

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ НАЦІОНАЛЬНИЙ
ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ УКРАЇНИ**

**«КИЇВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ
ІМЕНІ ІГОРЯ СІКОРСЬКОГО»
ФАКУЛЬТЕТ МЕНЕДЖМЕНТУ ТА МАРКЕТИНГУ
КАФЕДРА ЕКОНОМІКИ І ПІДПРИЄМНИЦТВА**

**ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ МОЛДОВИ
ФАКУЛЬТЕТ ЕЛЕКТРОНІКИ І ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙ
КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТУ В ЕЛЕКТРОЗВ'ЯЗКУ**



**Матеріали XX Міжнародної науково-практичної конференції
«РОЗВИТОК ПІДПРИЄМНИЦТВА ЯК ФАКТОР РОСТУ
НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ»**

17 листопада 2021 року

Київ – 2021

УДК – 330.34

РОЗВИТОК ПІДПРИЄМНИЦТВА ЯК ФАКТОР РОСТУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ: Матеріали XIX Міжнародної науково-практичної конференції 17 листопада 2021 року. – Київ: ІВЦ Видавництво «Політехніка», 2021 – 176 с.

ISBN 978-966-96914-2-2

Представлені результати науково-дослідницької роботи студентів, викладачів та закордонних науковців з питань теорії та практики розвитку підприємництва в Україні та сучасних проблем економіки.

Для студентів, аспірантів, викладачів вищих навчальних закладів технічних та гуманітарних спеціальностей.

Рецензенти

Круш П.В. професор кафедри економіки і підприємництва
КПІ ім. Ігоря Сікорського

Тульчинська С.О. завідувачка кафедри економіки і підприємництва, професорка,
КПІ ім. Ігоря Сікорського

РАЗВИТИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА КАК ФАКТОР РОСТА НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ: Материалы XX Международной научно-практической конференции 17 ноября 2021. – Киев: ИПЦ Издательство «Политехника», 2020. – 176 с.

ISBN 978-966-96914-2-2

Представлены результаты научно-исследовательской работы студентов, преподавателей и зарубежных ученых по вопросам теории и практики развития предпринимательства в Украине и современных проблем экономики.

Для студентов, аспирантов, преподавателей высших учебных заведений технических и гуманитарных специальностей.

ENTREPRENEURSHIP DEVELOPMENT AS NATIONAL ECONOMY GROWTH FACTOR: Materials of XX International scientific-practical conference on Nov. 17, 2021. – Kyiv: IVTS Publisher "Polytechnic", 2021. – 176 p.

The results of research work of students, teachers and foreign scholars on the theory and practice of business development in Ukraine and current economic issues.

For students, graduates, academics, technical and humanities.

ISBN 978-966-96914-2-2

Наукове редагування

Тульчинська С.О. завідувачка кафедри економіки і підприємництва, професорка,
Погребняк А.Ю. доцентка кафедри економіки і підприємництва

ISBN 978-966-96914-2-2

© Видавець ФОП Піча Ю.В., 2021

Науковий комітет конференції

Голова наукового комітету:

Марина КРАВЧЕНКО - д.е.н., професорка, деканка факультету менеджменту та маркетингу, КПІ ім. Ігоря Сікорського

Співголови наукового комітету:

Світлана ТУЛЬЧИНСЬКА - завідувачка кафедри економіки і підприємництва, д.е.н., професорка, КПІ ім. Ігоря Сікорського

Серафима СОРОКІНА - Технічний університет Молдови (Республіка Молдова)

Члени наукового комітету:

Петро КРУШ - к.е.н., професор кафедри економіки і підприємництва, КПІ ім. Ігоря Сікорського, голова програмного комітету

Ольга АНІСІМОВА - д.е.н., професорка, завідувачка кафедри інформаційних систем управління, Донецький національний університет імені Василя Стуса

Ольга ВОВК - д.е.н., професорка Національний авіаційний університет

Олег ГАВРИШ - д.т.н., професор, КПІ ім. Ігоря Сікорського

Алла ГРЕЧКО - д.е.н., професорка КПІ ім. Ігоря Сікорського

Богдан ДЕРГАЛЮК - д.е.н., професор КПІ ім. Ігоря Сікорського

Олена ЗІНЧЕНКО - д.е.н., професорка, завідувачка кафедри фінансів суб'єктів господарювання та інноваційного розвитку, доктор економічних наук, Криворізький національний університет

Василь МАРТИНЕНКО - д.е.н., професор КПІ ім. Ігоря Сікорського

Валентина МАРЧЕНКО - д.е.н., професорка КПІ ім. Ігоря Сікорського

Ольга ПОПЕЛО - д.е.н., професорка, Чернігівська політехніка

Ірина СТОРОНЯСЬКА - д.е.н., професорка заступник директора з наукової роботи, Державна

ім. М. І. Долішнього НАН України

Вероніка ХУДОЛЕЙ - д.е.н., професорка, ректор ПВНЗ «Міжнародний науково-технічний університет імені академіка Юрія Бугая»

Марина ШАШИНА - д.е.н., професорка КПІ ім. Ігоря Сікорського

Оксана КАВТИШ - к.е.н., доцентка КПІ ім. Ігоря Сікорського

Сергій КИРИЧЕНКО - к.е.н., доцент КПІ ім. Ігоря Сікорського

Олена КРИВДА - к.е.н., доцентка КПІ ім. Ігоря Сікорського

Ірина МАКАЛЮК - к.е.н., доцентка КПІ ім. Ігоря Сікорського

Олена ПІДЛІСНА - к.т.н., доцентка КПІ ім. Ігоря Сікорського

Анна ПОГРЕБНЯК - к.е.н., доцентка КПІ ім. Ігоря Сікорського

Тетяна ТКАЧЕНКО - к.е.н., доцентка КПІ ім. Ігоря Сікорського

Наталія ШЕВЧУК - к.т.н., доцентка КПІ ім. Ігоря Сікорського

Марина ВІНОКУРОВА - старша викладачка, Технічний університет Молдови (Республіка Молдова)

Марта ДЕРГАЛЮК - к.е.н., старша викладачка, КПІ ім. Ігоря Сікорського

Ольга КОЖЕМЯЧЕНКО - Голова Профбюро факультету менеджменту та маркетингу, старша викладачка, КПІ ім. Ігоря Сікорського

Організаційний комітет конференції

Голови організаційного комітету:

Світлана ТУЛЬЧИНСЬКА - д.е.н., професорка, завідувачка кафедри економіки і підприємництва, КПІ ім. Ігоря Сікорського

Петро КРУШ - професор кафедри економіки і підприємництва КПІ ім. Ігоря Сікорського, співолова організаційного конференції

Серафима СОРОКІНА - заступниця декана електроніки і телекомунікацій, Технічний університет Молдови (Республіка Молдова)

Члени оргкомітету:

Анна ПОГРЕБНЯК - к.е.н., доцентка кафедри економіки і підприємництва, відповідальна секретарка конференції

Сергій КИРИЧЕНКО - к.е.н., доцент кафедри економіки і підприємництва, відповідальний секретар редакційної колегії

Ірина МАКАЛЮК - к.е.н., доцентка кафедри економіки і підприємництва, редакторка

Марта ДЕРГАЛЮК - к.е.н., старша викладачка кафедри економіки і підприємництва, редакторка

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ 1: СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ЕКОНОМІКИ

Байло О.О., Кузнецова К.О.

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТУ ПІДПРИЄМСТВ ПАПЕРОВО-ЦЕЛЮЛОЗНОЇ ГАЛУЗІ..... 18

Бардаковська К.І.

НЕОБХІДНІСТЬ НАДАННЯ ДЕРЖАВНОЇ ФІНАНСОВОЇ ДОПОМОГИ ФІЗИЧНИМ ОСОБАМ-ПІДПРИЄМЦЯМ В УКРАЇНІ..... 19

Бардаковська К.І.

УСУНЕННЯ ПРОБЛЕМ, ЯКІ ГАЛЬМУЮТЬ ЗАЛУЧЕННЯ ФРАНЦУЗЬКИХ ІНВЕСТИЦІЙ В УКРАЇНУ 20

Бган Д. І.

СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ..... 21

Бережна М. Ю.

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ МІЖНАРОДНИХ КОМПАНІЙ В СУЧАСНИХ УМОВАХ..... 22

Бессараб К.

РОЗВИТОК ЕЛЕКТРОННОГО БАНКІНГУ 23

Бончковський Д.В.

ДОСЛІДЖЕННЯ ІНФЛЯЦІЙНИХ ЛАНЦЮЖКІВ В ЕКОНОМІЦІ УКРАЇНИ У ПЕРШІЙ ПОЛОВИНІ 2021 РОКУ 24

Бортник Х. В.

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЕКОЛОГІЧНОЇ СЕРТИФІКАЦІЇ УКРАЇНИ 25

Буратинська О.Д.

АНАЛІЗ РЕЙТИНГІВ НАЙКРАЩИХ МІСТ УКРАЇНИ ДЛЯ ВЕДЕННЯ БІЗНЕСУ..... 26

Васянович А.О.

СИСТЕМНИЙ ПІДХІД ДО УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА..... 27

Воржакова Ю. П., Савагірова М. Т.

ПРОБЛЕМА ФОРМУВАННЯ ПРОЦЕСУ КОМУНІКАЦІЇ В УПРАВЛІННІ ВІДДАЛЕНИМИ СПІВРОБІТНИКАМИ..... 28

Гаращенко Д.Я., Підлісна О.А.

АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ УТРИМАННЯ МІСЬКИХ ЛІСІВ..... 29

Голуб М.О.

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ФОРМУВАННЯМ ПРИБУТКОВОСТІ В ПОСТПАНДЕМІЧНИХ УМОВАХ ФУНКЦІОНУВАННЯ ЕКОНОМІКИ 30

Гречко А.В.	
ДОСЛІДЖЕННЯ ІНСТИТУЦІОНАЛЬНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФУНКЦІОНУВАННЯ СУБ'ЄКТІВ ГІГ-ЕКОНОМІКИ В УКРАЇНІ	31
Гречко А.В., Очеретяна О.В.	
ІНВЕСТИЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ	32
Григорова З.В., Лисенко М.А.	
КОНТЕНТ МЕНЕДЖМЕНТ В УПРАВЛІННІ ЗБУТОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА.....	33
Huzan A. I., Shevchuk N.A.	
ENTREPRENEURSHIP IN UKRAINE PROBLEMS AND ASPECTS FOR DEVELOPMENT ..	34
Дергалюк Б.В.	
РЕАЛІЗАЦІЯ СТРАТЕГІЇ СМАРТ-СПЕЦІАЛІЗАЦІЇ В УМОВАХ ІНТЕЛЕКТУАЛІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ	35
Дергалюк Б.В., Драбенко Т.Б.	
ДІЯЛЬНІСТЬ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ У УМОВАХ ПАНДЕМІЇ COVID-19.....	36
Драбенко Т.Б.	
ВПЛИВ РИНКУ ЗЕМЛІ НА НАЦІОНАЛЬНУ ЕКОНОМІКУ	37
Євстратова В. В.	
УПРАВЛІННЯ ПОТЕНЦІАЛОМ МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ КОМПАНІЇ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ.....	38
Єлістратова Д.М	
СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ.....	39
Іванець Д.В.	
ПРОБЛЕМИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ АВІАЦІЙНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ.....	40
Іващенко Л.С.	
АНАЛІЗ РІТЕЙЛЕРІВ ТОВАРІВ FMCG СЕГМЕНТУ В УКРАЇНІ	41
Іщенко М.С.	
ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ: КОНКУРЕНТНІ ПЕРЕВАГИ, ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ.....	42
Казак В.В.	
АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ЗАПАСІВ ПІДПРИЄМСТВА	43

Каращук О.О.	
КРИЗА КВАЛІФІКОВАНИХ КАДРІВ ЯК ОДНА З АКТУАЛЬНИХ ПРОБЛЕМ ПІДПРИЄМНИЦТВА	44
Касян С. Я., Зуб О.О.	
ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ЦІН НА ТОВАРИ І ПОСЛУГИ КОМПАНІЇ ЦИТРУС В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ.....	45
Кирилюк М. Д., Круш П.В.	
НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА.....	46
Климович О. Р., Глущенко Я. І.	
РОЗВИТОК ІТ-СФЕРИ, ЯК ШЛЯХ ПОДОЛАННЯ ПРОБЛЕМ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ	47
Ковальчук А. І.	
РОЗВИТОК МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В СІЛЬСЬКІЙ МІСЦЕВОСТІ УКРАЇНИ.....	48
Кожемяченко О. О., Бакай С. Ю.	
ПРОБЛЕМИ КРЕДИТУВАННЯ МАЛОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ.....	49
КОЖЕМЯЧЕНКО О.О., ОБЕРШТ А. Д.	
ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ ПРАЦІ ВИКЛАДАЧІВ В УМОВАХ ДИСТАНЦІЙНИХ ОБМЕЖЕНЬ	50
Корженівський А.О.	
НАПРЯМИ ФОРМУВАННЯ МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНОЇ БАЗИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА НА ІННОВАЦІЙНІЙ ОСНОВІ.....	51
Коцюбайло М. Р., Шашина М. В.	
«ЕФЕКТ КОБРИ В УКРАЇНІ ТА РОЗВИТОК БЕЗРОБІТТЯ».....	52
Коцюбайло М. Р.	
ЦІНОУТВОРЕННЯ В ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА.....	53
Кочерга В.І., Салоїд С.В.	
РОЛЬ МАЛОГО БІЗНЕСУ В ЕКОНОМІЦІ УКРАЇНИ.....	54
Кочерга В.І.	
РЕЙДЕРСТВО ЯК ЗАГРОЗА БЕЗПЕЦІ ПІДПРИЄМСТВА В УКРАЇНІ.....	55
Кравченко Ф.Е.	
ВПЛИВ БЛОКЧЕЙН ТЕХНОЛОГІЇ НА ПІДПРИЄМНИЦТВО.....	56
Кривда О.В., Гнатко І.В.	
ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ РЕГІОНАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ.....	57

Кривда О. В., Кот Т. Ю.	
ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА ТА ШЛЯХИ ЇХ ПОДОЛАННЯ У ПЕРІОД ПАНДЕМІЇ COVID-19.....	58
Круш П.П.	
ЕВОЛЮЦІЯ В ДОСЛІДЖЕННЯХ ПОНЯТТЯ «ІНКЛЮЗИВНИЙ РОЗВИТОК»	59
Круш П.В., Круш П.П.	
ПРОБЛЕМИ СТАНОВЛЕННЯ МОДЕЛІ ІНКЛЮЗИВНОГО РОЗВИТКУ	60
Кубліцька О.В.	
РОЗВИТОК ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНОЇ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ	61
Кузьмінська Н.Л., Васютинська Ю.О.	
ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ЕКОНОМІЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ..	62
Кулешова І. С.	
МОНОПОЛІСТИЧНІ ТЕНДЕНЦІЇ В УКРАЇНІ.....	63
Лагодієнко В.В.	
ВИКЛИКИ ДЛЯ БІЗНЕСУ В РОЗРІЗІ ВІДКРИТТЯ РИНКУ ЗЕМЛІ	64
Лагодієнко В.В., Чорній В.В.	
СИСТЕМИ УПРАВЛІНСЬКОГО АУДИТУ ЯК ФАКТОР РОЗВИТКУ ДЛЯ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ	65
Лазарець П.С.	
ПЕРСПЕКТИВИ СТВОРЕННЯ ПІДПРИЄМСТВА З ВИРОБНИЦТВА РИБОФЛАВІНУ В УКРАЇНІ	66
Лазебник Л.Л.	
ЗНАЧЕННЯ СОЦІАЛЬНИХ ЗВ'ЯЗКІВ ДЛЯ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.....	67
Лінива І.С.	
СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ЯК НЕВІД'ЄМНА ЧАСТИНА РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА.....	68
Макалюк І. В., Чепурний Д. О.	
ОПТИМІЗАЦІЙНИЙ ПІДХІД ДО ФОРМУВАННЯ СОБІВАРТОСТІ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА.....	69
Малюта Д.О.	
ПОНЯТТЯ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ПОЛІТИКОЮ ПІДПРИЄМСТВА	70
Мартиненко В.П., Скорик А.Ю.	
ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ	71

Мосійчук Д.О.

СТРАТЕГІЧНЕ ПЛАНУВАННЯ ЯК ОСНОВА СТАЛОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА .72

Науменко О., Артеменко Л.П.

МЕТОДИ ОЦІНКИ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВА НА
МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ 73

Небава М.І., Лі Янань

ТЕХНОЛОГІЧНИЙ ТА ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ПІДПРИЄМНИЦТВА КНР..... 74

Pakhotin A.O.

ECONOMIC SITUATION OF JSC “IMPERIAL TOBACCO PRODUCTION” AND
INVESTMENT PROCESSES OF THE ENTERPRISE 75

Pohrebniak A., Harchenko A.

DIGITALIZATION AND DIGITAL TRANSFORMATION OF THE ECONOMY 76

Пянтківська В.А.

ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ МОТИВАЦІЇ ПРАЦІ ПЕРСОНАЛУ НА
ПІДПРИЄМСТВІ 77

Ratnikov K.O.

LACK OF INNOVATIVE ACTIVITY IN NON-ENTERPRISES OF UKRAINE, CAUSES AND
CONSEQUENCES..... 78

Рижиков М. Л.

РЕФОРМА ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ. ПОРІВНЯННЯ З ДОСВІДОМ
ГРУЗІЇ..... 79

Рокіщук М. В.

ІНВЕСТИЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ХІМІЧНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ
УКРАЇНИ..... 80

Романюк Ю.Д.

ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ УПРАВЛІННЯ РЕСУРСНИМ ПОТЕНЦІАЛОМ
ПІДПРИЄМСТВА..... 81

Савічева Т.Ю.

РОЛЬ МІЖНАРОДНОЇ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА У ПРОЦЕСІ
ІНТЕРНАЦІОНАЛІЗАЦІЇ 82

Сєногонова Л. І., Володавчик В. С.

ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ ЯК ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ УПРАВЛІННЯ
ПІДПРИЄМНИЦЬКОЮ ДІЯЛЬНІСТЬ 83

Сікорська К.А.

ПІДПРИЄМНИЦТВО В УКРАЇНІ В ПЕРІОД ПАНДЕМІЇ COVID-19..... 84

Skorobogatova N.

ENTERPRISE INVESTMENT STRATEGY IN THE CONTEXT OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT 85

Хабленко А.Д., Зубик П.Р.

ПОТЕНЦІАЛ ВИКОРИСТАННЯ КРИПТОВАЛЮТ В ЯКОСТІ ПЛАТІЖНОГО ЗАСОБУ ... 86

Харченко Ю.П.

ОКРЕМІ АСПЕКТИ ІНСТИТУЦІОНАЛІЗАЦІЇ РЕГІОНАЛЬНОГО ПРОСТОРУ НА ЗАСАДАХ ІНКЛЮЗІЇ 87

Хринюк О. С., Ганіч С. С.

ХАРАКТЕРИСТИКА МАТРИЦІ БКГ ЯК ІНСТРУМЕНТУ УПРАВЛІННЯ ТОВАРНОЮ ПОЛІТИКОЮ ПІДПРИЄМСТВ 88

Шабетя А.С.

АНАЛІЗ ДОЦІЛЬНОСТІ ЗБИРАННЯ ПК В УКРАЇНІ..... 89

Шевчук П. О.

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ФАРМАЦЕВТИЧНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ ТА ВІТИЧЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ..... 90

Шелест І.О.

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ 91

Шкробот М. В., Дога А. О.

ГЕНЕЗИС КАТЕГОРІЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА..... 92

Шутильова А. В.

ВСЕСВІТНЯ ПАНДЕМІЯ ЯК ПЕРЕШКОДА РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА..... 93

Шуть А.С.

СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УМОВАХ КАРАНТИНУ 94

ZHANG HENGRUI

THE CURRENT CONDITION AND PROSPECTS OF CHINA'S ECONOMIC DEVELOPMENT 95

СЕКЦІЯ 2: ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

Адамська А.П.

РЕАЛІЗАЦІЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ЦІНОВОЇ ПОЛІТИКИ АТ «АКБ «КОНКОРД» 97

Андрусь О.І., Белікова К.В.

ЦІНОУТВОРЕННЯ У СФЕРІ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ..... 98

Андрусь О.І., Мошкун Г.І.	
ШЛЯХИ ЗНИЖЕННЯ СОБІВАРТОСТІ ПРОДУКЦІЇ.....	99
Артеменко Л.П.	
ЗАСТОСУВАННЯ ТА ОБМЕЖЕННЯ ТЕСТУ ГІПОТЕТИЧНОГО МОНОПОЛІСТА	100
Asatrian K.T.	
THE IMPACT OF CRYPTOCURRENCY LEGALIZATION IN UKRAINE ON ITS ECONOMY	101
Беркут М.Є.	
ПРИНЦИПИ ФОРМУВАННЯ ПОДАТКОВОЇ СИСТЕМИ В УКРАЇНІ.....	102
Бессараб К.	
РОЗВИТОК ЕЛЕКТРОННОГО БАНКІНГУ ЯК ГОЛОВНИЙ НАСЛІДОК ПЕРЕХОДУ ДО БЕЗГОТІВКОВОГО СПОСОБУ ОПЛАТИ.....	103
Бондар-Підгурська О.В., Уграновська А. І.	
УПРАВЛІННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЮ БЕЗПЕКОЮ КОРПОРАЦІЙ УКРАЇНИ В УМОВАХ НОВИХ ВИКЛИКІВ І ЗАГРОЗ.....	104
Бузинник Ю. С., Кавтиш О.П.	
ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ МЕТОДІВ ОЦІНКИ ПЕРСОНАЛУ.....	105
Виборнов А.О.	
АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИДІВ РЕКЛАМИ В ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ	106
Вовк О.М., Ковальчук А.М.	
КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ АДАПТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ.....	107
Войнарівська Я. М.	
АНАЛІЗ ПОКАЗНИКІВ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ КОНДИТЕРСЬКОЇ ГАЛУЗІ	108
Гончаренко К., Ткаченко Т.П.	
СПЕЦИФІКА ОБ'ЄКТІВ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА.....	109
Гордійчук-Бурдіна Х.І.	
ВПЛИВ МІГРАЦІЇ НА СУЧАСНУ СВІТОВУ ЕКОНОМІКУ	110
Гордійчук-Бурдіна Х.І.	
ТІНЬОВА ЕКОНОМІКА В СІЛЬСЬКОМУ ГОСПОДАРСТВІ УКРАЇНИ.....	111
Дергалюк М.О., Неділько Я.О.	
ЕКОЛОГІЧНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЯК ВИЗНАЧНИЙ ЧИННИК ПРИ ВЕДЕННІ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	112
Дергалюк М.О., Бортник Х. В.	

