам. № 22895

Надруковано у ФОП Сидоренко А. В.

Свідоцтво про державну реєстрацію серія Во1 № 710364
від 07.01.2007 р., м. Полтава, вул. Дмитра Коряка, 3

Всі права захищені.

Відповідальність за зміст матеріалів несуть автори.

Редакційна колегія може не поділяти думок авторів.



Офіційний сайт: <http://www.economics.in.ua>