ЦИРКУЛЯРНА ЕКОНОМІКА В УКРАЇНІ: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ ПЕРЕХОДУ	113
Державська А.В.	
ТОВАРНА СТРАТЕГІЯ КОРПОРАТИВНИХ ПІДПРИЄМСТВ	114
Джумакєєва Д.Д.	
Теоретичні АСПЕКТИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ТА ОСНОВНІ ЙОГО ПІДХОДИ	115
Дмитришин Є. О., Арзянцева Д.	
РОЛЬ СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНОГО БІЗНЕСУ В РОЗВИТКУ ТЕРИТОРІЙ	116
Дмитрук О. Ю., Чупріна М. О.	
ПРОБЛЕМИ ВПРОВАДЖЕННЯ РЕФОРМ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ В УКРАЇНІ..	117
Домбровський О.Ю.	
ТЕНДЕНЦІЇ ЕКСПОРТУ ТА ІМПОРТУ У ХІМІЧНІЙ ПРОМИСЛОВОСТІ ПІД ЧАС ЕКОНОМІЧНОЇ КРИЗИ СПРИЧИНЕНОЮ COVID.....	118
Заяць О. С.	
АНАЛІЗ ПЕРСПЕКТИВ ХІМІЧНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ	119
Зінченко Д.С., Павличі Даріюш	
СИСТЕМНО-ЦІЛЬОВИЙ ПІДХІД ДО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА.....	120
Зозуля К.М.	
ЦИФРОВИЙ МАРКЕТИНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УМОВАХ COVID-19.....	121
Калій Олена Олександрівна	
ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВ.....	122
Зубик П. Р., Хабленко А.Д.	
ПОТЕНЦІАЛ СТВОРЕННЯ БІОТЕХНОЛОГІЧНИХ СТАРТАПІВ В УКРАЇНІ.....	123
Касян С. Я., Козлова А.А.	
ФОРМУВАННЯ ЦІНИ НА ТОВАР ТА ОБІРУНТУВАННЯ СТРАТЕГІЇ МАРКЕТИНГОВОГО ЦІНОУТВОРЕННЯ КОМПАНІЇ «АВК»	124
Кикоть Ю.О., Темченко О.А.	
ОЦІНКА ВПЛИВУ COVID-19 НА ВІТЧИЗНЯНУ ЕКОНОМІКУ	125

Кльок І.І.

РИЗИКИ, ЩО ВПЛИВАЮТЬ НА ПІДПРИЄМСТВО В УМОВАХ ЗАГРОЗ ТА НЕВИЗНАЧЕНОСТІ

Коваленко Н. О.

СВІТОВИЙ ДОСВІД ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА З ВИКОРИСТАННЯМ АВІАЦІЇ	127
Kovalenko N., Stoliarchuk N.	
BUSINESS PLAN AS A TOOL OF ENTERPRISE ENTREPRENEURSHIP IN THE CONDITIONS OF A PANDEMIC CRISIS.....	128
Ковриженко Т.А.	
ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РИНКУ ПОЛІГРАФІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ УКРАЇНИ.....	129
Колесник М. П.	
УПРАВЛІННЯ ЕФЕКТИВНІСТЮ НАФТИ ЯК ПАЛИВА І ЯК СИРОВИНИ	130
Колпакчі К. Ю.	
ЕЛЕКТРОЕНЕРГІЯ ЯК НЕВИЗНАНА ГЛОБАЛЬНА ВАЛЮТА ТА ПОКАЗНИК ЕКОНОМІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ДЕРЖАВИ.....	131
Korovushkin V.O.	
ECO-INDUSTRIAL PARKS AS SUSTAINABLE INDUSTRIAL ZONES OF UKRAINE.....	132
Корсуновська М.Д.	
ЗОВНІШНЯ ТОРГІВЛЯ ХІМІЧНОЮ ПРОДУКЦІЄЮ У КИТАЇ	133
Косарь Є., Підлісна О.А.	
АНАЛІЗ МІСЦЯ ЛІСІВ В ПЕРЕЛІКУ РЕСУРСІВ УКРАЇНИ.....	134
Кравчик Ю.В., Улітко Т. В.	
ПРИЧИНИ ТА НАСЛІДКИ ТІНЬОВОЇ ЕКОНОМІКИ	135
Красношапка В.В., Кацевич М.М.	
МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....	136
Кулешова І.С.	
ВПЛИВ ПАНДЕМІЇ COVID-19 НА ЕКОНОМІКУ КРАЇН СВІТУ.....	137
Кязимли Самая Авез кизи	
ЕКОНОМІЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ НАПРЯМІВ ЗРОСТАННЯ ПРИБУТКОВОСТІ.....	138
Лех В.Р.	
ВТРАТИ І НОВІ МОЖЛИВОСТІ, ОБУМОВЛЕНІ ДИСТАНЦІЙНИМИ ОБМЕЖЕННЯМИ	139
Любченко С.О.	
ПЕРЕОРІЄНТАЦІЯ УКРАЇНСЬКОЇ ЕКОНОМІКИ НА ВІДНОВЛЮВАНІ ДЖЕРЕЛА ЕНЕРГІЇ: ЕКОЛОГІЧНІ ТА ЕКОНОМІЧНІ НАСЛІДКИ.....	140
Малахова Ю.Р.	

СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВА АГРОПРОМИСЛОВОГО КОМПЛЕКСУ З МЕТОЮ ПІДВИЩЕННЯ ЙОГО КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ.....	141
Макаренко В.А.	
ПРОБЛЕМА ПРАЦЕВЛАШТУВАННЯ МОЛОДІ В УКРАЇНІ.....	142
Малихіна Ю.М.	
ДОСЛІДЖЕННЯ ЯВИЩА ШЛЮБНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ.....	143
Мартиненко В.П., Кирдан Д.О.	
НАПЯМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	144
Марченко В.М.	
ВПЛИВ ЗРОСТАННЯ ГЛОБАЛЬНОГО СПОЖИВАННЯ НА ОБСЯГИ ВІДХОДІВ УПАКОВКИ.....	145
Маслак М.В., Ревко А.М.	
ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ СУЧАСНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ СОЦІАЛЬНОЇ РОБОТИ В УКРАЇНІ	146
Мірошниченко В.Р., Кириченко С.О.	
АНАЛІЗ УКРАЇНСЬКОЇ ЗАЛІЗНИЧНОЇ МОДЕЛІ	147
Михайлюк М.П., Заєць О.Ю.	
ПАНДЕМІЯ ЯК КАТАЛІЗАТОР НОВИХ МОЖЛИВОСТЕЙ ЛЮДСТВА	146
Mortazavi Artemis	
THE ADVERSE EFFECT OF CORRUPTION ON FOREIGN BUSINESS DEVELOPMENT IN UKRAINE.....	149
Нетреба І.О.	
ОБГРУНТУВАННЯ ДОЦІЛЬНОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ СИСТЕМИ КРІ В АНТИКРИЗОВОМУ УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ.....	150
Огородник О.І.	
ПРОБЛЕМИ ЗАЛУЧЕННЯ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТИЦІЙ В ЕКОНОМІКУ УКРАЇНИ.....	151
Odinokova A. O., Kukharuk A.D.,	
PROBLEMS OF FUNCTIONING OF AGROCHEMICAL ENTERPRISES IN THE AGE OF DIGITALIZATION	152
Палатна В.С.	
ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МАЛОГО І СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ.....	153
Писюк С.	

ДУАЛЬНА ОСВІТА ЯК СПОСІБ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ МОЛОДІ НА РИНКУ ПРАЦІ	154
Pohrebniak A.Yu.	
GENESIS OF THE CONCEPT OF CIRCULAR ECONOMY.....	155
Полгородник Я.А.	
ФАКТОРЫ ЭФФЕКТИВНОГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ МАТЕРИАЛЬНЫХ РЕСУРСОВ ПРЕДПРИЯТИЯ.....	156
Попело О.В.	
РЕАЛІЗАЦІЯ КЛАСТЕРНОГО ПІДХОДУ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ	157
Прокопчук С. О.	
ПРОБЛЕМИ СТАНОВЛЕННЯ СОЦІАЛЬНО-ОРІЄНТОВАНОЇ РИНКОВОЇ ЕКОНОМІКИ В УКРАЇНІ	158
Прокопчук С. О.	
ВПЛИВ ДІЯЛЬНОСТІ ТНК НА ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК УКРАЇНИ.....	159
Рогачова О. С.	
МЕТОДИ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	
Русиник М.А.	
РОЛЬ ТРУДОВОЇ МІГРАЦІЇ В ЕКОНОМІЦІ УКРАЇНИ	161
Самійленко Г.М.	
ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ КРЕАТИВНИХ КЛАСТЕРІВ В РЕГІОНАЛЬНОМУ ВИМІРІ.....	162
Свистун С.І.	
ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ МАЛОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ.....	163
Ткаченко Т.П.	
ЕКОНОМІЧНА ТА КОМЕРЦІЙНА БЕЗПЕКА ПІДПРИЄМСТВА: ВІДМІННОСТІ ТА СПІЛЬНІ РИСИ.....	164
Tulchynska S.O., Tulchynskyi R.V.	
CLASSIFICATION SYSTEMS OF COMPETITIVENESS OF THE ENTERPRISE	165
Тюленєва Ю.В., Антошко Т.Р.	
ДЕРЖАВНА ПІДТРИМКА СЕРЕДНЬОГО ТА МАЛОГО БІЗНЕСУ	166
Тюленєва Ю.В., Антошко Т.Р.	
ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ БАНКІВСЬКОГО СЕКТОРУ.....	167
Улітко Т. В.	
АНАЛІЗ СТАНУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ В УКРАЇНІ	168
Федоришина О. В., Арзянцева Д.	
БЮДЖЕТ УЧАСТІ ЯК НЕОБХІДНА СКЛАДОВА ТЕРИТОРІАЛЬНОГО РОЗВИТКУ	169

Фурс О.

АНАЛІЗ МЕХАНІЗМІВ ЗАЛУЧЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНИХ РЕСУРСІВ В ПЕРІОД ПАНДЕМІЇ
COVID-19..... 170

Ханін С.Г.

ПЕРЕДУМОВИ СТАНОВЛЕННЯ КРЕАТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ ЯК КОНЦЕПЦІЇ
ПОСТІНДУСТРІАЛЬНОГО СУСПІЛЬСТВА 171

Харитоненко Д. В.

УДОСКОНАЛЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ 172

Чава А.В.

**ФАКТОРИ ТА ШЛЯХИ ЕФЕКТИВНОГО ВИКОРИСТАННЯ ПЕРСОНАЛУ НА
ПІДПРИЄМСТВІ**

Шашина М.В. Фалько М.О.

ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ВІРТУАЛЬНИХ АКТИВІВ В УКРАЇНІ..... 174

Шелест М.С.

ВПЛИВ БЕЗРОБІТТЯ НА СВІТОВУ ЕКОНОМІКУ СЬОГОДЕННЯ..... 175

СЕКЦІЯ 1: СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ЕКОНОМІКИ

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТУ ПІДПРИЄМСТВ ПАПЕРОВО-ЦЕЛЮЛОЗНОЇ ГАЛУЗІ

На даний момент в Україні існує проблема повної забезпеченості усіх суб'єктів господарювання продукцією целюлозно-паперової галузі. Тому дослідження її стану та тенденцій розвитку задля розкриття чинників, що призупиняють чи унеможливають ефективну діяльність підприємств, які функціонують у даній сфері, є досить важливим.

В Україні здійснює виробництво та переробку продукції паперово-целюлозної галузі близько 100 підприємств, які здебільшого зосереджені в Київській, Чернігівській, Житомирській, Дніпровській, Хмельницькій та Львівській областях [1]. У першу чергу, це зумовлено факторами розвитку галузі: тяжінням даних підприємств до сировини, а також можливістю забезпечення водою та електроенергією. У 2020р. виробництво продукції паперово-целюлозної галузі склало 1456,4 тис. т., що на 21,35% менше, ніж у 2019р. та на 24,13% менше, ніж у 2018р.. Споживання також знизилось за досліджуваний період: з 2591,57 тис. т. у 2018р. до 1893,32 тис. т. у 2020р., тобто на 27%. Реалізовано продукції паперово-целюлозної галузі, виробленої з власної сировини у 2018р. – на 1490,89 тис. т., у 2019р. – на 1438,88 тис. т., у 2020р. – на 1280,93 тис. т. [1]. Причиною цього, у першу чергу, стало зниження попиту на дану продукцію, внаслідок світової пандемії коронавірусної хвороби та переходу більшості підприємств у режим «online». Також потрібно виокремити найбільш глобальну проблему стримування розвитку підприємств даної галузі - це фізична і моральна застарілість основних фондів. Робочий стан обладнання, що використовують підприємства у своїй діяльності, підтримується здебільшого завдяки відновлювальному ремонту та модернізації і рідше – шляхом його повної заміни. Окрім цього є проблема обмеженості ресурсів для виробництва, внаслідок якої підприємства паперово-целюлозної галузі повинні звернути увагу на альтернативні джерела сировини з недревних рослин та на випуск таких видів продукції, що виготовляються з вторинного волокна – макулатури [2]. Але в той же час суб'єкти господарювання стають усе більш залежними від поставок іноземних контрагентів. Імпортовано паперу та картону в Україну в 2018р. – на суму 923461,2 тис. дол. США; у 2019р. – на 867517,6 тис. дол. США; у 2020р. - 809253,18 тис. дол. США. При чому спостерігається зменшення обсягів даної ввізної продукції протягом досліджуваного періоду на 12,37%, але її частка в загальному імпорті країни зростає з 1,62% у 2018р. до 1,87% у 2020р. [1].

До основних факторів, що стримують розвиток підприємств паперово-целюлозної галузі можна віднести наступні: незначні капіталовкладення в дану галузь, що зумовлено погіршенням інвестиційної привабливості України, а також монополізація ринку лісоматеріалів [2]. Завданнями подальшого розвитку галузі є: модернізація виробництва, шляхом впровадження сучасних технологій; формування ефективної системи управління ресурсами на підприємствах та посилення їхньої зовнішньоекономічної діяльності. На даному етапі для покращення ситуації необхідна допомога держави, що в першу чергу стосується удосконалення законодавчої бази та розробки програм допомоги підприємств даної галузі.

Підсумовуючи вищенаведене, слід відмітити важливість якнайшвидшого впровадження змін у паперово-целюлозній галузі задля її подальшого розвитку.

Перелік посилань:

1. Державна служба статистики України: вебсайт. URL: www.ukrstat.gov.ua (дата звернення: 02.11.2021).
2. Проблеми та перспективи розвитку целюлозно-паперової промисловості України в умовах світового ринку [Електронний ресурс]/Зінченко Д.В., Дунська Д.Р.// Вип. 8 2014. Режим доступу: <http://probl-economy.kpi.ua/ru/node/398>

НЕОБХІДНІСТЬ НАДАННЯ ДЕРЖАВНОЇ ФІНАНСОВОЇ ДОПОМОГИ ФІЗИЧНИМ ОСОБАМ-ПІДПРИЄМЦЯМ В УКРАЇНІ

В Україні за останні 2 роки спостерігається зростання кількості ФОП, які закриваються. Станом на січень 2021 року 18430 фізичних осіб-підприємців припинили свою діяльність. У порівнянні з 2020 роком цей показник зріс на 41%, бо тоді ця цифра була 7665 [1]. Зрозуміло, що підприємці завершують власну справу не від солодкого життя. Саме тому ця тема є нині досить актуальною, адже наразі є надзвичайно важливо українському уряду сприяти розвитку сучасної підприємницької діяльності.

Головна проблема полягає в тому, що кожного року лише зростають податки, які зобов'язані платити підприємці. Також на ринку постійно відбувається підвищення цін на засоби виробництва. У той же час український уряд не проводить політики щодо підтримки матеріального статусу ФОП. Звільнення від виплат Єдиного соціального внеску для ФОП відбувається лише в тому разі, якщо за поточний місяць не було отримано жодного прибутку.

Без сумніву, цього недостатньо. Це є підтвердженням того, що український уряд повинен впровадити певні пільги у вигляді грошової допомоги та підтримки фізичним особам-підприємцям. Це матиме вагомий вплив на розвиток сучасного підприємства та змінить у позитивній тенденції статус ФОП. Щодо підтвердження точності та невичерпності цієї точки зору, можна взяти за приклад економічну політику Франції, яка дійсно спрямована на підтримку підприємців: в країні також встановлена певна кількість податків. Одночасно з цим існує достатньо сильна політика, яка спрямована на забезпечення певними грошовими пільгами та компенсаціями фізичних осіб-підприємців у Франції. Така грошова пільга, як наприклад *Abattement auto-entrepreneur* [2]. Завдяки цьому фізична особа-підприємець Франції має можливість платити податок, який вираховується не з всього доходу, а лише з певного відсотку, розмір якого залежить від діяльності підприємця. Розмір цього вирахування 71%, 50% або 34%. Також французька система оподаткування звільняє від сплати соціального збору на один рік певну категорію фізичних осіб-підприємців (*ACRE - Aide à la création ou à la reprise d'une entreprise*) [3]. Варто також згадати про наявність вигідних банківських пропозицій кредитів з нульовими відсотком.

Ці та інші фінансові допомоги дозволяють французьким ФОП прогресувати. Таким чином це позитивно впливає на розвиток французької економіки в цілому та тому наразі ця країна є одним з лідерів. Об'єктивно кажучи наша країна потребує суттєвих змін для того, щоб зайняти лідерські позиції. Без сумніву, запровадження допомоги та підтримки фізичним особам-підприємцям поліпшить економічну ситуацію в країні. До того ж, це буде дійсно значним поштовхом для розвитку підприємницької діяльності та заохочення до відкриття нових підприємств та організацій. Такі ідеї може втілити український уряд, шляхом збільшення можливостей щодо отримання фінансової допомоги підприємцями та різноплановості грошових компенсацій та пільг. Це призведе до збільшення фізичних осіб, які зможуть почати та успішно вести підприємницьку діяльність. Реалізувати цю пропозицію непросто, але можливо, адже усунення факторів, які є перепонами для розвитку підприємницької діяльності в Україні, дасть змогу покращити стан української економіки в цілому.

Перелік посилань:

1. Економіка українських фопів в реальному часі [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://opendatabot.ua/open/foconomics>
2. Le taux d'abattement pour l'auto entrepreneur [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://pole-autoentrepreneur.com/guide/la-fiscalite/impots-auto-entrepreneur/taux-d-abattement-auto-entrepreneur/>.
3. Code du travail: version en vigueur depuis le 01 janvier 2019 - article L5141-1. Режим доступу: https://www.legifrance.gouv.fr/codes/article_lc/LEGIARTI000036390612/

УСУНЕННЯ ПРОБЛЕМ, ЯКІ ГАЛЬМУЮТЬ ЗАЛУЧЕННЯ ФРАНЦУЗЬКИХ ІНВЕСТИЦІЙ В УКРАЇНУ

За 2020 рік в Україну надійшло французьких прямих інвестицій у розмірі 1048,4 млн. доларів. США. Це вказує на те, що темп їхнього приросту скоротився на 8,8%, порівнюючи з попереднім, 2019 роком, адже тоді в Україну було залучено 1149,9 млн. доларів США [1]. Без сумніву, цей показник знизився не від розвитку економічної політики України. Розмір прямих інвестицій скоротився через низку певних труднощів та складнощів, які стають перешкодою для французьких інвесторів. А Франція – одна з країн лідерів, яка здатна вкласти великий капітал і цим покращити ситуацію на українському ринку. Саме тому ця тема є нині досить актуальною, адже вирішення проблем, які стають на заваді французьким інвесторам, дасть змогу отримати набагато більшу кількість інвестицій, які вплинуть на розвиток українського економічного потенціалу.

Однією з найголовніших перепон є наша українська судова система [2]. Звичайно, не може і йти мови про інтерес французьких інвесторів щодо довгостроково залучення інвестицій, якщо для них є неймовірно великий ризик бути позбавленим своєї власності. Особливо це стосується середніх та малих підприємств. Оскільки судова система не надає повноцінного захисту, то є велика ймовірність втрати всього майна. Неможливо повноцінно захистити свою власність та без жодних махінацій вирішити певні суперечки в бізнесі. До того ж, багато французьких інвесторів зупиняє корупція. На жаль, вона є однією з найвагоміших перешкод для залучення прямих іноземних інвестицій. Таке зловживання владою в Україні посідає провідне місце. Потрібно також згадати про бюрократію та нечіткість законодавчо-правових норм, які можна сприймати по-різному.

Звичайно, ці всі перешкоди повинні бути усунені для того, щоб український економічний потенціал прогресував. По-перше, необхідно впровадити та ухвалити більш дієві засоби юридичного захисту для середніх та малих підприємств. Ми переконані, що це дасть неабиякий поштовх до зміни економічного статусу в очах іноземних інвесторів. Вони будуть мати більшу впевненість щодо безпечності своїх вкладень та подальшого прибутку. По-друге, надзвичайно важливою є боротьба з корупцією. Впровадження дієвої та результативної антикорупційної політики дасть можливість досягнути прозорості судової системи. А це в свою чергу стане вагомим приводом для заохочення іноземних капіталів в Україну. Ми впевнені, що досягти повного знищення корупції в Україні можна лише завдяки реформі судової системи загалом. По-третє, слід припинити бюрократію та починати впроваджувати електронний обіг усіх документів. З нашої точки зору, саме таким способом можливо досягти повної прозорості нашої системи.

Україна має надзвичайно великий економічний потенціал. Наша країна займає дуже вигідне географічне положення, вона знаходиться на перетині транспортних магістралей. Також в Україні є багато висококваліфікованих працівників, які мають унікальні ідеї. Не можна не згадати також про те, що в нашій країні є розвинена система виходу до морів, багато портів та мостів, летовища та аеропорти. Тобто є всі сприятливі умови для розвитку України та для виходу її на світовий рівень. Об'єктивно кажучи, для того, щоб ми змогли заохотити французьких інвесторів та зайняти лідерські позиції, потрібно в першу чергу вирішити всі внутрішні проблеми та усунути перепони.

Перелік посилань:

1. Динаміка прямих інвестицій [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://france.mfa.gov.ua/spivrobitnictvo/289-torgovelyno-jekonomichne-spivrobitnictvo-mizh-ukrajinoju-ta-francijeju>.
2. Посол Франції в Україні [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://mind.ua/publications/20219845-posol-franciyi-v-ukrayini-ukrayinci-aktivno-investuyut-v-ob-ekti-neruhomosti-na-lazurovomu-uzberezhzhi>.

СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ

Малі підприємства стають важливим чинником розвитку ринкової економіки держави. Адже саме розвиток малого бізнесу є одним із найперспективніших засобів створення конкурентної ринкової системи. Отже метою є розвинути конкуренцію, змусити покращити ефективність та впровадити нові технології. Підприємництво забезпечує збільшення зайнятості населення, сприяє раціональному використанню ресурсів.

З моменту здобуття Україною незалежності ведення підприємницької діяльності суттєво змінилося. Вдосконалилася законодавча база, збільшився конкурентоспроможний ринок, стабілізувалася економіка держави, відбулося поступове входження на світовий ринок. Через нестачу кваліфікації та малого заробітку, людина не може відкласти гроші на організацію свого підприємства, але не лише матеріальні проблеми його зупиняють, а й людські якості – неготовність до ризику, безвідповідальність, невпевненість у своїх силах.

В даний момент перед українськими підприємцями стоять важливі завдання як розвиток інноваційних технологій, розширення пропозицій, створення ефективного конкурентоспроможного середовища, створення нових робочих місць. В сучасному світі досить мати малий чи середній бізнес для повної реалізації своїх вмінь та ідей. Можна швидко реагувати на попит певної продукції, яка потрібна в даний момент на ринку. Оскільки важко, маючи велике підприємство, зробити певний товар так швидко, як цього хоче споживчий ринок.

На сучасному етапі, щоб володіти певним видом підприємництва підприємець має пройти певні труднощі, оскільки існують основні обмеження: недосконала законодавча база, щодо розвитку підприємництва; відсутність відповідної державної підтримки, щодо створення та розвитку малого та середнього бізнесу; недосконалість забезпечення інноваційного та інфраструктурного розвитку підприємств; низький рівень конкурентоспроможності; низький рівень платоспроможності, що відбивається на формуванні попиту; великі видатки на реєстрацію власності, отримання дозволів та на оподаткування; обмеження доступу малих підприємств до виробничих потужностей. Також на розвиток малих підприємств впливає спад ВВП, оскільки він призвів до зменшення внутрішніх фінансових ресурсів країни, зниження купівельної спроможності населення та зменшення обігових коштів суб'єктів підприємницької діяльності.

Отже, задля досягнення значних успіхів у розвитку підприємництва, в країні необхідно створювати певні умови, але, на жаль, наше законодавство не знаходиться на потрібному рівні розвитку. Держава може допомогти підприємцям, виконуючи такі завдання як: залучення вільних економічних ресурсів, оскільки є недостатня організація та оплата праці, звідки виникає нестача кваліфікованої робочої сили та неповна віддача роботі; своєчасне реагування на тенденції розвитку економіки; розвиток інноваційних структур, які у свою чергу будуть підтримувати підприємство на всіх стадіях інфраструктурного циклу; виведення підприємств з тіньової економіки; усунення бюрократії; залучення іноземних інвестицій; залучення молоді з новими ідеями. Також важливим було б створення навчально-консультативних центрів, які б ефективно надавали підтримку малому підприємництву з таких питань, як маркетинг, оподаткування, підготовки бізнес планів тощо. Також було б добре ділитися досвідом серед підприємств, щоб покращити якість виробничих процесів без значних затрат.

Перелік посилань:

1. Яненко І. Г., Самарська В. В. Особливості Державного регулювання малого підприємництва в Україні [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://journals.indexcopernicus.com/api/file/viewByFileId/389753.pdf>

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ МІЖНАРОДНИХ КОМПАНІЙ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

На сьогодні, основним пріоритетним завданням діяльності міжнародних компаній є ефективне управління системою ризиків на підприємстві. В умовах пандемії, більшість ризиків слід розглядати з точки зору впливу факторів внутрішнього та зовнішнього середовища, з якими компанії зіштовхуються в процесі здійснення своєї міжнародної діяльності. З такого підходу ризик слід розглядати як небезпеку з точки зору непередбачуваності його виникнення в бізнес середовищі. Так, з розвитком пандемії, найбільш уразливими виявилися компанії сфери послуг, оскільки їх діяльність напряду пов'язана зі спілкуванням з людьми. Внутрішніми факторами загрози при цьому є зниження обсягів реалізації послуг, зниження рівня замовлень, скорочення чисельності працівників. Якщо розглядати реальний сектор, то криза вплинула на обсяги виробництва, рівень зайнятості населення, обсяги інвестиційних ресурсів, що позначилося на загальному фінансовому стані більшості підприємств. Така ситуація вплинула на значну зміну в фінансовому секторі країни, а саме зниження попиту на послуги фінансових установ. Сезонні коливання погіршення пандемії вносять також свої корективи у діяльність більшості міжнародних компаній, оскільки в кожній країні існують свої особливості перебігу пандемії. Якщо розглядати розвиток українських міжнародних компаній, то основними заходами щодо стабілізації та адаптивності своєї діяльності з урахуванням нових умов, доцільно розглядати з точки зору секторального управління. Так, в питаннях фінансового забезпечення доцільно розробляти сценарії управління ризиками, які є специфічними з точки зору розвитку пандемії. Необхідно більш ефективна співпраця зі стейкхолдерами в питаннях ефективності комунікацій з урахуванням сучасних обмежень. При розробці програм та напрямів необхідно враховувати антикризові програми уряду з можливостями мінімізації ризиків для своєї галузі. В питаннях урядової допомоги для бізнесу, скористатися можливими пільгами з оподаткування, які запроваджено для різних сфер діяльності. Більш ефективно налагодити грошові потоки підприємства. В своїй діяльності застосовувати цифровізацію, оскільки більшість операцій переведено в режим дистанційної роботи. Доцільно проводити моделювання розвитку економічних процесів з дотриманням процедури моніторингу стану економічних процесів. Необхідно аналізувати фактори міжнародного середовища, які мають вплив на трансформацію бізнес моделей у зв'язку з пандемією у довгостроковій перспективі.

Такі заходи, повинні сприяти мінімізації існуючих фінансово-економічних ризиків при здійсненні діяльності міжнародних компаній. Розвиток міжнародної співпраці повинен бути більш гнучким в сучасних умовах, оскільки пандемія показала, наскільки доцільно можна трансформувати та оптимізувати більшість операцій по задоволенню потреб споживачів того чи іншого продукту або послуги. Більшість підприємств сфері послуг та торгівлі, посередницькі та фінансові організації, змогли переорієнтувати своє виробництво під нові умови функціонування, досягти певної фінансової вигоди, тим самим, адаптуватися до нових вимог, що навіть після закінчення пандемії, не раціонально повертатися до традиційного функціонування того чи іншого виду діяльності. Адаптивні можливості кожної компанії дозволили деяким підприємствам більш ефективно запроваджувати свою діяльність, що позначилося на економії фінансових коштів. Компанії зіштовхнулися з ризиками, які до пандемії були складно прогнозовані, тим самим управління ними або їх мінімізації, виявилися досить складним процесом, оскільки їх невизначеність є досить великою.

РОЗВИТОК ЕЛЕКТРОННОГО БАНКІНГУ

Карантинні обмеження обумовили всебічне використання безконтактних технологій. Особливої актуальності набуло оволодіння новими онлайн-способами ведення бізнесу в тих сферах, існування яких вважалося неможливим без безпосереднього контакту із споживачем. Тому проблема розвитку електронного банкінгу є актуальною.

Метою дослідження є встановлення причинно-наслідкового зв'язку між якістю сервісів електронного банкінгу і кількістю користувачів.. Розглянемо еволюцію залучення більшої кількості користувачів до банківських інтернет-послуг на прикладі трансформації банківського сектору і, зокрема, входження на ринок банку Monobank, електронних платіжних систем з принципово новими засадами функціонування.

Значної популярності набуває електронний банкінг. Протягом останніх років спостерігається поступове збільшення кількості безготівкових транзакцій, що є передумовою до розвитку нового покоління банків. Процес переходу до цифрового формату надання послуг є глобальним за своєю сутністю і впливає на стан економіки як окремої країни, так і всього світу. Попит на швидке обслуговування виник в умовах нормально функціонуючої економіки. Але це питання загострилося в умовах карантинних обмежень, коли взаємодія людей мінімізувалася, а отже обіг товарів та послуг різко впав, наслідком чого стала економічна криза. Банківська система зазнала значних змін, а саме вихід на ринок електронного банкінгу, функціонування якого базується на взаємодії інформаційних та інтернет-технологій з метою надання банківських послуг шляхом самобслуговування. Згідно з даними держдепартаменту електронної комерції Ощадбанку станом на весну 2021 року близько 70% клієнтів банків певним чином вже проводили платежі за допомогою мобільних додатків.

Monobank – це приклад бізнесу, який з'явився «в потрібний час у потрібному місці». Про сприйняття ідеї банку у смартфоні населенням свідчать темпи зростання клієнтської бази – від 18000 тестових карток у жовтні 2017 року до першого 1000000 користувачів банк перетнув у травні 2019 року. Станом на 04.11.2021 зареєстрованих активних клієнтів з гривневими рахунками цього банку нараховується 4410289 [1]. Зручність мобільного додатку дозволяє здійснювати більше платіжних операцій, що пришвидшує грошовий обіг. Концепція задовольнила потреби клієнтів своєю простотою. Доступність також стала значним фактором у формуванні попиту на мобільні банки, адже вартість послуг банку є конкурентною порівняно з традиційними банками. Також варто відзначити збільшення кількості платіжних операцій, здійснених за допомогою системи електронних платежів з мобільного пристрою з функцією NFC, комунікації ближнього поля, Google Pay – з 1,62% до 6,93%, та мобільного гаманця Apple Pay, з 4,22% до 20,3% [2]. Це підтверджує те, що електронний банкінг – це наслідок поступового переходу суспільства до безготівкового способу оплати.

В результаті проведеного дослідження було встановлено те, що існує причинно-наслідковий зв'язок між якістю електронних банківських систем та додатків, які забезпечують надання банківських послуг, та кількістю користувачів. Суспільство прагне забезпечення своїх потреб шляхом лаконічного та простого, а головне доступного, обслуговування. Особливої актуальності це набуває в контексті поточної епідеміологічної ситуації в світі. На прикладі Monobank розглянуто ефективність трансформації банківського сектору та вплив переосмислених засад функціонування електронних платіжних систем на зростання кількості користувачів банківських інтернет-послуг.

Перелік посилань:

1. Дашборд monobank [Електронний ресурс]. Режим доступу до ресурсу: <https://www.monobank.ua/dashboard>
2. Інфографіка статті «Аналітика онлайн-платежів Fondy в 2021 році» [Електронний ресурс] / Хиптюк Дмитро – 2021. Режим доступу до ресурсу: <https://fondy.ua/uk/blog/online-payments-analytic-2021/>

ДОСЛІДЖЕННЯ ІНФЛЯЦІЙНИХ ЛАНЦЮЖКІВ В ЕКОНОМІЦІ УКРАЇНИ У ПЕРШІЙ ПОЛОВИНІ 2021 РОКУ

У зв'язку з пандемією та війною на сході України економічне становище країни погіршується [1]. Так пандемічні обмеження на рух громадського транспорту, відсторонення від роботи через відмови від вакцинації, дистанційна робота підприємств (під час карантину 54% компаній почали працювати віддалено або частково віддалено, і тільки 46% не змінили формат роботи [2]) формують інфляційні зміни державних фінансів. Дослідження і прогнозування інфляційних процесів в таких умовах є одним із завдань науковців різних країн світу.

Дослідження показало, що у II кварталі 2021 р. глобальна економіка зростала завдяки заходам масштабного стимулювання вакцинації та послабленню карантину. За відновленням виробництва (перший квартал) відновився сектор послуг (із квітня 2021 р.), ділова активність якого набула максимальних (за останні 15 рр) темпи зростання і стимулювала оптимізм бізнесу [3]. Але одночасно пришвидшилася споживча інфляція (з 8.5% р/р у березні до 9.5% р/р у червні) [1], очікувано перебуваючи за верхньою межею цільового діапазону $5\% \pm 1$ в. п. Пришвидшило інфляцію подорожчання природного газу, соняшникової олії (і продуктів її переробки: маргарин, майонез). Посилився і фундаментальний тиск: базовий ІСЦ у червні також пришвидшився. Зберігався тиск виробничих витрат на продовольчу інфляцію: сукупний індекс витрат на виробництво сільськогосподарської продукції підвищився на 35,6% у порівнянні з минулим роком [4] внаслідок зростання цін енергоресурсів [5], заробітних плат та віддзеркалення ефекту високих цін на сировину в попередні періоди. Перераховані фактори спровокували зростання цін і у вітчизняному тваринництві (м'ясо та молоко) [3]. Як наслідок, дорожчали послуги закладів громадського харчування (на 13% у порівнянні з 2020 р.) [6], культури, відпочинку, медичні послуги, страхування особистого транспорту, телекомунікації та оренда житла. Регулювання інфляційних процесів потребує часу та моніторингу. Поступове скасування карантинних обмежень та м'яка фіскальна та монетарна політики зумовили б відновлення української економіки, але відбувається лише посилення карантину. Подорожчання природного газу для населення прискорилося (до 175.3% р/р) і через низьку базу порівняння. Саме низька база порівняння сформувала зростання вартості гарячої води та опалення. Високий попит і низька база порівняння знівеливали ефект від державного регулювання цін у формі обмеження торговельної надбавки на бензин А-95 та дизельне паливо і ціни на паливо зросли (до 34.7% р/р). Паливні тенденції, збільшення інших виробничих витрат, скорочення попиту зумовили подорожчання послуг транспорту. Зростання світових цін на енергоносії призвело й до стрибка цін у добуванні сирої нафти й газу, що у свою чергу вплинуло на ціни хімічної промисловості, виробництва гумових і пластмасових виробів.

Проведене дослідження показало макро- і мікроекономічні ланцюжки взаємозв'язків сучасного виробництва і споживання. Зазначені тенденції мають ланцюгову реакцію і формують циклічну економіку.

Перелік посилань:

1. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
2. Податкові та бухгалтерські новини. URL: <https://buhgalter911.com/news/news-1052757.html>
3. Інфляційний звіт НБУ. URL: <https://bank.gov.ua/ua/news/all>
4. Сукупний індекс витрат на виробництво сільськогосподарської продукції 2020-2021 років. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2017/sg/suku_indecs/arh_suk_ind_u.htm
5. Ціни на електроенергію для юридичних осіб. URL: https://yasno.com.ua/news/b2b_news/prices_for_small_business_2021
6. Оперативні дані моніторингу про рівень роздрібних цін на споживчі товари по підприємствах торгівлі. URL: http://kam.gov.ua/ua/news/pg/191021837897422_p12/

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЕКОЛОГІЧНОЇ СЕРТИФІКАЦІЇ УКРАЇНИ

На сьогоднішній день, екологічна ситуація в Україні є критичною. І цей факт змушує державу займатися проблемами збереження навколишнього середовища та впроваджувати заходи, націлені на охорону природи. Одна з причин незадовільного стану полягає в низькій ефективності механізмів екологічного контролю та управління на промисловому виробництві. Отже, мова піде про один з видів діяльності, мета якого є стимулювання виробника до виготовлення товарів, що найменше забруднюють природне середовище та гарантують безпеку для життя й здоров'я споживача.

Екологічна сертифікація – це функція управління у сфері охорони природи, яка засвідчує, що під час виробництва, або використання продукції, забруднення навколишнього середовища не відбувається, а негативний вплив на природу відсутній або мінімальний. Також існує «зелене» маркування, воно гарантує постійну перевірку екологічних аспектів продукції на правдивість, точність, актуальність та схвалення з боку організацій екологічного маркування. Ще однією актуальною сферою сертифікації є відходи. Контроль в цій галузі направлений на усунення небезпечного впливу на навколишнє середовище і максимальне їх використання в якості вторинної сировини.

Сьогодні, сертифікація та маркування в Україні є не обов'язковим аспектом, але перехід на систему незалежної сертифікації був включений до Угоди про Асоціацію з Європейським Союзом. В свою чергу, законодавство держави, що регулює сферу контролю продукції, поступово адаптується до європейських та міжнародних норм [1]. Щодо існуючих у світі різновидів екологічного маркування відомо, що найбільш поширеною в міжнародній практиці є класифікація, запропонована Міжнародною організацією стандартизації (ISO).

На сьогодні, існують певні проблеми неактивного застосування екологічної сертифікації в державі. Актуальним є процес адаптації національного законодавства до європейських вимог, оскільки впровадження міжнародних стандартів у зазначеній сфері сприятиме вдосконаленню конкурентоспроможного і високотехнологічного виробництва. Як приклад, в Україні поступово поширюється практика проведення екологічних закупівель. Все частіше компанії та органи влади надають перевагу учасникам тендерів, чия продукція пройшла екологічну сертифікацію або маркування.

Щодо перспектив розвитку еко сфери в Україні можна зазначити такі аспекти:

- залучення громадськості до процедури екологічної сертифікації на етапі оцінювання відповідності продукції вимогам екологічних стандартів;
- встановлення контролю над державними закупівлями;
- стимулювання екологічної відповідальності вітчизняних виробників продукції;
- активне поширення екологічних знань;
- розрахунок впливу показників екологічної сертифікації на індикатори національної економіки.

Отже, сертифікація є важливим аспектом в становленні екологічної діяльності в Україні, але на сьогоднішній день, ця система досі перебуває на етапі розвитку. Про це свідчать низькі показники обізнаності виробників в еко сфері, відсутність відповідного законодавства та недостатній контроль стану навколишнього середовища та природи загалом. Проте, розвиток екологічного маркування та сертифікації поступово переходить на новий рівень, а перспективами подальших досліджень у зазначеному напрямі може бути розрахунок впливу показників екологічної сертифікації на індикатори національної економіки.

Перелік посилань:

1. ТОВ «Укрстандартсертифікація» (2007-2021). [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://ukrstandart.net/posluhy/dokumenty-dlia-vyrobnytstva/ekolohichna-sertyfikatsiia-i-markuvannia>

АНАЛІЗ РЕЙТИНГІВ НАЙКРАЩИХ МІСТ УКРАЇНИ ДЛЯ ВЕДЕННЯ БІЗНЕСУ

Ця тема є сьогодні досить актуальною через бажання кожного нового підприємця на ринку праці втілити свій потенціал у розвиток власного бізнесу. Виникає питання не лише наявності висококваліфікованих кадрів, а й найкращого місця для запровадження нових ідей та технологій, саме тому компанії проводять голосування по особисто визначеним критеріям і згодом складають рейтинг. Компанії різні – критерії також, тож усе пізнається в порівнянні.

Американський економічно-фінансовий журнал Forbes цей рейтинг складає за 10 головними ознаками, що дозволяють чітко і справедливо визначити найоптимальніше місто для ведення бізнесу в Україні. Цього року додали ще один показник, пов'язаний з організацією міста стосовно епідемічної ситуації щодо COVID-19.

Варто звернути увагу на головні критерії рейтингу, а це: прозорість міської влади, ділова активність, регіональні показники Doing Business, купівельна спроможність, транспортне сполучення, безпека, освіта, сприйняття міст мешканцями, міграційна привабливість, екологічна ситуація та готовність до пандемії [1]. І цього року беззаперечним лідером став Київ, адже набрав максимальну кількість балів(100)серед інших міст з населенням понад 90 000 людей на контрольованій частині України не тільки загалом, але й за окремими показниками: “Ділова активність” і “Купівельна спроможність”. І дійсно, підприємства Києва прикладають величезні зусилля для досягнення поставлених цілей, в результаті чого формують позитивну оцінку і посідають передові місця серед інших міст. До Києва також доєдналися Вінниця, Львів і Тернопіль (отримали 100 балів в галуззі освіти), Івано-Франківськ. Загалом, міста України показали значні позитивні зміни порівняно з минулим роком: більшість з них піднялися на сходинки вище.

Але якщо брати дослідження компанії Info Sapiens у співпраці з Інститутом економічних досліджень та політичних консультацій за підтримки Програми USAID "Конкурентоспроможна економіка України", то до трійки українських міст із найбільш сприятливим бізнес-кліматом входять Хмельницький, Івано-Франківськ та Львів. Українська ж столиця посіла тут аж 30-те місце. Одразу виникає запитання: чому ж така велика різниця щодо Києва, якщо Львів і Івано-Франківськ займають і тут найвищу сходинку?

Річ у тім, що цей рейтинг був складений за «Індексом конкурентоспроможності міст України (ІКМ) 2021», а у свою чергу індекс включає у себе такі 10 аспектів: започаткування бізнесу; доступ до публічного майна; прозорість та відкритість даних; вартість дотримання законодавства; податки та збори; неформальні платежі та корупція; безпека ведення бізнесу; лідерство міської влади; ресурси для розвитку та підтримка інновацій [2]. І з цього можна зробити висновок, що у Києві менш потужна система безпеки ведення бізнесу, багато невдало прийнятих викликів; вищі податки та наявна корупційна система у різних галузях підприємницької діяльності, ніж у тому ж Львові.

У нашому сьогодні дуже складно почати успішний бізнес під час епідемії, але лише працьовиті і наполегливі робітники, здатні ризикувати, піднімуть свою справу на вершину. Як правило, найкраще місце, якісне обслуговування, відмінний товар та ефективний маркетинг слугують складовою для успішної реалізації своїх ідей.

Перелік посилань:

1. Лучшие города для ведения бизнеса 2021 [Електронний ресурс] // Електронний журнал "Forbes". – 2021. – Режим доступу до ресурсу: <https://forbes.ua/ru/ratings/naykrashchimi-mista-dlya-vedennya-biznesu-2021-05102021-2533>.
2. В Україні назвали найкращі міста для бізнесу [Електронний ресурс] // Укрінформ. – 2021. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/3308811-v-ukraini-nazvali-najkrasi-mista-dla-biznesu.html>.

СИСТЕМНИЙ ПІДХІД ДО УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Поняття конкурентоспроможності підприємства являє собою «здатність здійснювати прибуткову діяльність в умовах конкурентного ринку».

Підвищення конкурентоспроможності підприємства пов'язано з актуальним завданням побудови відповідної системи управління. Це є дуже складним завданням, оскільки система управління конкурентоспроможністю є складною стохастичною системою, на яку впливають умови навколишнього та внутрішнього середовища.

Стратегічна конкурентоспроможність підприємства забезпечується за наявності у підприємства стійких керованих конкурентних переваг на тривалий період перспективного розвитку.

Системне управління конкурентоспроможністю полягає в тому, щоб надаючи керуючий вплив на формування, підтримання факторів та показників конкурентоспроможності підприємства, забезпечувати розвиток у нього стійких конкурентних переваг високого рівня, у тому числі й випуск висококонкурентних товарів чи послуг в умовах впливу середовища, якому характерна мінливість.

Метою системного управління конкурентоспроможністю є підвищення ефективності діяльності організації на основі розробки механізму комплексної оцінки та обґрунтованості всіх прийнятих управлінських рішень з погляду їхнього впливу збільшення конкурентоспроможності підприємства як економічної системи.

Система управління конкурентоспроможністю являє собою сукупність взаємопов'язаних елементів, які функціонують у часі як єдине ціле, вирішуючи при цьому головне завдання – забезпечити досягнення запланованих стратегічних цілей розвитку підприємства шляхом найкращого задоволення потреб усіх зацікавлених економічних суб'єктів.

У процесі управління ставиться і досягається безліч цілей, що різняться за різними параметрами значущості, змісту, просторових і часових рамок. Кожна підсистема управління характеризується своїми факторами, параметрами та показниками, впливаючи на які за допомогою відповідних методів та інструментів управління можна досягти головної мети управління – зростання конкурентоспроможності підприємства.

Як базові показники можуть виступати: середньогалузеві показники; показники будь-якого конкуруючого підприємства; еталонні показники споживача до товару; показники підприємства, що оцінюється, за минулі відрізки часу. Для цього проводиться аналіз факторів внутрішнього та зовнішнього середовища, а також конкурентів.

Таким чином, системний підхід до управління конкурентоспроможністю підприємства передбачає встановлення цілей даної системи, а також показників конкурентоспроможності, які характеризують ступінь та ефективність досягнення цих цілей та, крім того, описують ефективність використання обмежених ресурсів окремими функціональними підсистемами.

Перелік посилань:

1. Аліванова С.В., Курінна В.В. Маркетингові інструменти підвищення конкурентоспроможності продукції підприємства // Вісник СевКавГТУ. - 2017. - № 3 (32). - С. 199-203.
2. Абрамов, В. Л. Управління конкурентоспроможністю економічних систем / В. Л. Абрамов//маркетинг. - 2019. - № 5. - С. 19 - 24 С.
3. Горлов С.М., Аліванова С.В. Аналіз маркетингової діяльності сільськогосподарських організацій в регіоні / С.М. Горлов, С.В. Аліванова // Вісник Північно-Кавказького державного технічного університету. - 2016. - № 4. - С. 157-163.

ПРОБЛЕМА ФОРМУВАННЯ ПРОЦЕСУ КОМУНІКАЦІЇ В УПРАВЛІННІ ВІДДАЛЕНИМИ СПІВРОБІТНИКАМИ

Сучасні умови функціонування підприємств та виклики пандемії COVID-19 вимагають обирати віддалений режим роботи для працівників компаній. Причинами такої зміни є: епідеміологічна ситуація в країні та світі, зменшення витрат на оренду офісу, можливість залучати міжнародних фахівців, тощо. Розвиток інформаційних технологій є невід'ємною частиною нашого життя і однією з переваг є можливість працювати з будь-якого куточку світу, де є інтернет, а тому можливість дистанційної роботи є важливим фактором як для роботодавця, так і для співробітників.

Тенденція щодо зростання кількості співробітників, які перейшли на дистанційний режим роботи вражає, адже за даними Соціологічної групи «Рейтинг» вже на кінець березня 2020 року кількість дистанційних працівників в Україні складала 29% [1]. Це дає підґрунтя для розуміння того, що віддалений режим роботи є перспективою для більшості компаній, а тому для згуртованості команди та контролювання процесу роботи важлива ефективна комунікація.

Існують різні види віддалених працівників. Найпоширенішими видами дистанційної роботи є переведення офісних працівників на дистанційну роботу, аутсорсинг та фріланс. За дослідженнями О. М. Тищенко, аутсорсинг – це залучення підприємством зовнішніх виконавців, що спеціалізуються у відповідній області [2]. Авторка книги «Немає офісу – немає проблем» Є. Тудалецька стверджує, що фрілансери – це співробітники, які не прив'язані до однієї компанії, а по завершенню замовлення закінчують робочі відносини із замовником. Відповідно, підхід до комунікації із такими співробітниками буде різний [3].

Проблеми, які найчастіше зустрічаються при роботі з віддаленими співробітниками є організація робочого простору та продуктивністю у працівників, які перейшли на дистанційну роботу у зв'язку із COVID-19. За даними опитування агенції DigData, проведеного під час карантину, українці, що виконували свою роботу дистанційно, працювали на 7% довше, ніж на фактичному робочому місці. Аутсорсингові компанії та фрілансери не мають таких проблем, адже це звичний формат роботи для них.

Окрім очевидних проблем з активністю та залученістю працівників є невидимий психологічний фактор, а саме відчуття, які викликає робота вдома. За даними дослідження «Стан віддаленої праці-2020» проведеного компанією Buffer, 20% респондентів виділяли найбільшою проблемою самотність [4]. Тому, для ефективної роботи слід налаштувати зручні канали комунікації й підтримувати зв'язок, враховуючи складність організації такого процесу.

Важливим рішенням для стабільної та ефективної роботи є досконалий процес комунікації із використанням спеціальних інструментів. Для контролю виконання певних процесів можна впровадити використання Trello, Google Doc, Wrike, TeamViewer, тощо. Це допоможе одночасно бачити на якому етапі знаходиться кожен з процесів проєкту, а у випадку виявлення проблеми – швидко її усунути. Для запобігання самотності та психологічного вигорання співробітників доцільно буде влаштовувати спільні онлайн зустрічі, хоча б кілька разів на місяць. Для вдалого впровадження можна застосувати такі платформи як: GoogleMeet, Zoom, Webex, тощо. Підтримку зв'язку у месенджерах варто розділити спілкування на декілька чатів (наприклад, канал з основною інформацією, чати робочого та неформального спілкування).

Перелік посилань:

1. Ukraine under quarantine. URL: https://ratinggroup.ua/research/ukraine/ukraina_na_karantine_monitoring_ob_schestvennyh_nastroeniy.html?fbclid=IwAR3Ige1LaAFAAA7gtP5wMJ7_vvdtPNoEVWpHthPhg2pl9HXpQ1DIZHjllA_Q
2. Тищенко О. М., Хаустова В. Є. Аутсорсинг як фактор ефективності підприємств будівельної галузі. 2012. С.129-135. URL: https://www.problecon.com/export_pdf/problems-of-economy-2012-4_0-pages-129_135.pdf
3. Тудалецька Е. Нет офиса – нет проблем. Эксмо. 2019. С.177
4. The 2020 State of Remote Work. URL: <https://lp.buffer.com/state-of-remote-work-2020>

АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ УТРИМАННЯ МІСЬКИХ ЛІСІВ

Київська міська державна адміністрація [1] одним із завдань до 2025 року визначила формування середовища екологічної безпеки життєдіяльності населення. Екологічна безпека визначається нормативами гранично допустимих рівнів акустичного, електромагнітного, радіоактивного, теплового, світлового та інших видів забруднення [2]. Одним із критеріїв оцінки найкращих для життя міст України [3] є утримання екологічної безпеки міста шляхом утримання та розвитку зелених зон. Таким чином, формування міської екосистеми має чітко визначені кількісні і якісні критерії, які варто витримувати.

Метою даного дослідження є аналіз світового досвіду формування міської екосистеми і фінансово незалежних екосистем міст та визначення напрямів розвитку міських екосистем України, як країни з недостатнім рівнем ВВП для розв'язання соціально-екологічних питань. Дослідження показало, що утримання міських лісів є вартісним (табл.1)

Таблиця 1. Калькуляція витрат на утримання міського лісопарку площею 52 га

Елемент витрат	Сума, млн грн.	Доля у загальній вартості, %
Фонд оплати праці	19,000	32,700
утримання території	5,625	9,700
охорона території	3,556	6,100
водопостачання	0,316	0,530
інвентар	0,300	0,517
Енергопостачання	28,857	50,000
Витрати на відновлення насаджень	*	0,230
Витрати на видалення насаджень	*	0,230
Разом	Приблизно 58,0	100,000

*таблиця складена авторами на підставі даних [4]

Попри суттєві капіталовкладення в утримання міських лісів, вони мають недооцінений коефіцієнт корисності [5] і надають низку послуг (культурне і громадське середовище, рекреація, екологічне донорство, осередки флори і фауни у вільному доступі на відміну від зоокуточків і зоопарків, тощо). Показано, що міські громади спрямовують увагу на міські ліси як на власні активи. Відповідно, відбувається диверсифікація джерел фінансування утримання лісів і джерел фінансових надходжень від раціональної їх експлуатації. Авторами дослідження систематизовано світові напрацювання і визначено основні напрями фінансових потоків до і від зелених зон міста: 1) внутрішня капіталізація ділянок (плата за реалізацію соціально значущих проєктів, співпраця з громадами прилеглих територіальних об'єднань для реалізації спільних проєктів, підготовка працівників нової свідомості і їх інтеграція в систему управління містом, інформаційні технології в системі управління, ефективне управління активами міської громади); 2) формування гарантійних схем фінансування (законодавче закріплення незмінності застави при державному та місцевому фінансуванні, залученні приватних інвесторів, ресурсів підприємств, міжнародних організацій та донорів); 3) формування територіальних екосистем і центрів екозростання (інноваційні форми залучення містян, ефективна система громадського супроводу територій, комунікації між зацікавленими сторонами). Таким чином, розширення спектру інструментів формування міських екосистем дозволить розв'язати вирішити екологічні питання міського середовища як конгломератної екосистеми відповідно до світової практики сталого зростання.

Перелік посилань:

1. Про затвердження Комплексної міської цільової програми екологічного благополуччя міста Києва на 2022-2025 роки. Рішення КМДА від 01.10.2021 р. – Електронний ресурс. URL: https://kyivcity.gov.ua/news/kivrada_pidtrimala_proekt_rishennya_pro_zatverdzhennya_kompleksno_misko_tsilovo_programi_ekologichnogo_blagopoluchchya_mista_kiyeva_na_2022-2025_roki/
2. Про охорону навколишнього природного середовища. Закон України (ст. 33) – Електронний ресурс. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1264-12#Text>
3. Де в Україні живеться найкраще// Новини, 17.09.2021. -Електронний ресурс. URL: <https://thepage.ua/ua/news/rejting-ukrayinskih-mist-za-rivnem-zadovolnosti-zhiteliv-poslugami-ta-komfortom>
4. Молчанов И. Экономика городских общественных пространств.//Проект Россия, 11.11.2019. – Електронний ресурс. URL: <https://prorus.ru/interviews/chto-nam-stoit-park-postroit-ehkonomika-gorodskih-obshchestvennyh-prostranstv/>
5. Ткаченко К.О. Рейтингове оцінювання підприємств підготовки фахівців водного транспорту// Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія економічні науки. – 2015, 14, Ч.4. – С.94-97.- Електронний ресурс. URL: http://www.ej.kherson.ua/journal/economic_14/149.pdf

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ФОРМУВАННЯМ ПРИБУТКОВОСТІ В ПОСТПАНДЕМІЧНИХ УМОВАХ ФУНКЦІОНУВАННЯ ЕКОНОМІКИ

Економічна сутність категорії прибутку в ринковій економіці складає багатовимірну структуру кількісних та якісних трактувань, починаючи з найбільш узагальнених, що визначають прибуток як різницю доходних та витратних грошових потоків підприємства, закінчуючи більш фундаментальними, які характеризують прибуток як універсальне мірило поточної економічної ефективності господарського утворення та наявність задепонованого резерву до фінансування процесів розвитку у межах довгострокового горизонту планування.

Більш того, виступаючи у якості об'єкту нарахування податкових стягнень, прибуток, грає роль базового ресурсу, з одного боку, до посилення ділової активності у межах національної економіки, а з іншого досягнення соціально-економічних цілей держави [1].

Проте, слід зауважити, що управління прибутком в умовах конкурентної економіки не може бути зведено до коригування внутрішньогосподарських параметрів організації, нівелюючи тим самим високу чутливість господарського механізму функціонування підприємства до деструктивних зовнішніх проявів. Підтвердженням даної тези є вплив пандемії коронавірусної хвороби, що не лише стало причиною масового закриття численних підприємств, але й дозволило ідентифікувати низку прогресивних тенденцій розвитку притаманних допандемічному періоду, і актуалізувати їх в контексті прикладних заходів до забезпечення ефективного управління прибутковістю в умовах інтенсифікації кризових процесів. Означені тенденції складають основу до формування особливостей управління прибутковістю, після подолання наявних епідеміологічних загроз та зняття, викликаних ними, адміністративних обмежень. До ключових особливостей управління формуванням прибутковості в постпандемічних умовах функціонування економіки слід віднести:

- модифікація традиційних форм зайнятості у напрямку забезпечення дистанційного виконання трудових обов'язків, зокрема активне залучення хмарних технологій, програмних засобів відеозв'язку, інших онлайн-сервісів віддаленої взаємодії;
- активізація процесів законодавчої формалізації нових форм зайнятості у вигляді відповідних регуляторних норм трудового законодавства;
- діджиталізація усіх функціональних сфер діяльності підприємства (техніко-технологічної, фінансової, правової, інформаційної і т.д.), що попри наявність істотних переваг, обумовлює появу загроз принципово нового рівня [2, с.58];
- динамічний ріст електронної комерції, зростання споживчих потреб відносно замовлення товарів і послуг через Інтернет, уникаючи прямого контакту з продавцем;
- зміна маркетингових стратегій підприємств у бік їх цифровізації, починаючи від рекламної діяльності, закінчуючи розробкою веб-сайту та програмних додатків.

Підсумовуючи вищевикладене, можна стверджувати, що пандемія коронавірусної хвороби значним чином вплинула на специфіку управління прибутковістю підприємств актуалізувавши як проблему, так і економічні переваги, викликані необхідністю активної цифровізації господарських процесів і застосування прогресивних форм трудової діяльності.

Перелік посилань:

1. Тульчинська С. О., Ткаченко Т. П., Скоробогатий О. І. Основи управління прибутком підприємства. *Ефективна економіка*. 2018. № 2. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6098>
2. Тульчинська С. О., Солосіч О. С., Чорній В. В. Вплив діджиталізації управлінських процесів на систему забезпечення економічної безпеки підприємства. *Інвестиції: практика та досвід*. 2021. №. 9. С. 54-58.

ДОСЛІДЖЕННЯ ІНСТИТУЦІОНАЛЬНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФУНКЦІОНУВАННЯ СУБ'ЄКТІВ ГІГ-ЕКОНОМІКИ В УКРАЇНІ

На сьогоднішній день, під впливом ряду факторів зовнішнього середовища, основними з яких є: пандемія COVID-19, глобальна цифровізація економіки, перехід до індустрії 4.0, структурні зрушення світових економічних процесів, була сформована специфічна модель взаємодії між робітником і клієнтом за участю компанії посередника, що узагальнено носить назву «гіг-економіка». Дане поняття не є новим для багатьох країн світу, проте у переважній більшості з них не існує досконалої системи держаного регулювання діяльності суб'єктів гіг-економіки, а отже діяльність такого роду носить стихійний характер. Таким чином, постає питання створення дієвого інституційного забезпечення ринку гіг-контрактів з метою забезпечення соціального захисту працівників даної сфери, надання гарантій в сфері оплати праці, врегулювати питання оподаткування компаній (платформ), що є посередниками між покупцем і продавцем послуг за одноразовим контрактом, визначення механізму контролю за дотримання законодавства компаніями, що працюють на зазначених умовах.

Отже, сутність гіг-економіки полягає в кардинальній зміні ринку праці, його переходу від наявності робочих місць з постійною зайнятістю в одного роботодавця до тимчасових проектів від різних компаній у одного незалежного працівника. Нова модель трудових відносин ґрунтується на короткострокових контрактах або неформальних домовленостях[1]. Дослідження компанії McKinsey розділило незалежних працівників на чотири сегменти [2]: 1) вільні агенти, які обирають самостійну роботу і отримують від неї свій основний дохід; 2) особи які працюють на себе та використовують платформи для пошуку роботи для одержання додаткового заробітку; 3) особи, що мають основне місце роботи, але прагнуть додаткового заробітку; 4) особи, які використовують платформи для пошуку роботи лише в разі потреби. Отже, гіг-економіка передбачає абсолютно нову форму відносин між робітником, клієнтом та компанією посередником, що вимагає відповідного інституційного забезпечення. Нещодавно в Україні прийнято ЗУ «Про стимулювання розвитку цифрової економіки в Україні» [3]. Даний закон передбачає регулювання відносин суб'єктів гіг-економіки, визначає категорії «гіг-контракт», «гіг-спеціаліст» тощо, проте дещо звужує поняття гіг-економіки в цілому. Зокрема за рахунок віднесення до сфер регулювання даним законом в основному суб'єктів сфери ІТ. Крім того, до компаній (платформ) посередників, діяльність яких регулюється даним законом відносяться юридичні особи-резиденти з обмеження по кількості найманих працівників, мінімальній заробітній платі, що має виплачуватися гіг-спеціалісту та виду діяльності. Таким чином, з одного боку питання компаній-посередників не резидентів на ринку гіг-контрактів залишається не врегульованим, проте за рахунок даного закону суб'єкти гіг-економіки отримують певні соціальні гарантії, в тому числі і за рахунок гарантування мінімального рівня оплати праці, права на відпустку тощо. Також, даний закон дозволяє контролювати діяльність компаній посередників за рахунок надання обов'язкових звітів та аудиторських висновків. Таким чином, існують зрушення в регулюванні діяльності суб'єктів гіг-економіки, але інституційне забезпечення потребує подальшого вдосконалення.

Перелік посилань:

1. Цифрова економіка: тренди, ризики та соціальні детермінанти. - Rszumcov centre. Видавництво «Заповіт», Київ, 2020. – 274 с.
2. What is the gig economy and what's the deal for gig workers? World economic forum. - [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.weforum.org/agenda/2021/05/what-gig-economy-workers/>
3. ЗУ «Про стимулювання розвитку цифрової економіки в Україні». 15.07.2021. [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1667-20#Text>

ІНВЕСТИЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ

На сьогоднішній день термін «сталий розвиток» досить широко вживається як науковцями, так і практиками в різних соціально-економічних та політичних контекстах та виступає як загальноприйнятий вектор розвитку мікро- та макроекономічних процесів. Існує значна кількість визначень «сталого розвитку» як економічної категорії, дослідження яких дозволяє стверджувати, що дане поняття є досить широким, проте підґрунтям, що визначає його сутність, є наявність трьох основних складових: економічної, екологічної та соціальної, і лише їхня синергія здатна бути рушієм сталого розвитку як на макро-, так і на мікрорівні. З іншого боку, поняття сталого розвитку країни, регіону та світових соціально-економічних процесів є дослідженим та розробленим значно більше, ніж категорія «сталого розвитку підприємств». Таким чином, критичний аналіз підходів до визначення категорії «сталий розвиток підприємств» дає змогу трактувати цей термін наступним чином: процес постійного підвищення якості та ефективності роботи підприємства за рахунок дотримання балансу та вдосконалення економічного, соціального та екологічного напрямків його розвитку.

Згідно з класичним підходом до визначення категорії «сталий розвиток» для забезпечення формування на рівні підприємства його окремих складових необхідне належне інвестиційне забезпечення. Спираючись на визначення поняття «інвестиції», що подане в ЗУ «Про інвестиційну діяльність» [1], можна стверджувати, що інвестиційне забезпечення – це безперервний та послідовний процес формування та використання різних видів інвестиційних ресурсів для вдосконалення організаційно-виробничих процесів, підвищення рівня соціального забезпечення працівників та рівня екологічної відповідальності бізнесу.

Інвестиційне забезпечення сталого розвитку підприємства потребує впровадження ряду заходів, що мають на меті максимальну ефективність використання наявних інвестиційних ресурсів та розширення спектру джерел їх залучення, зокрема: розробка стратегії сталого розвитку підприємства, що включає оптимізацію структури виробництва та розробку бажаних інвестиційних проектів; створення та обґрунтування соціальної політики підприємства; пошук інвесторів або інших джерел фінансування інвестиційних проектів; підвищення рівня інвестиційної привабливості підприємства за рахунок високого рівня екологічної відповідальності бізнесу, впровадження ресурсозберігаючих технологій та раціонального споживання ресурсів.

Одним з інструментів залучення додаткових ресурсів для інвестиційного забезпечення сталого розвитку підприємства та формування його позитивного іміджу може бути Звіт про сталий розвиток. При створенні таких звітів використовуються чіткі стандарти нефінансової звітності. На сьогоднішній день у світі існує більше двадцяти таких стандартів. Найпопулярніший з них – стандарт GRI (The Global Reporting Initiative) використовують 82% великих підприємств в світі [2]. Український бізнес лише починає формувати культуру створення нефінансових звітів. Найбільш активно використовують у своїй діяльності звіти зі сталого розвитку компанії енергетичного (33,3%) та агропромислового комплексу (20%).

Таким чином, інвестиційне забезпечення сталого розвитку підприємства є актуальним питанням на сьогоднішній день, а також багатоаспектним поняттям, що потребує комплексного підходу до його вивчення і практичного впровадження.

Перелік посилань:

1. Закон України «Про інвестиційну діяльність» від 13.02.2021. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1560-12#Text>
2. List of GRI Standards reports and published materials with their self-declared claims. Global Reporting Initiative. URL: <https://www.globalreporting.org/reportregistration/verifiedreports> (дата звернення: 09.10.2021).

КОНТЕНТ МЕНЕДЖМЕНТ В УПРАВЛІННІ ЗБУТОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Сучасний висококонкурентний ринок вимагає від підприємств постійного удосконалення збутової діяльності підприємства, як заключного етапу операційного циклу, що забезпечує генерацію доходу та власне прибутку підприємства. У період активної діджиталізації та нарощення електронної комерції спостерігаються зміни купівельної поведінки споживачів, що наразі характерна збільшенням періоду часу між виникнення потреби у товарі чи послугі до здійснення покупки, скороченням кількості імпульсивних рішень та перебування у омніканальній мережі збуту. Клієнти постійно перебувають у циклі взаємодії та набуття досвіду, піддаються впливу «сторонніх шумів» та не можуть бути сфокусованими на якомусь конкретному бренді. Надання актуального та релевантного контенту аудиторії, що потенційно є цільовим сегментом підприємства, допомагає бренду відігравати певну роль у житті своїх покупців.

Налаштування ефективної комунікації між підприємством та партнерами, підрядниками, постачальниками та клієнтами є однією з функцій збутової діяльності [1]. Враховуючи описані тенденції виникає необхідність управління процесом створення та просування контенту з метою залучення потенційних клієнтів і завоювання їх довіри.

Контент-менеджмент – це цілеспрямований процес планування, організації, контролю та регулювання діяльності зі створення і просування контенту, що має самостійну цінність для аудиторії, для залучення та утримання клієнтів, підвищення рівня їх лояльності та стимулювання до комерційних дій.

Основними цілями контент менеджменту можемо виділити наступні:

- Підвищення рівня впізнаваності бренду
- Конвертація потенційних споживачів у реальних клієнтів (вирощування потенційних клієнтів)
- Побудова довірчих відносин зі споживачами
- Стимулювання збуту
- Розширення замовлень клієнтів
- Перетворення споживачів у «адвокатів» бренду – споживачів, що мають позитивний досвід взаємодії з компанією та готові захищати перед аудиторією позицію, думку бренду, відстоювати інтереси бренду.

Формування масиву інформації, що транслюється від імені бренду залежить від завдань, які ставить компанія при виборі цього інструменту просування та від специфіки самого бізнесу. Стратегічний підхід до використання цього інструменту дозволить обрати ту форму, тематику, види та канали поширення контенту, що будуть найбільш релевантними для аудиторії інформаційних ресурсів бренду, а застосування системи метрик – підвищить його ефективність.

Перелік посилань:

1. Кучевська І.Ю. Збутова діяльність підприємства як аспект його виробничо-збутового потенціалу. *Актуальні проблеми використання економічного потенціалу: держава, регіон, підприємство*: матеріали всеукр. наук.-практ. конф. (м. Бердянськ, 18-19 квітня 2019 р.). Бердянськ, 2019. С. 125-128.

ENTREPRENEURSHIP IN UKRAINE PROBLEMS AND ASPECTS FOR DEVELOPMENT

This topic is quite relevant at the present stage of business development in Ukraine. It should be noted that entrepreneurship, in accordance with the definition of Art. 42 of the Commercial Code of Ukraine - is an independent, proactive, systematic, at their own risk economic activity carried out by business entities (entrepreneurs) in order to achieve economic and social results and profit. In addition, business development in the country is an indicator of the nature of external changes in the environment [1].

Analysis of the current state of modern entrepreneurship shows that the instability of the political environment causes significant damage to the economic development of our country. Among the main reasons hindering the development of entrepreneurship in Ukraine and its regions are:

- lack of an effective mechanism for implementing state policy to support entrepreneurship;
- imperfection of the system of accounting and statistical reporting of entrepreneurship, limited information and consulting support, imperfection of the system of training and retraining of personnel for entrepreneurial activity;
- does not meet modern requirements of infrastructure, which is characterized by uneven location and functions of which are reduced to the maintenance of business activities, etc.

The government is responsible for solving the above problems and ensuring further business development. State regulation of entrepreneurship in Ukraine requires not only the support of its stable, progressive development, but also the creation of conditions for a significant acceleration of its growth, innovation, intensification of international operations and the formation of competitive domestic enterprises [2].

The Government of Ukraine pursues a policy of creating favorable conditions for doing business, removing existing barriers to business, creating appropriate conditions for the activities of business entities, which in some way will attract investment and potential of private capital to the development of the domestic economy [3]. Recently, Ukraine has adopted relevant laws that meet European principles of business regulation in the areas of licensing, state registration of business entities, the permit system, the law "On the development and state support of small and medium enterprises in Ukraine."

Summing up, today in Ukraine there are many problems that hinder the internal development of entrepreneurship, the solution of which would ensure the increase of this activity, ensuring the expansion of the business sector. The state and the mentality of the people should play a major role in overcoming these problems [4]. To date, there are no clear forecasts for the possible positive and negative economic consequences of Ukraine, but there are prospects, as the association process with the EU has entered into force and significant changes and reforms in the field of entrepreneurship are inevitable.

References:

1. Economic code of ukraine of january 16, 2013 № 436-IV // [Electronic resource]. - Access mode: <http://zakon.rada.gov.ua>.
2. Problems and prospects of business development in Ukraine // [Electronic resource]. - Access mode: https://pidru4niki.com/1652020552798/ekonomika/problemi_perspektivi_rozvitku_pidpriye_mnitstva_ukrayini.
3. State and problems of business development in Ukraine // [Electronic resource]. - Access mode: http://www.easterneurope-ebm.in.ua/journal/2_2016/21.pdf.
4. Tkachenko T.P. Directions of optimization of investment activity of enterprises / Tkachenko T.P., Shevchuk N.A., Goncharuk I.V. // Agrosvit.- 2018 - № 7 April. - P. 45-48.

РЕАЛІЗАЦІЯ СТРАТЕГІЇ СМАРТ-СПЕЦІАЛІЗАЦІЇ В УМОВАХ ІНТЕЛЕКТУАЛІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ

Розвиток економіки в умовах її інтелектуалізації потребує раціональної, інноваційно спрямованої спеціалізації, яка б сприяла максимальній капіталізації інтелектуального потенціалу. Звертаючись до Європейського досвіду, такий підхід реалізується у вигляді смарт-спеціалізації.

Так, Європейською комісією у напрямі інноваційного розвитку регіонів прийнято стратегію чотирьох «С», що виступає доктриною стратегічного регіонального розвитку та передбачає [1]:

- вибір (choice) – визначення обсягу актуальних інвестиційних пріоритетів у відповідності до перспективного напрямку спеціалізації регіону та наявного підприємницького потенціалу;
- конкурентні переваги (competitive advantages) – активізацію у певному напрямі освітньої та наукової діяльності на основі поєднання потреб, наявних можливостей та спеціалізації регіональної економіки;
- критична маса (critical mass) – побудова міжсекторальних зв'язків та створення кластерів для пришвидшення процесів диверсифікації виробництва у напрямі спеціалізації;
- спільне управління (collaborative leadership) – залучення до інноваційної діяльності та інноваційного процесу в цілому закладів вищої освіти, наукових установ, організацій, органів влади, а також користувачів інновацій.

Ідеї зазначеної концепції, в цілому, не є новими, але вони набували особливої актуальності в умовах реформи децентралізації, що триває в Україні. Оскільки у наслідок вищезазначеної реформи, саме регіональні органи влади отримали нові можливості, ресурси та повноваження. Це відводить головну роль регіональній владі у розробці та реалізації стратегії смарт-спеціалізації у напрямі визначення спеціалізації регіону на основі потенціалу наявних виробничих факторів, інтелектуального потенціалу регіону та, як наслідок, визначення «точок зростання», що базувалися б на технологіях Індустрії 4.0, які у перспективі визначатимуть конкурентні переваги регіону як на національному, так і на міжнародному рівнях.

Наступним важливим етапом є активізація взаємодії між регіональною владою, бізнесом, наукою та громадськістю щодо формування зв'язків спеціалізації і, як наслідок, формування кластерів, для реалізації визначеної спеціалізації та орієнтації на виробництво продукції з високою інтелектуальною складовою. Для цього необхідним є створення відповідних координаційних структур, які мають включати представників всіх зацікавлених сторін та сприяти залученню як внутрішніх, так і зовнішніх інвестиційних ресурсів з чітко визначеним напрямом їх реалізації.

Варто зауважити, що пілотні проекти смарт-спеціалізації почали реалізовуватись в Україні з 2016 року, хоча на сьогоднішній день жоден із зазначених проектів так і не запущений. Це пов'язано з слабким управлінням проектами, у наслідок чого деякі важливі стейкхолдери лишаються поза участю у їх реалізації і, як наслідок, визначений напрямок спеціалізації не у повній мірі відповідає інтересам і можливостям вищезазначених стейкхолдерів.

Перелік посилань:

1. The Smart Specialization Platform. Режим доступу: <https://s3platform.jrc.ec.europa.eu>

Дергалюк Б.В.,

д.е.н., доц.,

Драбенко Т.Б.

КПІ ім. Ігоря Сікорського

ДІЯЛЬНІСТЬ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ У УМОВАХ ПАНДЕМІЇ COVID-19

Малий бізнес відіграє значну роль у розвитку національної економічної системи. Станом на 2020 рік до нього залучено майже 2 мільйони діючих суб'єктів господарювання, 4,2 млн найманих робітників та виробляється обсяг продукції на 3051232,9 млн. грн [1].

У зв'язку з пандемією COVID-19 мале підприємництво зазнало суттєвих збитків, оскільки відбулося загострення проблем, що були і раніше притаманні вітчизняній економіці, зокрема: нестабільність політичної та економічної ситуації, що обумовлено військовими діями на Сході України, високий рівень корупції, високі процентні ставки на кредитами тощо. З впровадженням карантинних обмежень суб'єкти малого підприємництва постали перед рядом нових викликів, серед яких:

- часткова або повна зупинка роботи діяльності;
- відсутність доходів для оплати праці персоналу, що може спровокувати скорочення кількості кваліфікованих працівників;
- зменшення обсягів споживання певних видів продукції та надання послуг через падіння платоспроможності покупців;
- необхідність оренди приміщень та сплата комунальних послуг навіть при дистанційному форматі роботи [2,3].

Табл. 1 – Зміна кількості суб'єктів господарювання за видами економічної діяльності

Види економічної діяльності	2019, кіль. суб'єк.	2020, кіль. суб'єк.
Промисловість	124956	121108
Оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів	830658	822680
Інформація та телекомунікації	205778	233831
Операції з нерухомим майном	97918	95433
Професійна, наукова та технічна діяльність	134200	139797
Охорона здоров'я та надання соціальної допомоги	28824	35031

Джерело: складено на основі [1].

Аналізуючи таблицю, можна побачити, що в результаті карантинних обмежень найбільш суттєво зменшилася кількість діючих суб'єктів у промисловості, оптовій та роздрібній торгівлі та діяльності, що пов'язана з операціями з нерухомим майном. Навпаки ж збільшилася кількість малих підприємств у сфері інформації та телекомунікацій, професійної, наукової та технічної діяльності і охорони здоров'я та надання соціальної допомоги. У інших видах економічної діяльності відмінності не були такими суттєвими. Це можна пояснити тим, що малий бізнес не мав змоги чинити опір всім тим проблемам, що постали перед суспільством через пандемію COVID-19.

Перелік посилань:

1. Державна служба статистики України: [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
2. Розвиток бухгалтерського обліку та оподаткування в Україні: теорія, практика та професійна етика: [збірник тез Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції] – Ірпін: Університет ДФС України, 2020. – 417 с.
3. Модернізація економіки: сучасні реалії, прогнозні сценарії та перспективи розвитку: [матеріали міжнар. наук.-практ. конф.] – Херсон: Видавництво ФОП Вишемирський В.С., 2020. – 784 с.

ВПЛИВ РИНКУ ЗЕМЛІ НА НАЦІОНАЛЬНУ ЕКОНОМІКУ

Україна – аграрно-індустріальна країна, яка є світовим лідером з експорту зернових та зерново-бобовий культур. Сільське господарство є основною галуззю країни, яка становить 2,8% від ВВП за II квартал 2021 року [4]. Саме тому питання ринку землі в Україні завжди було відкрите. Частина населення вважало і вважає, що купівля-продаж землі є неправильним і підтримує мораторій на продаж землі, інші ж навпаки стверджують, що ринок землі зможе допомогти пожвавити економіку країни, що відповідно має неабиякий позитивний вплив.

З 1 липня 2021 року в силу вступив Закон України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо умов обігу земель сільськогосподарського призначення» відповідно до якого громадяни України вже можуть продавати та купувати землю.

Табл. 1 – Поступове запровадження ринку землі

Дата	Із 1 липня 2021 року	Із 1 січня 2024 року	Після рішення продавати землю іноземцям
Суб'єкти купівлі-продажу	громадяни України як фізичні особи	громадяни України як фізичні та юридичні особи	громадяни України як фізичні та юридичні особи, а також іноземці
Макс. площа землі, га	100	10000	10000

Джерело: складено на основі [1].

Станом на 29.10.2021 в Україні було укладено 36506 угод в рамках ринку землі. Всього за період дії закону було зареєстровано правочини до 90438 га: найбільше в Харківській та Кіровоградській областях – 11779,2 га та 11673,6 га відповідно, а найменше в Чернівецькій та Івано-Франківській областях – 386,4 га та 377,6 га відповідно [2].

Експерти виділяють позитивні наслідки діяльності ринку землі, проте зазначають, що реально буде помітний результат тільки після мінімізації всіх обмежень. Тобто до 2024 року очікувати на зміцнення економіки не варто. До даних позитивних наслідків віднести:

- надходження до бюджету немалих коштів у зв'язку зі сплатою мита, податку з доходу фізичною особою при купівлі-продажу землі;
- розвиток сільськогосподарської галузі та ефективного використання землі;
- залучення великих інвестицій на розвиток;
- створення додаткових робочих місць [3].

Серед потенційних ризиків, пов'язаних з функціонування ринку землі можна зазначити рейдерство в аграрному секторі, додаткові витрати на купівлю землі, ще одне ідеальне поле для процвітання корупції, можливість нецільового використання землі, закриття деяких малих та мікропідприємств через відсутність коштів на придбання у власність орендовану ними землю [3].

Перелік посилань:

1. Закон України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо умов обігу земель сільськогосподарського призначення»: за станом на 01.07.2021. [Електронний ресурс] / Верховна рада України. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/552-20#Text>
2. В Україні зареєстровано 36506 земельних угод. [Електронний ресурс]. / Міністерство аграрної політики та продовольства України. – Режим доступу: <https://minagro.gov.ua/ua/news/zemelni-uhody-operativ>
3. «Низький старт» ринку землі: чи буде користь для селян та для економіки. [Електронний ресурс] / Є. Солонина // Радіо Свобода – 2021. – Режим доступу: <https://www.radiosvoboda.org/a/zemlya-selo-rynok-apk-zakon-fermery-reidery/31417258.html>
4. Державна служба статистики України: [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.

УПРАВЛІННЯ ПОТЕНЦІАЛОМ МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ КОМПАНІЇ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ

Пандемія COVID-19 внесла певні складнощі в розвиток діяльності більшості компаній в світі. Українські підприємства, які здійснюють свою діяльність не тільки на внутрішньому, але й на зовнішньому ринках, зіштовхнулися з проблемою зниження рівня своєї конкурентоспроможності. Оскільки більшість вітчизняних підприємств у порівнянні з іноземними компаніями до пандемії також мали більш низький рівень конкурентоспроможності, то в період пандемії їх рівень конкурентоспроможності значно знизився. Тому питання управління потенціалом конкурентоспроможності вітчизняних підприємств на міжнародному ринку є на сьогодні досить актуальним для підприємств всіх сфер діяльності. Потенціал міжнародної конкурентоспроможності слід розглядати з точки зору властивостей кожного окремого підприємства протидіяти негативним факторам внутрішнього та зовнішнього середовища. Адаптивні можливості підприємства в більшості залежать від їх фінансової спроможності, чутливості до змін зовнішнього середовища. Властивість підприємства швидко адаптуватися до змін внутрішнього та зовнішнього середовища характеризує також його конкурентоздатність у порівнянні з іншими підприємствами. Існуючий потенціал суб'єкта підприємницької діяльності слід розглядати з точки зору його стратегічних можливостей прояву. Реалізований потенціал в умовах конкурентоспроможності підприємства не доцільно розглядати як його адаптивні можливості. Доцільно зосередити зусилля для більш ефективної реалізації потенціалу розвитку підприємств, який визначає конкурентоспроможність компанії. Так, на сьогодні, в умовах пандемії, потенціал розвитку вітчизняних підприємств на міжнародній арені, характеризує швидкість адаптації виробництва до нових умов господарювання. Такі зміни стосуються не лише сфери виробництва, але й сфери послуг. Нові умови сформували нові принципи здійснення комунікаційних процесів в міжнародному середовищі. Більшість виробничих підприємств вимушені були переорієнтувати своє виробництво з такими умовами, аби максимально проводити діяльність в дистанційному режимі. Такий перехід призвів до того, що у деяких підприємствах відпала необхідність в утриманні та обслуговуванні певних приміщень, що призвело до значної економії грошових коштів. Оптимізація робочих функцій призвела до вивільнення працівників, через відсутність необхідності в такій кількості персоналу. З одного боку, якщо це розглядати як соціальний аспект, то це є негативним явищем, але якщо розглядати з точки зору економічної доцільності для підприємства, це є позитивним моментом, оскільки призвело до економічної грошових коштів. Тому управління потенціалом міжнародної конкурентоспроможності вітчизняних підприємств повинно, в першу чергу, базуватися на створенні відповідних умов щодо розвитку адаптивних можливостей бізнесу, мінімізації існуючих ризиків, оптимізації витрат людських ресурсів, матеріальних. Потенціал розвитку кожного підприємства повинен сприяти збільшенню рівня його конкурентоспроможності як на вітчизняному ринку, так і на міжнародній арені. Тому для ефективного розвитку підприємств необхідно розробляти довгострокові заходи, які будуть направлені на всі складові розвитку та діяльності підприємства (економічну, фінансову, виробничу, логістичну, зовнішньоекономічну та інші).

СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ

Стан і розвиток малого підприємництва є індикатором розвитку ринкових відносин в країні, стан економічних і політичних свобод. Україна не може вийти на кількісний і якісний рівень розвитку малого бізнесу, який є характерним для розвинутих країн. Тому ця тема є актуальною.

Метою дослідження є аналіз ринку малого бізнесу та дослідження проблем розвитку в економічному просторі України. Приватні підприємці стикаються з багатьма бар'єрами, які існують в нашій державі. Саме малі підприємства забезпечують розвиток економічної системи країни та наближають її до споживачів. Підприємство здатне вирішувати такі економічні завдання, як створення в країні конкурентного середовища, залучення приватного капіталу і зовнішніх інвестицій, а також удосконалення наявних технологій виробництва. Водночас ці підприємства виконують найважливішу роль у державі — надають громадянам країни робочі місця, створюють реальні джерела їх доходів, забезпечують виробництво товарів виконання робіт та надання послуг. Можна виокремити такі основні перешкоди розвитку малого бізнесу в Україні. [1].

1. Недостатня державна підтримка. Податковий кодекс України, який набув чинності з 1 січня 2011 року, посилив тиск на малий бізнес. Маючи більш уразливу позицію на ринку порівняно із великим бізнесом, малі підприємства по багатьох позиціях мають подібне податкове навантаження, подібні вимоги щодо адміністрування і звітності.

2. Проблема кредитування та підтримки малого бізнесу. Цю ситуацію має виправити програма «Доступні кредити 5%-7%-9%». Вона може дати шанс громадянам України займатися підприємницькою діяльністю та заохочувати відкривати бізнес в Україні. Масового характеру ця програма не набула. На заваді стала пандемія, яка загальмувала економічний розвиток в цілому. Окрім того, банки-учасники програми не завжди проводили активну політику щодо активного надання цього продукту своїм клієнтам. Надалі програму було переорієнтовано з відкриття нових робочих місць на рефінансування підприємств та підтримання їх працездатності під час локдауну.

3. Мала купівельна спроможність населення, що станом на 2021 рік впала на 30%. Купівельна спроможність визначає життєздатність споживчого ринку. Варто зауважити, що головним залишається не те скільки заробляє людина, а скільки вона може купити. Часто, щоб порівняти зарплатню беруть продукт м'ясо та середню зарплату, наприклад, в Білорусі – 90 кг, в Казахстані – 96 кг, Естонії – 155 кг, Литві – 221 кг, в Україні – 86 кг». Тобто рівень середньої платні в Європі вищий ніж в Україні [2].

В результаті проведеного аналізу рівень розвитку економіки щодо малого бізнесу можна виокремити головні проблеми та вирішення яких може підняти кількість робочих місць, купівельну спроможність, зв'язок між підприємствами та державою, що впливає на позитивний розвиток економіки України.

Перелік посилань:

1. Кириченко С. О. Сучасний фінансовий стан підприємства та перспективи його розвитку: збір. [для студ. вищ. навч. закл.] / СО Кириченко, І.М Лінник – Київ, 2015. – 266с.
2. Конкурент Інформаційне агенство [Електронний ресурс] //Л.Тимошук, Т.Шкітер // – 2021. – Режим доступу до статей. : <https://konkurent.ua/publication/79331/kupivelnaspromozhnist-ukraintsiv-vpala-na-30/>

ПРОБЛЕМИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ АВІАЦІЙНОГО СЕКТОРУ ТРАНСПОРТНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

Авіаційна галузь в умовах глобалізаційних явищ світової економіки являється важливою складовою інтеграції української держави в сучасну систему міжнародних економічних зв'язків. Окрім того, авіаційна сфера відіграє колосальну роль для вирішення соціальних та економічних завдань щодо підвищення рівня якості життя громадян України. Разом з тим, спостерігається гостра конкурентна боротьба серед держав за домінування на світовому авіаційному ринку. За таких умов однією з ключових умов забезпечення конкурентних переваг вітчизняної авіаційної сфери є саме інноваційний розвиток, що дає змогу посилити позиції на світовому ринку, зокрема у сфері авіації. Стратегічним завданням розвитку авіаційної сфери в Україні є задоволення запитів у нарощуванні інноваційної складової в структурі управлінських функцій та економічного потенціалу [1]. Вплив світової пандемії COVID-19, глобальна економічна криза впливають на економічний порядок денний сьогодення, зокрема на управління вітчизняними підприємствами, організаційні структури та виробничі процеси суб'єктів господарювання.

Національна транспортна стратегія України до 2030 року визначає систему завдань, що актуальні для сфери, зокрема поетапна модернізація та розвиток інфраструктури транспорту, реалізація стратегічних проектів авіаційного сектору, модернізація та розвиток аеропортових комплексів та провайдера аеронавігаційних послуг України[2]. У відповідності до статті 368 Угоди про асоціацію між ЄС та Україною, основною метою співробітництва у транспортному секторі є підтримка реструктуризації та модернізації вітчизняного транспортного сектору та поступове приведення у відповідність наявних стандартів та державної політики з існуючими положеннями ЄС[3].

Ключовим фактором, що здатний вивести авіаційну галузь на новий техніко-технологічний рівень є активне впровадження інноваційних процесів та інноваційний розвиток. Хід та часовий термін інноваційного розвитку авіаційного сектору залежить від обсягів фінансової підтримки інновацій. Потреба активного техніко-технологічного розвитку зумовлює перехід на систему інноваційного розвитку, що забезпечити розроблення та впровадження інновацій з достатнім фінансовим забезпеченням. Важливими напрямками активізації діяльності авіаційної галузі України в контексті є: формування ефективної стратегії інноваційного розвитку, впровадження якої забезпечить авіаційним суб'єктам господарювання; збільшення обсягів перевезень пасажирів та вантажів; покращення фінансових показників діяльності та удосконалення підходів до застосування інноваційних технологій як у техніко-технологічному забезпеченні так і в процесах надання авіаційних послуг.

Перелік посилань:

1. Тульчинська С.О., Вовк О.М. Методологічні засади модернізації підприємств інфраструктурної сфери. Адаптивне управління підприємствами в умовах неотехнологічного відтворення. колективна монографія за заг. ред. О.В. Ареф'євої Київ, НАУ, 2020. 260 с.
2. Про схвалення Національної транспортної стратегії України на період до 2030 року. Розпорядження КМУ № 430-р від 30 травня 2018 р.. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/430-2018-%D1%80#Text>. Дата звернення: 01.11.2021р.
3. Закон України «Про ратифікацію Угоди про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони» № 1678-VII від 16 вересня 2014 року. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1678-18#n2>. Дата звернення: 01.11.2021р.

АНАЛІЗ РІТЕЙЛЕРІВ ТОВАРІВ FMCG СЕГМЕНТУ В УКРАЇНІ

Ринок ритейлу товарів FMCG характеризується динамічністю, сезонністю та високою конкуренцією, незважаючи на несприятливі умови через пандемію COVID-19. Лідируючі позиції на ринку продуктового ритейлу станом на 31 грудня 2020 року посідають такі мережі: ТОВ «АТБ-МАРКЕТ», яка налічує рекордні для українського ринку 1201 магазини, відкривши 113 нових магазинів; ТОВ «АРИТЕЙЛ» мережа продуктових магазинів «КОЛО», кількість нових магазинів якої 117, що вдвічі більше, порівняно з 2019 роком; Volwest Group, загалом відкрила 34 нових магазини: 26 торгових об'єктів міжнародної мережі «Spar» і 8 маркетів мережі «Наш Край»; Fozzy Group, яка володіє такими мережами, як «Сільпо», «Фора», «Thrah!», «Le Silpo», «Favore» відкрила 18 нових супермаркетів «Сільпо», розширившись до 272 магазинів на кінець року (з урахуванням чотирьох «Le Silpo»), 19 нових торгових точок «Фора», розширившись до 262 об'єктів, повнила мережу ««Thrah!» 23-ма новими маркетами і об'єднувала 57 магазинів, також налічувалося 9 гіпермаркетів Fozzy і один преміальний маркет «Favore» [1].

Окрім кількості магазинів, які входять до складу певної торговельної мережі, також необхідно звернути увагу на їх сумарну торговельну площу. Перше місце впродовж тривалого періоду часу в Україні займає Fozzy Group. ТОВ «АТБ-маркет», незважаючи на найбільшу мережу торговельних закладів в країні, посідає лише друге місце за торговельними площами.

В умовах карантинних обмежень, зміни споживчих уподобань та зростаючої конкуренції торговельні мережі запроваджують інновації за концепцією діджиталізації маркетингу. Прикладом є мережа відкрила магазин нового формату, в якому розміщено відео стіни, які демонструють інформацію про чинні акції, нові товари тощо. У свою чергу «Сільпо» за п'ять тижнів запустив інтернет-магазин та власну доставку, також був відкритий сервіс «dark kitchen», який готує страви для подальшої доставки покупцеві новим сервісом експрес доставки продуктів за 40 хв. «Ашан» запустив формат Ашан Drive в Україні, який передбачає можливість здійснення замовлень онлайн, вже спаковане замовлення забирається на облаштованій парковці, не виходячи з машини. Схожа послуга діє також у «Metro». Мережа «АТБ» також запустила подібну послугу: «Scan&Go» за допомогою мобільного додатку в 10-ти магазинах мережі. Покупець сам сканує і оплачує обрані товари і в спеціальній зоні магазину на виході надає підтвердження про оплату [3].

Також ритейлери товарів FMCG активно запускали нові формати, у вигляді міні-магазинів. Так, Ашан в Києві впровадив «Pick Up Point», магазини з площею близько 50 кв.м. Основні інновації та сервіси «Ашан Pick Up Point»: планшети для онлайн-замовлень товарів з магазинів Ашан, ріск уп зона для отримання інтернет-замовлень, облаштована зона для кавабрейку, наявність каси самообслуговування, гнучкість і ротація асортименту відповідно запитів клієнтів. Влітку пілотні проекти міні-маркетів запустили також Varus і Novus.

У сьогоденних умовах ринок продуктового ритейлу характеризується активним розвитком та реалізацією ефективних маркетингових стратегій, які дозволять максимізувати кількість покупців в умовах пандемії, інноваційних технологій та їх упровадження у сфері цифрового маркетингу, що відкриває широкі можливості для застосування передових підходів у процесі залучення цільової аудиторії.

Перелік посилань:

- 1.Ukrainian Retail Association URL: <https://rau.ua/>
- 2.Офіційний сайт Internet Marketing Association URL : <https://imanetwork.org/>
- 3.Офіційний сайт ТОВ «АТБ-маркет» URL : <https://www.atb.ua/>
4. Пономаренко І.В., Віннікова І.І., Аналіз ринку продуктового ритейлу в Україні [Електронний ресурс]: Економіка та управління підприємствами. URL – : <https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/15385/1/30.pdf>

ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ: КОНКУРЕНТНІ ПЕРЕВАГИ, ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ

Зовнішня торгівля нині є важливою галуззю, яка має значний вплив на економічний розвиток країни. Наразі практично немає філії, яка б не мала прямого чи опосередкованого контакту із зовнішнім ринком. Швидко розвиваються прямі зв'язки та спільні підприємства. У цих умовах все більш актуальними стають питання ефективності зовнішньоекономічної діяльності.

Підприємство — це господарська одиниця, яка виробляє і реалізує товари, виконує роботи та надає послуги на основі використання економічних ресурсів. Зовнішня торгівля підприємства — це економічна сфера, що впливає на інтеграцію та міжнародну виробничу кооперацію, експорт та імпорт товарів і послуг, вихід на зовнішній ринок. Найважливішими формами зовнішньоекономічної діяльності компаній є зовнішня торгівля та міжнародна виробнича кооперація. Державне регулювання зовнішньоекономічної діяльності — це регулювання зовнішньоекономічної, інвестиційної та іншої діяльності у сфері міжнародного обміну товарами, інформацією, роботами та результатами інтелектуальної діяльності.

Основною причиною виходу компаній на зовнішні ринки є міжнародні ринки. Наприклад, багато найбільших компаній отримують більше половини своїх доходів від продажів за кордон. Успіх чи невдача зовнішньої торгівлі значною мірою залежить від конкурентоспроможності та пропозиції на світовому ринку сировини. Активне проникнення на міжнародні ринки компаній із США, Японії та Західної Європи перетворило світовий ринок на арену запеклої боротьби та жорсткої конкуренції. Це пояснює важливість міжнародної маркетингової стратегії для отримання конкурентної переваги. Ефективна робота на зовнішніх ринках вимагає дуже гнучкого використання різноманітних маркетингових прийомів з урахуванням ринкових коливань і прогнозів на зовнішніх ринках, традицій ведення бізнесу та специфіки маркетингового середовища. Особливо важливо враховувати специфічне соціальне та культурне середовище, оскільки товари, до яких покупці в одній країні байдужі, можуть бути дуже важливими для покупців в іншій [1].

Важливу роль у цьому відіграє державне регулювання зовнішньої торгівлі. Це регулювання здійснюється державою через торговельну політику з метою створення сприятливих рамок для зовнішньої торгівлі та захисту її економічних і політичних інтересів. Торговельна політика України є невід'ємною частиною економічної політики і спрямована на створення сприятливих умов для українських експортерів, імпортерів, виробників і споживачів товарів і послуг. Міністерство економічного розвитку і торгівлі надає актуальну інформацію щодо зовнішньої торгівлі та торговельної політики України [2].

Тому зовнішньоекономічна діяльність здійснюється як на державному рівні, так і окремими господарськими одиницями. Метою зовнішньоекономічної діяльності є створення міждержавних основ співпраці, створення правових, торгово-політичних механізмів, що сприяють розвитку та ефективності зовнішньоекономічних зв'язків. Зовнішньоторговельна політика держави є найважливішим і фундаментальним чинником підвищення стабільності та ефективності зовнішньоторговельних і економічних зв'язків України та її регіонів.

Перелік посилань:

1. Хрупович С.Є. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: підруч. [для студ. вищ. навч. закл.]. Тернопіль, 2017. 137 с.
2. «Зовнішньоекономічна діяльність підприємств [Електронний ресурс] : підруч. [для студ. вищ. навч. закл.] / КПІ ім. Ігоря Сікорського ; уклад.: А. Р. Дунська, Г. П. Жалдак. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2019. 64 с.

АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ЗАПАСІВ ПІДПРИЄМСТВА

На етапі сучасного розвитку підприємництва запаси є необхідною умовою для безперервного функціонування виробництва, адже за допомогою запасів забезпечуються як потреби споживачів (якщо запаси – це готова продукція), так і необхідні ресурси для виробничих процесів (виробничі запаси).

Згідно з п. 4 П(С)БО 9 запасами є активи, які: утримуються для подальшого продажу за умов звичайної господарської діяльності; перебувають у процесі виробництва з метою подальшого продажу продукту виробництва; утримуються для споживання під час виробництва продукції, виконання робіт та надання послуг, а також управління підприємством [1].

Варто зазначити, що запаси належать до оборотних активів, так як вони призначені для використання протягом одного операційного циклу.

Відповідно до п. 6 П(С)БО 9 запаси розподіляють на такі групи: сировина і матеріали, МШП, незавершене виробництво, готова продукція, товари, поточні біологічні активи [1].

Для ефективної діяльності підприємство має постійно слідкувати за оптимізацією обсягів запасів та їх раціональним використанням, адже перевищення запасів зазвичай призводить до залежування на складах. Відповідно, запаси втрачають свою цінність, витрати на їх утримання збільшуються. Нестача запасів, в свою чергу, може спричинити порушення безперервності виробництва та, як наслідок, незадоволення пропозиції товару на ринку.

Як ми бачимо, запаси є досить широким та об'ємним аспектом функціонування підприємства. У зв'язку з цим необхідно розуміти, що ефективність використання багато в чому зумовлена різноманітними факторами (технологічними, організаційними, тощо).

Задля оцінки ефективності використання виробничих ресурсів проводять аналіз інтенсивності, який передбачає розрахунок таких показників, як коефіцієнт обіговості, коефіцієнт закріплення та тривалість одного обігу.

Коефіцієнт обіговості показує швидкість обороту запасів, тобто, скільки разів запаси здійснять обіг для виготовлення 1 одиниці продукції

Коефіцієнт закріплення показує вартість матеріалу на 1 грн чистого прибутку. Цей показник є оберненим до коефіцієнта обіговості.

Показник тривалості одного обігу відображає час, за який здійснюється 1 обіг виробничих запасів.

Не варто забувати, що окрім аналізу ефективності для підприємств важливо визначити потреби в забезпеченні запасами, які будуть оптимальними як для виробництва, так і для фінансових витрат. До того ж, дуже важливо не порушувати законодавство та правдиво відображувати статті обліку.

Отже, для оцінки використання виробничих запасів підприємствами необхідно визначитись у необхідних розмірах запасів, провести оптимізацію їх використання та дотримуватися ретельного контролю використання ресурсів. Адже саме це є необхідною умовою для безперервного виробництва та успішного функціонування на ринку багатьох підприємств.

Перелік посилань:

1. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку № 9 «Запаси» Наказ Міністерства фінансів України від 20.10.1999 р. № 246 URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0751-99>
2. Рабоконь Ю.С., Томчук О.Ф. Аналіз ефективності використання запасів на підприємстві. Збірник Донецького національного університету імені Василя Стуса «Фінанси, Облік, Аудит». № 1 (24) – 2019. С.76-87. URL: <https://jfub.donnu.edu.ua/article/view/7407>
3. Добрянська М.В. Аналіз запасів виробничих підприємств і вироблення пропозицій щодо їх ефективного використання в ринкових умовах / М.В. Добрянська // Науковий вісник НЛТУ України. Вип. 22.7. – 2012. С.175-180.

КРИЗА КВАЛІФІКОВАНИХ КАДРІВ ЯК ОДНА З АКТУАЛЬНИХ ПРОБЛЕМ ПІДПРИЄМНИЦТВА

Економічний розвиток нашої країни напряму залежить від успішності підприємницьких структур та їх ефективного функціонування [1]. Сьогодні, існує чимала кількість проблем та викликів, які гальмують розвиток підприємств нашої держави. Однією з них є криза кваліфікованих кадрів.

Причинами, що призвели до кризи кваліфікованих кадрів в організаціях є:

- низький рівень освіти. Існує багато комерційних ВНЗ, що надають можливість отримати диплом без прикладення відповідних зусиль, що призводить до проблем у пошуку та підборі працівників роботодавцями;
- низька заробітна плата. Нестача у кадровому складі призвела до завищених очікувань з приводу рівня заробітної плати. Працівники, що володіють високою кваліфікацією очікують на відповідний рівень оплати своєї праці, однак, їх бажання не завжди співпадають з фінансовими можливостями власників підприємств;
- відтік кадрів. Дуже часто працівники, що є професіоналами своєї справи шукають місце, де за свої вміння вони отримають найвищу винагороду. Молодь переїжджає до великих міст або шукає роботу за кордоном [2].

Ефективними методами боротьби з даною проблемою є різні методики розвитку персоналу, підготовчі курси та програми підвищення кваліфікації. Сьогодні саме вдосконалення рівня персоналу, його професійної компетентності, мотивація до самореалізації та навчання можуть забезпечити належний рівень конкурентоспроможності персоналу.

Основними напрямками розвитку робітників є:

- підвищення рівня освіти персоналу, оновлення та покращення знань персоналу, що ліквідують розрив між вимогами та реальними навичками працівника;
- створення та впровадження інноваційних методик та форм навчання, що здатні забезпечити конкурентоспроможність підприємства;
- освіта та підготовка кадрів як безпосередньо на виробництві, так і поза його межами;
- забезпечення сприятливих умов для кар'єрного росту працівника в середині компанії;
- заохочення конкуренції між співробітниками однієї організації [2].

Отже, однією з основних засад успішного розвитку бізнесу є наявність високо кваліфікованого персоналу та кадрів, що здатні досягнути високих кінцевих результатів праці. Розвиток та підвищення рівня кваліфікації повинні стати ключовими напрямками у розвитку компаній, що хочуть залишатись конкурентоспроможними та успішними у сфері своєї діяльності.

Перелік посилань:

1. А.О. Крисак, О.С. Мусятовська Проблеми та перспективи розвитку малого бізнесу в Україні [Електронний ресурс] // Економічна наука – Вінниця, 2018. – С. 68 – 73. – Режим доступу до журн. : http://www.economy.in.ua/pdf/12_2018/16.pdf

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ЦІН НА ТОВАРИ І ПОСЛУГИ КОМПАНІЇ ЦИТРУС В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ

В умовах сучасної маркетингової бізнес-взаємодії успіх будь-якого підприємства багато в чому залежить від цінової політики цього підприємства. Дослідженню проблем забезпечення успішного ціноутворення в контексті парадигми сталого розвитку присвячено праці видатних вітчизняних та зарубіжних вчених – О. Гавриша, В. Дергачової, М. Згуровського, І. Крейдич, А. Маршалла, К. Менгера, С.Я. Касяна, К. П. Пілової та ін. Мета цього дослідження полягає у висвітленні й удосконаленні методичних складових формування цін на товари і послуги компанії Цитрус. Можливі методи вивчення та дослідження проблеми ціновстановлення у цій роботі – вивчення конкурентів та їх ціноутворення на товари різних груп, методи з орієнтацією на конкуренцію, опитування споживачів, фундаментальні положення теорії розвитку, управління, маркетингу, ціноутворення. Фахівці зауважують, що в умовах пандемії звичні черги в магазинах змінилися інтенсивним онлайн-трафіком. Десятки маркетплейсів і брендів закидують клієнтів листами зі всілякими акціями та знижками. Пандемія змінила поведінку покупців, і сьогодні реалізація омніканального підходу особливо важлива [1].

Підприємство має назву «Цитрус». Форма власності – «Товариство з обмеженою відповідальністю». На ринку вони присутні з 2000 року, тобто вже 21 рік. За 21 рік Цитрус виріс з маленького регіонального ритейлера в одну з найбільших мереж електроніки в Україні. Зараз у нього 63 магазини в 16 містах і близько 2000 працівників. «Цитрус» також має свій Інтернет-магазин, який є провідним серед конкурентів. Citrus.ua входить в трійку найпопулярніших Інтернет-магазинів України: його відвідує 9 млн. осіб на місяць, а середній чек – найвищий на ринку за рахунок великого асортименту ексклюзивних товарів [2].

Ми визначаємо, що компанія «Цитрус» використовує у діяльності конкурентне ціноутворення. Головною ціллю підприємства, завдяки цьому методу, є: збільшення продажів та успішне позиціонування серед конкурентів. «Цитрус» постійно аналізує ціни, знижки, цінове стимулювання збуту конкурентів на різні групи товарів, вплив їх цін на діяльність магазинів та продажі підприємства, та постійно слідкує за оновленням цін головних конкурентів [2].

Розрахунок роздрібної ціни на iPhone 11 засвідчує, що прибуток Цитрусу від продажу одного смартфона дорівнює 2800 грн. Тобто, якщо знизити ціну товару за рахунок зниження прибутку підприємства на 1000 грн, то ціна смартфона без урахування додаткових знижок буде дорівнювати 25300 грн, а прибуток компанії – 1800 грн. Ця ціна буде нижчою, ніж у інших магазинах, хоч і не на багато, але як було зазначено вище, то навіть незначене зниження ціни призведе до того, що конкурентам буде не вигідно просувати на цей ринок [2; 3].

Перелік посилань:

1. Коваль Руслан. Тренди ритейлу: як налагодити зв'язок із покупцями». URL: <https://mind.ua/openmind/20221856-trendi-ritejlu-yak-nalagoditi-zvyazok-iz-pokupcyami>
2. Ніна Глущенко, Марія Бровинська. Яскрава історія Цитрусу з відкритим фіналом: від радіоринку до об'ємів Корбана. URL: <https://project.liga.net/projects/citrus/>
3. Касян С. Я., Пілова К. П., Куц В. І. Маркетингове управління, аналіз цін та формування комунікаційної стратегії магазину. Економічний простір: Збірник наукових праць. Дніпро: Придніпровська державна академія будівництва та архітектури, Видавничий дім «Гельветика». 2021. №170. С. 48–54 (88 с.). URL: <http://www.prostir.pdaba.dp.ua/index.php/journal/article/view/906/877>

НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА

У конкурентній політиці щодо товару перш за все враховуються його функціональне призначення, надійність, довговічність, простота використання, естетика зовнішнього вигляду та інші характеристики, тобто здатність товару задовольняти сукупні потреби покупця краще, ніж товари-конкуренти. Створення такої споживчої вартості товару, яка б включала всю сукупність властивостей цього товару, а також супроводжуючих його, є найважливішою умовою виживання на ринку.

Конкурентоспроможність товару та підприємства, що його виробляє або продає продукт, пов'язані між собою як частина та ціле. Здатність підприємства конкурувати на певному галузевому ринку безпосередньо залежить від конкурентоспроможності товару та набору функцій, що виконуються для досягнення результату [1].

На рівень конкурентоспроможності продукції впливає безліч різноманітних показників. Досягти необхідного рівня конкурентоспроможності товарів, що продаються на відповідних ринках, можна різними способами, скоординованими в часі і просторі. З точки зору змісту і спрямованості вони можуть бути згруповані в чотири взаємопов'язані групи: технічні, організаційні, економічні та соціальні.

Серед технічних способів підвищення конкурентоспроможності продукції, що випускається визначальне місце належить постійному вдосконаленню конструкторської, технічної та технологічної бази підприємства. Це пов'язано з тим, що необхідні основи технічного рівня і якості виробів формуються в процесі їх проектування. Саме в цьому циклі проводиться комплекс лабораторних досліджень і проектних робіт, спрямованих на забезпечення необхідних техніко-економічних параметрів зразків продукції.

Формами і методами економічного впливу на ці процеси є передовсім узгоджена система прогнозування й планування якості продукції, встановлення прийнятних для виробників і споживачів цін на певні види товарів, достатньо потужна мотивація праці всіх категорій працівників підприємства. Формами соціального впливу є всебічна активізація людського фактору, реалізація ефективної кадрової політики, створення необхідних умов праці та побуту [1].

Виробник, створюючи конкурентоспроможний продукт, повинен: досягти різниці між товарами підприємства в очах покупців від товару конкурентів; вибрати один із планованих для виробництва товарів, який є найбільш привабливим для всіх покупців, і на цій основі зробити прорив на ринку; знайти нове застосування для виготовлених товарів; своєчасно вилучати економічно неефективні товари з маркетингу корпоративні програми; знайти доступ до нових ринків як зі старими, так і з новими продуктами; здійснювати модифікацію промислових товарів відповідно до нових смаків та потреб покупців;

Регулярно розвивати та вдосконалювати систему обслуговування реалізованих товарів та систему стимулювання збуту в цілому [2, с. 13].

Таким чином, для забезпечення конкурентоспроможності організація повинна постійно працювати над оптимізацією якості, витрат на його забезпечення і відпускних цін, домагаючись переваг за цими показниками перед основними конкурентами і оцінюючи результати своєї діяльності з точки зору споживача, оскільки його думка є вирішальною. Відмова споживача на користь конкурента свідчить про низьку конкурентоспроможність.

Перелік посилань:

1. Карпюк В. П. Управління конкурентоспроможністю продукції / В.П. Карпюк // [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/PORTAL/Soc_gum/Vzhdtu_econ/2009_4/46.pdf
2. Фролова В. Ю. Системний підхід до управління конкурентоспроможністю підприємства / В. Ю. Фролова // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. – 2013. – № 2 (22). – 99 с.

РОЗВИТОК ІТ-СФЕРИ, ЯК ШЛЯХ ПОДОЛАННЯ ПРОБЛЕМ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ

Світова економіка ХХІ століття стикається з низкою серйозних проблем. Глобалізація економічних відносин має ряд плюсів та мінусів для країн, залучених у цей процес. Україна поки не досягла чіткої лідерської позиції на міжнародній арені. Задля подолання наслідків планово-директивної тоталітарної системи, зміни структури національної економіки в бік ринкового регулювання її процесів, створення умов для виробництва конкурентоспроможної продукції необхідна державна програма розвитку. За рейтингом ВВП, складеним на основі даних МВФ, Україна у 2021 році займає 57 місце серед 191 країни[1]. Головними причинами негативних тенденцій соціально-економічного розвитку є низький рівень іноземного інвестування, трудова міграція тощо. Але основним з них є так звана сировинна або ресурсна спрямованість національної економіки.

Сьогодні однією з найперспективніших сфер для розвитку країни, що приносить найбільшу частку доходу на ринку послуг є ІТ-послуги. У зв'язку з цим в Україні спостерігається стрімкий розвиток ІТ-сфери. За підсумками 2020 р. він приніс в національну економіку \$5 млрд, що є найбільшою категорією експорту послуг країни. Чисельність спеціалістів у цій сфері зросла на 16% за минулий рік і у 2021 перевищила 213 тис. осіб[2].

Основними ринками експорту для українських ІТ-компаній є Велика Британія, Німеччина, Ізраїль, Канада, Республіка Корея, Швеція, США, Японія та інші країни. Українські дипломатичні представництва в цих державах допомагатимуть національним ІТ-компаніям налагоджувати контакти з потенційними клієнтами у державному та приватному секторах[3]. Не зважаючи на пандемію коронавірусу, ІТ-галузь демонструє позитивні результати для української економіки.

Ринок зростає, і, попри кризу, українські інженери з програмного забезпечення роблять внесок у розвиток всесвітньо відомих компаній. В Україні працює більше сотні R&D-центрів іноземних компаній, серед них: Google, Huawei, Grammarly та Samsung.

Держава має змінити курс розвитку економіки у бік нарощення обсягів продажу послуг, зокрема в області хмарних технологій. Іноземні інвестиції призводять до росту експорту послуг ІТ-сфери. Тому Україна має переорієнтуватись на випуск спеціалістів у цій галузі, тобто збільшити витрати на освіту та забезпечити належні умови для співпраці з іноземними партнерами.

Отже, для того, щоб зміцнити свої позиції у світовому економічному просторі, Україна повинна розвивати сектори із високою доданою вартістю та робити вклад у цифрову трансформацію, як це зробили провідні держави світу.

Перелік посилань:

1. GDP Ranked by Country 2021 [Електронний ресурс]. – 2021. – Режим доступу до ресурсу: <https://worldpopulationreview.com/countries/countries-by-gdp>.

2. Яворський А. ІТ-галузь 2021: що відбувається в Україні та світі [Електронний ресурс] / Андрій Яворський // Інтерфакс-Україна. – 2021. – Режим доступу до ресурсу: <https://ua.interfax.com.ua/news/blog/755659.html>.

3. Сенік Д. Дмитро Сенік: проєкт з просування українських ІТ послуг охопить 21 країну [Електронний ресурс] / Дмитро Сенік. – 2021. – Режим доступу до ресурсу: <https://mfa.gov.ua/news/dmitro-senik-proyekt-z-prosuvannya-ukrayinskih-it-poslug-ohopit-21-krayinu>

РОЗВИТОК МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В СІЛЬСЬКІЙ МІСЦЕВОСТІ УКРАЇНИ

Сьогодні, як ніколи актуальним є питання про розвиток малого підприємництва України в сільській місцевості. Адже воно є важливим соціально-економічним фундаментом розвитку держави. З деяких аспектів малий бізнес визначає темпи економічного зростання країни [1]. Проте з кожним роком їх кількість зменшується. В свою чергу це призводить до згубних наслідків: безробіття (у більшості регіонів України серед зареєстрованих безробітних кожен другий – мешканець сільської місцевості, зокрема у Вінницькій, Закарпатській, та Чернівецькій та областях – 60%), міграції в місто та витікання працездатної робочої сили за кордон (близько 1 млн. найактивніших сільських жителів перебувають на тимчасових заробітках поза межами своєї країни) [2]. Села пустіють, адже на їх території немає роботи, яка задовольнила б населення. Отже, постає головна задача - зупинити проблеми та почати відновлення інфраструктури села. Є очевидна необхідність розвивати підприємницьку діяльність. Адже раніше на цю сферу приділялося дуже мало уваги з боку держави. Проте з огляду на цілу низку соціально-економічних чинників ця проблема набирає все нові й нові обороти. Розвиток сільського підприємництва здатен відновити соціальну сферу села, а як ми знаємо вона зараз не в найкращому стані. Назріла необхідність впроваджувати цілеспрямовану політику задля розвитку села, а саме створення сприятливих економічних, соціальних, політичних умов. Це все призведе до процвітання сільських територій в майбутньому. Також розвиток підприємництва чинить позитивний вплив не тільки на підвищення аграрного сектору економіки, а й на культурне і духовне піднесення села.

Основними мотивами підприємницької діяльності є: бажання забезпечити вищий рівень життя своїй сім'ї; самозайнятість цілий рік; незалежність від факторів, які мають вплив при веденні господарства і не залежать від людини.

Якщо подивитись на досвід розвинутих країн світу, то можна побачити, що шляхом диверсифікації видів діяльності сільського населення, розробки та втілення програм сталого розвитку села – можна досягти значних позитивних результатів. Сталий розвиток сільської місцевості передбачає ефективне використання людських і природних ресурсів, розвиток підприємництва, місцевої промисловості, сільського туризму, створення необхідних умов для гідного життя селян, збереження культурних цінностей села [2].

Отже, розвиток малого підприємництва в сільській місцевості є актуальною проблемою нашої країни, яку потрібно вирішувати негайно, адже з кожним роком вона збільшується.

Перелік посилань:

1. Шляхи покращення розвитку малого та середнього бізнесу в Україні [Електронний ресурс] / А. А. Зверєва // Харківський державний університет харчування та торгівлі. – 2021. – Режим доступу до ресурсу: <http://eztuir.ztu.edu.ua/handle/123456789/7026>
2. Аналіз передумов розвитку малого підприємництва на селі [Електронний ресурс] / Б. І. Шувар // Електронний журнал «Ефективна економіка». – 2015. – Режим доступу до журналу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4346>.

ПРОБЛЕМИ КРЕДИТУВАННЯ МАЛОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Рівень розвитку малого та середнього бізнесу є індикатором якості підприємницького середовища. Малий бізнес залучає в економічний оборот ті матеріальні, фінансові, людські, інформаційні та природні ресурси, які не змогли залучити представники великого бізнесу. Метою дослідження є дослідити з якими проблемами кредитування малого бізнесу стикаються власники малих підприємств в Україні та визначити яким чином можна покращити якість кредитування малого бізнесу.

Для розвитку малого бізнесу в країні, держава повинна забезпечувати високий рівень конкурентоспроможності малих підприємств, проводити прозору та ефективну податкову політику, створювати та підтримувати сприятливі умови для виникнення нових малих підприємств і їхнього розвитку. [1]

Однією з проблем розвитку малих підприємств є його неефективне кредитування. Так, у 2020 р. частка кредитних ресурсів українських малих підприємств становила 31.1% в той час як частка кредитних коштів в капіталі зарубіжних підприємств сягала 57.8%. [2] Якщо провести аналіз банківського кредитування малого бізнесу в Україні, то можна побачити, що мінімальні ставки по кредитуванню це приблизно 12% річних. В той час як у розвинених країнах таких, як США, Велика Британія, Канада, ця ставка становить близько 2-3% річних. [3]

Для того, щоб створити ефективніші умови кредитування малого та середнього бізнесу в Україні у 2020 р. була запроваджена Державна програма підтримки бізнесу „Доступні кредити 5-7-9%“. Однак Програма не виправдала очікувань, адже наприкінці 2020 р. було видано лише 7575 кредитів на загальну суму 17, 4 млрд грн. [4] І це при наявності 1 336 742 підприємств в Україні. Це означає, що слід переглянути підходи держави до кредитування малого бізнесу. [4].

Внаслідок проведеного дослідження було виявлено з якими проблемами найчастіше стикаються власники малого бізнесу та визначено яким чином можна посприяти покращенню якості кредитування. Отже, малі підприємства найчастіше стикаються з такими проблемами: високі відсоткові ставки по кредитуванню та неефективні підходи держави до кредитування малого бізнесу. Для покращення якості кредитування малого бізнесу в Україні слід переглянути і змінити підхід держави до кредитування малих підприємств та підштовхнути державу до сприяння зниженню відсоткової ставки по кредитуванню малого бізнесу.

Перелік посилань:

1. Малий бізнес в Україні: проблеми та перспективи розвитку. [Електронний ресурс] Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/n0117697-04#Text>
2. Погореленко Н. П., Коваль В. О. Кредитування малого та середнього бізнесу: аналіз діючих умов та умови до підвищення ефективності його державної підтримки. [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://rinek.onu.edu.ua/article/view/227606>
3. Сич О.А. Сучасний стан та умови кредитування малого та середнього бізнесу в Україні / Сич О.А., Волос І.І // Щомісячний науковий журнал «Молодий вчений». - 2018. - №2. – с. 421-423. [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2018/2/99.pdf>
4. «Доступних кредитів» за перший рік видано на 17,4 млрд грн. Веб-сайт Financial club. [Електронний ресурс] Режим доступу: <https://finclub.net/ua/news/dostupnykh-kredytiv-za-pershyi-rik-vydano-na-17-4-mlrd-hrn.html>

КОЖЕМЯЧЕНКО О.О.

ст. викладач каф. економіки і підприємництва, голова профбюро ФММ
КПІ ім. Ігоря Сікорського

ОБЕРШТ А. Д.

д.е.н., доцент Департаменту Економіки і менеджменту
Технічний Університет Молдови

ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ ПРАЦІ ВИКЛАДАЧІВ В УМОВАХ ДИСТАНЦІЙНИ ОБМЕЖЕНЬ

Вже майже два роки освітні послуги надаються в умовах дистанційних обмежень. On-line навчання із формату швидкого реагування на форс-мажорні обставини перетворилося в процес з ознаками системності. За цих умов необхідно якнайшвидше розробити і впровадити нормативи обліку праці викладачів, адаптовані до нових обставин.

Метою дослідження є встановлення особливостей обліку праці, які розкриваються через функції нормування і контролю.

В умовах дистанційного обмеження трансформуються прояви соціально-трудових відносин [1]. Робота на самостійно створеному робочому місці із так само самостійно організованими студентами в умовах комунікацій, зведених до можливостей on-line спілкування, здійснюється за традиційною предметно-класовою системою. Спокуса вирішити проблему обліку праці шляхом автоматичного прирівнювання годин, проведених в zoom, до аудиторних годин, на нашу думку, є спокусою простих рішень. Тому далі звернемо увагу на деякі особливості здійснення трудової функції. Це дасть базу коригування нормативів.

1. Санітарно-епідеміологічні особливості. Час роботи викладача за комп'ютером (більше 50% робочого часу) кваліфікує цю роботу як роботу на ЕОМ [2]. Існують обмеження щодо виконання такої роботи за станом здоров'я. Особливістю є той факт, що викладацька діяльність таких обмежень не потребує (вагітність, порушення зору тощо). Оскільки організація навчального процесу має відштовхуватись від працездатності студентів, то слід зауважити, що для учнів 10-11 класів (майже студентів) регламентовано перебування за комп'ютером не більше 30 хв. протягом уроку.

2. Форми роботи та їх інтенсивність. На нашу думку on-line можливості роблять навчання більш лаконічним. Швидкість конспектування складає 13 слів за хвилину, в той час як швидкість говоріння 150-160 слів за хвилину. Тобто, якщо студенти не пишуть на лекції конспект, то за той же самий час можна дати інформації в 10 разів більше! На нашу думку це недоцільно і деструктивно. Із застосуванням on-line технологій можна без зайвих втрат часу організувати реєстрацію, тестування, одночасне індивідуальне консультування. Навчально-методичну роботу необхідно спрямувати на пошуки і унормування різних форм і методів проведення навчальних занять.

Наведені аргументи є достатніми, щоб за основу організації контролю освітнього процесу не брати дотримання формули «90 аудиторних хвилин=90 хвилин zoom». Зміст контролюючої функції можна сформулювати тільки після унормування нових форм роботи у дистанційному режимі. До цього на нашу думку об'єктивним маркером повноти і якості роботи викладача є оцінка отримувачів освітньої послуги.

Література:

1. Кожемяченко О.О., Кузьмінська Н.Л., Кавтиш О.П. Трансформація соціально-трудових відносин в умовах дистанційних обмежень [Текст] : Формування ринкових відносин в Україні. – Випуск №5 (240), 2021, Стор. 98-106. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://zenodo.org/record/5179967#.YZAkLmYzZhA>

2. Державні санітарні правила і норми роботи з візуальними дисплейними терміналами електронно-обчислювальних машин ДСанПІН 3.3.2.007-98. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0007282-98#Text>

3. Державні санітарні правила і норми «Влаштування і обладнання кабінетів комп'ютерної техніки в навчальних закладах та режим праці учнів на персональних комп'ютерах» ДСанПІН 5.5.6.009-98. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0009588-98#Text>

НАПРЯМИ ФОРМУВАННЯ МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНОЇ БАЗИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА НА ІННОВАЦІЙНІЙ ОСНОВІ

Зміцнення економіки країни та її розвиток невід'ємно пов'язані з вдосконаленням механізмів інноваційного забезпечення підприємницької діяльності ресурсним потенціалом, використанням технологічних розробок та впровадженням нових форм організації праці і управління. Виробництво якісної кінцевої продукції, робіт чи послуг безпосередньо залежить від стану матеріально-технічної бази суб'єктів господарювання.

Для економічного розвитку підприємництва, підвищення ступеню його адаптованості до змін зовнішнього середовища необхідною умовою є активізація процесів інтенсифікації використання ресурсів. Інновації сприяють максимальній віддачі залучених ресурсів, товари і послуги характеризуються найнижчими витратами, що підвищує ефективність діяльності та дозволяє підприємствам отримати конкурентні переваги [1].

Активізація інноваційної діяльності розвитку підприємництва в умовах сучасної економіки вимагає пошуку джерел і форм інвестування, які мають забезпечити баланс між інноваційними витратами та фінансовими можливостями. Крім того, ця проблема загострюється поглибленням світових процесів глобалізації. Тому важливою є державна підтримка формування сучасної матеріально-технічної бази підприємницьких структур та її оновлення [2, 3].

Важливу роль у реалізації інноваційної спрямованості забезпечення державного регулювання зміцнення матеріально-технічної бази підприємств відіграють інтегровані науково-виробничі структури та технопарки, до функцій яких відносять повноваження центрів інноваційного забезпечення розвитку такого ресурсного потенціалу. Механізм його формування включає розвиток інфраструктури та врахування відповідних місцевих умов і можливостей. Одним із стратегічних напрямів інвестиційно-інноваційного розвитку виробництва є реновація та підвищення ефективності використання основних засобів підприємств. Суттєвим напрямом у поліпшенні формування МТБ розвитку підприємництва в Україні є внесення Кабінетом Міністрів України проекту Закону України «Про підтримку та розвиток інноваційної діяльності», який визначає правові, економічні та організаційні засади державного регулювання інноваційної діяльності в Україні, встановлює форми стимулювання та підтримки державою інноваційної діяльності. Зокрема, планується державна підтримка малого та середнього підприємництва у науково-виробничій сфері. Фінансування інноваційної діяльності за рахунок коштів загального фонду державного бюджету спрямовуватимуться на забезпечення розвитку ресурсів, необхідних для реалізації потенціалу суб'єктів інноваційної діяльності [4]. Такі позитивні зрушення за умов ефективного управління ресурсами та оцінки ризиків сприятимуть підвищенню ефективності діяльності та посилення економічних позицій підприємств.

Перелік посилань:

1. Покровська Н. М. Напрями інтенсифікації використання ресурсів в машинобудуванні. Двадцять перші економіко-правові дискусії : матеріали міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., 31 жовтня 2017 р. Львів. URL : <http://www.spilnota.net.ua/ua/article/id-2063/>.
2. Лояк Л. М. Роль інновацій у розвитку малого підприємництва. 2017. Socio-economic problems of the modern period of Ukraine. Вип. 1 (117). С. 110-114.
3. Михайлов М. Г. Теоретичні засади інноваційно-інвестиційного підходу до розвитку матеріально-технічної бази підприємств. 2016. Інвестиції: практика та досвід. № 23. С. 38-42.
4. Про підтримку і розвиток інноваційної діяльності. Закон України. Проект. КМУ. URL : <https://ndipzir.org.ua/archives/4015>.

«ЕФЕКТ КОБРИ В УКРАЇНІ ТА РОЗВИТОК БЕЗРОБІТТЯ»

З постійним розвитком економіки у світі з'являються все нові проблеми, які кожен уряд свідової країни намагається вирішити як найефективніше. Поява «Ефекту Кобри» також є результатом пошуку оптимального шляху вирішення проблеми розповсюдження кобр в колоніальній Індії. Сьогодні, цей вираз застосовують до ситуацій, коли рішення, прийняте для розв'язання проблеми, призводить до результату, який є прямо протилежний поставленій меті.

З моменту поширення цього поняття у світі, з'явилося досить багато прикладів, які є показовими для інших країн, Україна не є виключенням. Яскравим зразком «Ефекту Кобри» в нашій державі є спроби уряду знизити рівень безробіття шляхом виплати допомоги по безробіттю. Згаданий вид соціальної допомоги призначається особам, віком від 15 до 70 років, які через відсутність роботи не отримують заробіток, необхідний для забезпечення життєдіяльності, готові та здатні приступити до роботи [1].

Досліджуючи різні підходи до визначення нормального рівня безробіття в країні, доречно зупинитися на концепції природного безробіття Мілтона Фрідмана та Едмунда Фелпса, яка описує частку безробітних, що відповідає належному рівню повної зайнятості в економіці країни й залежить від плинності кадрів, міграції або ж демографічних факторів. Вважається, що нормальний рівень безробіття в розвинутих країнах становить 4-5%. Аналізуючи динаміку та рівень даного показника в Україні, з рисунку 1 можна зробити висновок, що безробіття в Україні має мінливу тенденцію, на що впливає досить багато економічних факторів, але все ж залишається на рівні 8-10%.

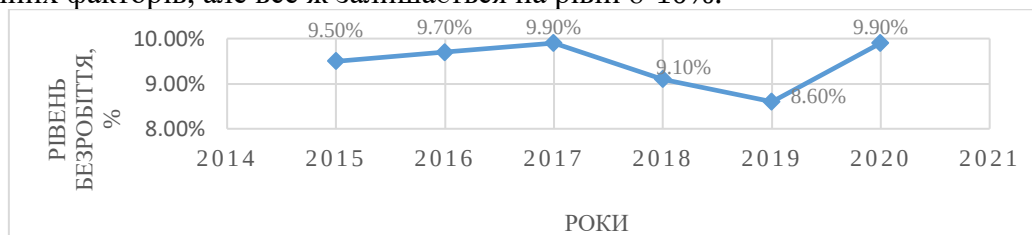


Рисунок 1 – Рівень безробіття в Україні 2015-2020 роки [2]

Допомога по безробіттю існує як підтримка тимчасово безробітних осіб та повинна слугувати мотивацією для спокійного та швидкого пошуку бажаної роботи. Однак, аналізуючи статистику, можна побачити, що рівень безробіття України є високим, а щорічне підвищення виплат навпаки слугує можливістю для населення довше залишатися без роботи та отримати за це гарантовані кошти. Це все негативно впливає як на рівень ВВП в країні, так і на загальний розвиток економіки, що робить Україну не привабливою для іноземних інвесторів.

Отже, з проведеного дослідження можна зробити висновки, що допомога по безробіттю в Україні є малоефективною, в цьому проявляється «Ефект кобри», оскільки рівень безробіття не зменшується, а видатки з бюджету на цей напрям зростають з кожним роком, що негативно позначається на інших галузях, які потребують значного фінансування.

Перелік посилань:

1. Державний центр зайнятості [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.dcz.gov.ua/novyna/chomu-bezrobitnym-varto-zvernuty-sya-do-sluzhby-zaynyatosti>.
2. Рівень безробіття в Україні [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://index.minfin.com.ua/ua/labour/unemploy/2020/>.

ЦІНОУТВОРЕННЯ В ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Одним із найпоширеніших видів бізнесу в Україні є ресторанний, до якого відносяться їдальні, ресторани, кафе, бари, буфети тощо, які мають усі необхідні виробничі потужності для приготування їжі. Аналіз статистичних даних (рисунок 1) показує, що навіть не зважаючи на пандемію COVID-19, кількість таких закладів постійно зростає та в 2020 році досягла позначки 71 748 одиниць. У зв'язку з цим, логічно зробити висновок, що ця сфера діяльності є прибутковою, навіть при значній кількості конкурентів.



Рисунок 1 – Заклади ресторанного господарства в Україні [1]

Зазначимо, що формування цін у сфері ресторанного бізнесу відрізняється від ціноутворення інших ринків та роздрібною торгівлі зокрема. Ефективність цінової політики у сфері ресторанного бізнесу визначає рівень фінансового стану, обсяги виробництва, імідж підприємства та розвиток конкуренції на споживчому ринку.

До особливостей ціноутворення в закладах ресторанного бізнесу можна віднести:

- формування калькуляцій та цін продукції суттєво залежить від цін на сировину та товари виробничого призначення, які постійно коливаються;
- рівень цін залежить не тільки від типу, класу та рівня підприємства, але й від рівня попиту;
- вільне ринкове формування торговельних надбавок окрім закладів, які обслуговують студентів, учнів, державних службовців, формування торговельних надбавок у яких контролює держава тощо.

Аналіз даних Державної служби статистики [1] показав, що провідні позиції у сфері ресторанного бізнесу займають підприємства, які виготовляють якісну продукцію за прийнятною ціною. Водночас на ціноутворення у сфері ресторанного бізнесу впливає клас підприємства, рівень обслуговування, корпоративна культура, які сприяють зростанню рівня торговельних надбавок. Разом із тим, означені фактори суттєво впливають на рівень споживчого попиту, що не притаманно більшості видів діяльності національної економіки.

Відтак, означена сфера підприємницької діяльності є вельми прогресивною, конкурентною та перспективною. А успіх підприємницької діяльності у сфері ресторанного бізнесу значною мірою впливає коректність цінової політики в умовах вільного ринкового формування цін. Завдяки ефективному управлінню підприємств сфери ресторанного бізнесу, корпоративній культурі та належній діловій репутації, підприємства отримують привілеї у формуванні високих торговельних надбавок, які не тільки не впливають на величину попиту, а, навпаки, загострюють конкуренцію.

Перелік посилань:

1. Державна служба статистики України. Кількість суб'єктів господарювання [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.

РОЛЬ МАЛОГО БІЗНЕСУ В ЕКОНОМІЦІ УКРАЇНИ

Тема наведеної публікації є актуальною, оскільки малий бізнес відіграє важливу роль в економіці країни, тому що його розвиток впливає на економічний розвиток, на збільшення робочих місць, на виготовлення товарів із високою якістю, тобто сприяє вирішенню економічних, соціальних та безлічі інших проблем.

Мале підприємництво – це самостійна, систематична господарська діяльність малих підприємств та фізичних осіб, що проводиться на власний ризик з метою отримання прибутку.

Коли розглядаємо функції малих підприємств у ринковій економіці, з одного боку, потрібно зазначити, що внесок малого бізнесу у формування конкурентного середовища неоцінений, а його антимонопольне становище дозволяє встановлювати конкурентні відносини. З іншого боку, малий бізнес може стати ефективним конкурентом, що суперечить монопольному середовищу досить великих фірм. Невеликі підприємства швидко пристосовуються до мінливих ринкових умов, підтримують та допомагають розвитку новітніх технологічних та комерційних ідей, що покращають випуск продукції високої якості. Малий бізнес підвищує рівень зайнятості населення, створюючи робочі місця. Також важливо зазначити, що малий бізнес виконує роль основи формування середнього класу.

Із наведеної вище інформації бачимо, що розвиток малого бізнесу в Україні є поштовхом для досягнення рівня економіки високорозвинених країн. Однак виявилось, що існують певні чинники, які заважають його розвитку, такі як: недосконалі закони, надмірні податки, корупція, відсутність підтримки з боку держави. Для більш ефективного розвитку малого підприємництва в Україні потрібно посилити взаємодію між підприємництвом та державою. Відсутність цієї залежності відображається в тому, що малий бізнес досі не відіграє суттєвої ролі в економіці України порівняно з іншими країнами-конкурентами.

Закріплення малого бізнесу в Україні – це тривалий і складний процес, який має бути етапним і повинен орієнтуватися на стан країни, проблеми на макро- та мікрорівнях.

За якісними показниками стану розвитку малий бізнес в Україні залишається на початковому рівні, а за кількісними показниками – досягає середнього рівня країн ЄС. Коли в європейській країнах малі підприємства приносять 60% доходу в бюджет держави, то в Україні цей відсоток значно нижчий і становить 0,18%.

Отже, роль малих підприємств заключається у вільному виборі шляхів і методів забезпечення достатку власників. Розвиток малого бізнесу повинен підтримуватися державою як із фінансового боку, так і з боку створення комфортних умов для виробництва та підвищення зайнятості населення.

Перелік посилань:

1. Бондарук Т. Г., Артем'єва І. О., Бондарук І. С. Державне регулювання розвитку малого бізнесу і його соціальної відповідальності. Науковий вісник Національної академії статистики, обліку та аудиту. 2019. № 3. С. 111-119.
2. Воронич К. М. Міжнародний досвід організації малого бізнесу та можливість його впровадження в Україні. Науковий вісник НЛТУ України. 2011. Вип. 21. С. 184-189.
3. OECD (2020), Моніторинг реалізації Стратегії розвитку МСП України на 2017-2020 роки. OECD Publishing, Paris. URL: www.oecd.org/eurasia/competitiveness-programme/eastern-partners/Monitoring-the-Implementation-ofUkraine's-SME-Development-Strategy-2017-2020-UKR.pdf

РЕЙДЕРСТВО ЯК ЗАГРОЗА БЕЗПЕЦІ ПІДПРИЄМСТВА В УКРАЇНІ

Тема наведеної публікації є актуальною на сучасному етапі розвитку країни. Оскільки рейдерство це вагома загроза для захисту інформації як підприємства, так і економічної безпеки національної економіки. Насамперед, для розвинених країн рейдерство має значний вплив на усунення неефективних підприємств. В Україні його використовують з метою перерозподілу власності.

Існує багато визначень для пояснення поняття "рейдерство". Один із відомих дослідників, вивчаючи це питання, зазначав: "...рейдерство з'явилося на світ разом з акціями, коли виникла можливість поглинання компанії за межами волі її власника". Якщо взяти до уваги західноєвропейську практику, то визначення таке: "Рейдерство – це звичайне й повністю законне придбання підприємства без згоди її фактичного керівника, а також з метою зміни власника". Напад рейдерів може бути здійснений на різні види бізнесу. Про зацікавленість рейдером у підприємстві свідчить збір економічної, юридичної та соціальної інформації про компанію. В Україні налічують близько 50 таких професійних груп, до складу яких входять досвідчені юристи, економісти, ІТ-фахівці, колишні працівники законодавчої влади, психологи та інші. Вони поширюють фіктивну інформацію у засоби масової інформації; використовують підкуп робітників; підробляють документи; шантажують підприємства; формують рейдерські атаки, на які наше законодавство не в змозі реагувати миттєво. Тому, щорічно обсяг рейдерського перерозподілу власності в нашій країні становить у середньому 2-3 млрд. дол. США.

Кожного року кількість рейдерських атак в Україні зростає, внаслідок чого руйнуються і банкрутують навіть ефективні фірми. Легкою здобиччю для таких загарбальців є промисловість, енергетика, телекомунікації, великий вплив припадає на сільське господарство (із початку 2016 року знищено майже 2 тисячі сільськогосподарських підприємств).

Сподіватись, що саме ваш бізнес така проблема обійде стороною, не варто. Щоб уникнути загрози з боку рейдерства, підприємствам необхідно рухатися в темп із часом, тобто моніторити за змінами в їх структурних методах захоплення, використовувати у своїй сфері захисту нові технології. А також, щоб уникнути нападу, потрібно діяти швидко, впевнено та підготовлено. У компанії завжди має бути встановлений план протидії із «шкідниками». На сьогодні відомі численні поради щодо підвищення рівня безпеки підприємства. Одна з них – укладання договору із адвокатськими та охоронними органами. Адже це важливо зробити до того, поки не прийшла проблема. Важливим проханням для керівників буде підключити смс-інформування, яке здатне повідомляти про всі навіть найменші зміни в компанії. Але варто не забувати про послуги антирейдерського аудиту. Така послуга виявляє слабкі місця в підприємстві і дає змогу їх усунути до початку рейдерської атаки.

Отже, рейдерство має суттєвий вплив на розвиток та економічну безпеку підприємства. Станом на сьогодні велика кількість компаній потерпає від рейдерських атак. Це призводить як до занепаду і банкрутства ефективних підприємств, так і до розвитку нестійких підприємств.

Перелік посилань:

1. Бабиц Т. Рейдерство в Україні – загроза національній безпеці / Т. Бабиц // Віче. – 2010. – № 14. – С. 2-5.
2. Прокоф'єва Д. М. Підприємницьке шпигунство в системі інформаційних злочинів / Д. М. Прокоф'єва // Український центр інформаційної безпеки. Режим доступу: www.bezpeka.com/library/lib_aspect.html.

ВПЛИВ БЛОКЧЕЙН ТЕХНОЛОГІЙ НА ПІДПРИЄМНИЦТВО

Блокчейн — найновіша технологія, інтерес до якої виріс разом із популярністю криптовалют. Сьогодні її широко обговорюють не лише у світі фінансів. Цю технологію вже пробують використовувати для зберігання та обробки персональних даних та ідентифікації, в маркетингу та комп'ютерних іграх.

Блокчейн – це логічно пов'язана послідовність інформаційних блоків, кожен із яких містить дані про групу транзакцій і посилання на попередній блок з організацією підприємницької діяльності в умовах формування розподіленого реєстру транзакцій. Це дає можливість ув'язати в систему всі реалізовані операції. Будова транслюється на всі вузли системи, що дає можливість кожному учаснику мати правильну інформацію про всі операції без потреби приймати її з централізованого джерела. Важливою особливістю журналу транзакцій у блокчейні для організації підприємницької діяльності є його незмінність [1].

Ця властивість означає, що не можна непомітно видалити операцію з журналу або включати нову в його центр. Факти та інформація, що зберігаються в блокчейні, не можуть бути втрачені. Вони залишаються там назавжди, реплікуючи на вузол. Понад те, блокчейн не просто зберігає кінцевий стан підприємницької структури, а й фіксує попередні. Тому кожен може перевірити правильність кінцевого стану, перераховуючи факти від початку. На відміну від звичайних розподілених баз даних, у блокчейні майже завжди відсутній центральний адміністратор, який координує вузли мережі. В даному випадку виходить, що архітектура блокчейна не просто розподілена, але й децентралізована [2].

У загальнодоступному блокчейні відсутня контролююча ланка. Рідкісна властивість такої мережі для підприємницьких структур – можливість формувати децентралізовані додатки, яким потрібна мінімальна кількість витрат на технічне обслуговування всієї структури. При цьому витратна складова, необхідна для здійснення кожної операції, збільшується з кожним додатковим сегментом, і, зрештою, може стати дуже великою для підприємницької структури. Перевага полягає в тому, що кожна операція в даному випадку є доступною для всіх.

Можна виокремити ряд переваг блокчейн-технології для підприємницьких структур:

1. Ефективні захисні механізми зовнішнього втручання. Ніхто не може вплинути і будь-що видозмінити в кодуванні або сукупності даних. Тому це збільшує рівень довіри простих користувачів до системи.

2. Глобальна мережна результативність. Підприємцю легко сконцентрувати біля свого бізнесу велику клієнтську базу, оскільки користувачі одних програм системи стрімко дізнаються всю інформацію.

3. Безпека, для підтримки якої потрібна невелика кількість коштів. Щоб атакувати таку систему, будуть потрібні занадто потужні обчислювальні ресурси, що робить атаку просто не вигідною для зловмисників.

Отже, децентралізований, відкритий і криптографічний характер технології блокчейн дає можливість довіряти підприємцям одне одному та взаємодіяти, що робить непотрібним використання посередників. Це також забезпечує безпрецедентні переваги щодо безпеки.

Перелік посилань:

1. Свон М. Блокчейн. Схема нової економіки. Олимп-Бизнес, 2016. 240 с.
2. Артемьев К. Блокчейн: виникнення, особливості використання та регулювання. Вітчизняна юриспруденція, 2018. №4. С. 60-64.

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ РЕГІОНАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

Активна підприємницька позиція на регіональних ринках є визначальним фактором конкурентоспроможності держави на міжнародних ринках. Інтенсифікація розвитку регіонального бізнесу спонукає до постійної реструктуризації та диверсифікації виробництва, збільшення асортименту продукції, перебудови організації менеджменту[1].

На жаль, в Україні поточний стан регіонального підприємництва не відповідає навіть переважній більшості держав-сусідів. Головною проблемою на думку аналітиків є усталені традиції в сфері систем трансформації підприємницької діяльності. Супротив формується інституційним комплексом та усіма його розгалуженнями: науковою базою, традиційною освітою, обранням пріоритетів та комерціалізацією інтелектуальної вартості, системою фінансування інвестиційних проектів тощо[1].

Підприємницька діяльність в регіонах є частиною національної економічної системи, тому базисом для прогресивних трансформацій може стати протекційна політика держави, яка заключатиметься в створенні дієвої законодавчої бази та різносторонній фінансовій помічі[2].

Світовий досвід говорить, що для вдалої регіональної економічної інтеграції необхідно:

- провести комплексний аналіз географічної близькості споживачів, агрегованих по рівню економічного та технологічного розвитку;
- повністю завершити формування внутрішнього ринку, тобто забезпечити наявність кола основних видів товарів для здійснення вигідних для підприємця торгових операцій;
- максимально віддалити один від одного однотипні регіональні ринки;
- вирівнювати рівень економічного розвитку в кожному окремо взятому інтеграційному регіоні[1].

Досвід розвинутих країн показує, що найбільшого розвитку досягають регіони, у яких в тісній взаємодії знаходяться дві підсистеми – технічна та соціальна. В технічній підсистемі особлива увага приділяється підвищенню ролі мотивації праці в більш ефективному використанні технологій та обладнання, компановці робочих місць, використанні сучасних засобів зв'язку та транспорту, автоматизації та роботизації процесів обслуговування виробництва. Соціальна ж підсистема забезпечує ефективний зв'язок «виробник-споживач». Вона також включає управління персоналом, підбір, навчання і просування кадрів, планування, введення більш ефективних систем оплати праці[2].

Таким чином, основою сучасної економічної політики держави повинно стати використання місцевої та регіональної специфіки, підтримка освіти, науки і приватного підприємництва. Пріоритетними напрямками розвитку в сфері регіонального підприємництва може бути: підвищення активності регіональних підприємств і організацій на внутрішньому ринку; ступінчаста перебудова товарної структури; переорієнтація політики підприємств на виробництво високоякісної диверсифікаційної продукції; проведення обширних маркетингових досліджень замість практики позбавлення товару будь-якими засобами та будь-якою ціною тощо.

1. Перелік посилань:

2. Исакова Н.Б. *Предприятия Украины : инновационная деятельность и сетевые взаимодействия*. – К.: Информ.-аналит. Агенство, 2012. – 377 с.

3. Козык В.В., Емельянов А.Ю., Петрушка Т.А. *Инвестиционно-инновационный механизм обеспечения конкурентоспособности промышленных предприятий : Проблемы экономики*. – Харьков, 2014. – с. 52-58

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА ТА ШЛЯХИ ЇХ ПОДОЛАННЯ У ПЕРІОД ПАНДЕМІЇ COVID-19

В сучасних умовах, поширення пандемії COVID-19, загострення конкуренції на ринку та постійного зростання вимог споживачів перед підприємствами постає завдання не лише залишитися у галузі під час дії карантинних обмежень, а й підвищувати власну конкурентоспроможність, що надасть можливості адаптуватися до нових умов ринку та тримати лідерство.

Малі та середні підприємства характеризуються однією перевагою порівняно з великими підприємствами, а саме здатністю швидко адаптуватися до змін. Однак у період макроекономічної нестабільності цей сегмент економіки найбільше піддається впливу негативних змін економічного і політичного середовища держави [1]. Тому під час пандемії COVID-19 МСП зіткнулися з низкою проблем, серед яких: стрімке падіння доходів суб'єктів МСП, що пов'язано із запровадженням локдаунів; значні фінансові втрати через зміни у структурі попиту; втрата внутрішніх ринків збуту; дефіцит ліквідності; вимушене скорочення кількості штату працівників, що спричинило зростання рівня циклічного безробіття; банкрутства серед МСП. Загалом пандемія справляє значний вплив на МСП. Згідно із дослідженням, що було проведене Європейською Асоціацією, станом на початок 2021 року Індекс настроїв малого бізнесу знизився до 2,38 балів із 5-ти можливих в порівнянні з 3,07 балами у минулому році. Відповідно збільшилася кількість підприємств, що незадоволені поточним станом справ, у порівнянні з минулим роком з 29% до 58% [2].

З метою подолання вище зазначених проблем, в Україні були реалізовані заходи державної підтримки МСП. По-перше, була розроблена державна програма “Доступні кредити 5-7-9%”, за якою можна отримати кошти на: рефінансування інвестиційних та кредитів на оборотний капітал; кредит на поповнення обігових коштів. По-друге, починаючи з квітня 2021 року фізичні особи-підприємці мають право на отримання матеріальної допомоги у розмірі 8000 грн (одноразово). По-третє, запроваджено мораторій на податкові перевірки на період дії карантинних обмежень. А також визначено, що штрафні санкції не застосовуються за: несвоєчасну сплату єдиного внеску; неповну сплату або несвоєчасну сплату суми єдиного внеску одночасно з видачею сум виплат, на які нараховується єдиний внесок; несвоєчасне подання звітності до податкових органів [2].

Незважаючи на державні заходи, становище МСП в період пандемії досить хитке. З метою покращення становища МСП у період пандемії COVID-19 пропонуємо:

1. Реформувати податкове законодавство: зменшити податкове навантаження на підприємницький сектор шляхом запровадження податкових канікул або оподаткування за нульовою ставкою прибутку.

2. Знизити рівень втручання державних органів у діяльність МСП

3. Збільшити фінансування в банківських і небанківських секторах МСП

4. Збільшити рівень цифровізації державних послуг.

Перелік посилань:

1. Гейко Т.Ю. Пріоритети розвитку підприємництва в Україні в умовах пандемії COVID-19 та в посткарантинний період. Вісник соціально-економічних досліджень, №2 (73). 2020.

2. Тимченко О.І. Проблеми та перспективи розвитку малого підприємництва в умовах пандемії COVID-19. Ефективна економіка. №6. 2021.

ЕВОЛЮЦІЯ В ДОСЛІДЖЕННЯХ ПОНЯТТЯ “ІНКЛЮЗИВНИЙ РОЗВИТОК”

Термін “інклюзивний” у перекладі з англійської означає “залученість”. При цьому необхідно розрізняти фрагментарну інклюзивність - коли вирішуються проблеми окремі проблеми соціальної залученості, наприклад, в процесі реформування загальної освіти ставиться питання її доступності для дітей з інвалідністю.

Розуміння інклюзивності пов'язане з поняттям соціальної виключності, яку розуміють як “неспроможність індивіда або групи осіб брати участь у соціальному, культурному та економічному житті суспільства у сфері громадянських прав, ринку праці, суспільних і приватних служб і соціальних мереж”. Вони також характеризуються відсутністю соціальних гарантій та соціальної захищеності.

Розуміння інклюзивної залученості починається з фрагментарної інклюзивності, згодом такий підхід розширився до рівня соціальної залученості, до продуктивної праці всього працездатного населення, а також до проблематики подолання економічної нерівності та бідності.

В сучасних умовах при визначенні поняття сутності категорії “інклюзивний розвиток” слід говорити не про фрагментарну залученість, її окремі елементи і аспекти, а про системну інклюзивність, системний підхід, який дозволяє включати кожен елемент до загальної системи, забезпечити їх збалансованість та реалізувати в певній мірі потенціал як структурних складових так і системи в цілому [1].

На такий напрям еволюційного поступового розвитку поняття інклюзивності наголошується у вітчизняній та науковій літературі. Так, на переконання В.М. Гесця поняття “інклюзивність” набуває дедалі більш широкого і системного значення, що означає такий розвиток держав у світогосподарських зв'язках, який дає можливість включити до нього і розкрити внутрішній потенціал усіх елементів та суб'єктів соціально-економічної системи країни і забезпечити її збалансованість. Таке широке тлумачення є адекватним поняттю інклюзивного розвитку як такому.

Разом з тим такий розширений системний підхід до дослідження інклюзивного розвитку не означає безперспективність аналізу окремих фрагментарних складових елементів інклюзивності. Наприклад, інклюзивний розвиток включає сталий розвиток усіх галузей економіки, але, як відомо, кожна галузь, сфера економіки має свою специфіку, свої особливі ознаки, характеризується рівнем інноваційності, інституціональною структурою, механізмами функціонування.

Тому глибоке пізнання особливостей і закономірностей діяльності тієї чи іншої галузі і сфери створює сприятливі умови їх інклюзивної залученості до інклюзивного розвитку всієї національної економіки. Не випадково у контексті інклюзивності у вітчизняній науковій літературі з'явилися роботи присвячені інклюзивному розвитку міст, сільського господарства, зайнятості населення.

Із вищезазначеного можна зробити висновок, що аналіз науковцями окремих елементів інклюзивності не тільки не заперечує комплексному підходу до дослідження цієї проблеми, а навпаки, збагачує теоретико- методологічні засади (форми, методи, механізми) залученості окремих елементів до інклюзивної системи.

Перелік посилань:

1. Гесць В.М., Гриценко А.А. “Новий прагматизм як інструмент інклюзивної глобалізації” // Економіка України.- 2019 - №1. - с.3 - 15

ПРОБЛЕМИ СТАНОВЛЕННЯ МОДЕЛІ ІНКЛЮЗИВНОГО РОЗВИТКУ

Ключовою проблемою становлення моделі інклюзивного розвитку (зростання) є “примирення економічних досягнень із соціальним розвитком”. Одним із напрямів вирішення цього важливого питання є формування та капіталізація людського капіталу.

Практика розвинутих країн, вчені та дослідження науковців виділяють такі можливі шляхи капіталізації людського капіталу: підтримуюча діяльність державою і бізнесом зайнятості населення, водночас зберігаючи і нарощуючи здібності людини до праці. При цьому витрати держави на соціальну сферу підтримки зайнятості, науки, культури, освіти та охорони здоров'я не розглядається нею як “суто добродійні пожертви” як лише розподіл благ створених економікою, а розглядаються як ефективні “інвестиції в майбутнє”, як “продуктивні вкладення” до формування соціальних факторів економічного розвитку.

Важливим складовим елементом підвищення капіталізації людського капіталу є створення соціальною державою сприятливих умов для більшості громадян здобути (отримати) високоякісну освіту. При підвищенні доступності більшості громадян (всіх і кожного) до висококласної освіти і сучасних знань посилюється конкурентоспроможність всіх працівників та їх здатність до високопродуктивної праці. Що з одного боку слугує джерелом інноваційного розвитку суспільства, підвищенням рівня добробуту всіх громадян, а з другого - веде до подолання соціальної відчуженості серед людей і підвищення соціальної справедливості, що “...дозволяє розширити участь народних мас як у влади, так і в одержанні доходів, а потім і власності” [1].

В умовах моделі інклюзивного розвитку держава спрямовує свою діяльність шляхом “продуктивних інвестицій” в розвиток соціального потенціалу, підвищення рівнів та значення наукових знань, освіти, охорони здоров'я, культури, особистої безпеки громадян, екології тощо. Крім цього важливим елементом соціального розвитку є не тільки підтримка зайнятості населення, збереження продуктивності трудових ресурсів але і створення на основі інноваційних технологій і поширення якісно нових робочих місць.

З іншого боку, держава створює сприятливі умови, рівні можливості доступу всіх громадян до привабливих суспільних ресурсів, спрямована на підтримку активної соціальної мобільності через відкритість для всіх дії “соціальних ліфтів”, що дає можливість реалізувати людський капітал в різних галузях і сферах суспільного життя, в економіці політики, соціальному середовищі”.

Важливим напрямом діяльності соціальної держави також є удосконалення інституціональної складової функціонування держави, підвищення ефективності соціальних інститутів, посилення відповідальності лідерів і існуючої еліти перед суспільством підтримка організацій громадянського суспільства та їх взаємозв'язок і взаємодія з державою для вирішення нагальних суспільних проблем.

Підсумовуючи, слід зазначити, що соціальна держава, яка спрямована на розвиток соціального не лише створює для всіх рівні можливості доступу до суспільних ресурсів, накопичення та розвитку людського капіталу, розширює можливості його використання та реалізацію його потенціалу у владних структурах, корпоративному і державному управлінні, у власності розподіл доходів та підвищенні рівня життя. В цих умовах соціальна складова стає одним із ключових ресурсів інноваційності соціально- економічного розвитку суспільства.

Перелік посилань:

1. Гесць В.М. “Яке майбутнє у соціальної держави?” // Економіка України.- 2013 - №7. - с.4-20

РОЗВИТОК ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНОЇ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ

Цифрова трансформація докорінно змінює глобальне економічне середовище, зумовлюючи заміну традиційних форм комерції та створюючи можливості для нового економічного зростання. За даних умов актуального значення набуває розвиток вітчизняної електронної комерції в умовах глобальної цифрової трансформації.

Метою дослідження є визначення факторів розвитку вітчизняної електронної комерції в умовах глобальної цифрової трансформації.

Електронна комерція надає споживачам наступні беззаперечні переваги у порівнянні з традиційними формами продажу товарів: простота та швидкість здійснення замовлення, широкий вибір товарів та послуг, зменшення трансакційних витрат, економія за рахунок ефекту масштабу, зростання продажів, збільшення можливостей охоплення значної кількості потенційних споживачів та пошуку нових контрагентів, зручніші та дешевші способи проведення бізнес-операцій тощо [1].

На сьогодні у сфері електронної комерції недостатньо надати споживачеві товари за низькими цінами, або забезпечити найширший вибір товарів серед конкурентів. Дані переваги є тимчасовими та швидко нівелюються за рахунок дій конкурентів.

Досягнення цифрової трансформації в контексті електронної комерції можна використовувати в наступних випадках:

- пошук клієнтів: фірми можуть застосовувати цифрову інформацію та соцмережі, щоб залучати своїх клієнтів новими способами;
- операційні процеси: цифрові технології дають змогу досягти великих результатів в операційній діяльності на всіх етапах ланцюга вартості;
- бізнес-моделі: цифрова трансформація дає змогу розробляти абсолютно нові форми створення та отримання вартості [2].

Завдяки впровадженню інновацій вітчизняні підприємства електронної комерції здатні суттєво підвищити рівень конкурентоспроможності та мати можливість ефективно функціонувати в період перманентного підвищення рівня міжнародної конкуренції. Імплементация досягнень науки та техніки дозволяє підприємствам електронної комерції швидко та ефективно пристосовуватися до змін у зовнішньому середовищі та швидко реагувати на зміну вподобань споживачів.

Майбутнє електронної комерції пов'язують з необхідністю стратегічного бачення, що дозволить забезпечити безперебійне функціонування підприємств електронної комерції в умовах невизначеності зовнішнього середовища. При цьому центром стратегії розвитку електронної комерції стають інформаційні технології та інновації, які впроваджуються швидше за конкурентів та надають споживачам товарів та послуг кращий купівельний досвід та формують довгострокові відносини між підприємством та споживачем.

Висновок. У контексті подальшого розвитку електронної комерції в умовах глобальної цифрової трансформації постає потреба розробки алгоритмів управління ефективністю та розвитком електронної комерції в період невизначеності, пошуку та створення нових моделей електронної комерції, які б дозволили покращити її конкурентоспроможність.

Перелік посилань:

1. Смолій Л. В. Новітні тренди та перспективи розвитку електронної комерції в міжнародному бізнесі [Електронний ресурс] / Л. В. Смолій, В. С. Костюк // Економіка та суспільство. – 2021. – Режим доступу до ресурсу: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/584/560>.
3. З. Чмерук Г. Г., Краліч В. Р., Бурлакова І. А. Деякі аспекти цифрової трансформації підприємств. Причорноморські економічні студії. - 2018. - № 34. - С. 97-101.

ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ЕКОНОМІЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

Значна роль у сучасному економічному розвитку відводиться використанню інформаційних ресурсів, особливо актуальним дане питання стало з початком пандемії. Найбільшим джерелом інформації є мережа Internet, кількість користувачів якої в 2020 році досягла 4,66 млрд. людей, що на 7,3 % більше в порівнянні з аналогічним періодом минулого року [1]. За даними компанії GlobalLogic [2] у період з 2020 по 2021 українська інтернет-аудиторія збільшилася на 7 млн та на початку 2021 досягла 26 мільйонів. За останніми даними, отриманими від GlobalWebIndex, середньостатистичний інтернет-користувач сьогодні проводить майже 7 годин в день, користуючись пристроями і сервісами, робота яких залежить від підключення до інтернету. Це складає майже половину всього активного періоду людини за добу [1]. Одними із головних помічників у мережі Internet є «онлайн-сервіси» - деякі функціональні програми вузької направленості, покладені на спрощення і скорочення часу роботи з інформацією: *Buzzsumo* – надає інформацію про матеріали, якими більше всього ділились за певний проміжок часу (дозволяє провести аналіз тем, що були найбільш популярними за ключовими словами); *Creately* – дозволяє створювати діаграми (різних форм, видів, блок-схеми тощо) онлайн; *Fanpage karma* – складає щоденний детальний аналіз сторінки компанії в соціальній мережі. Сервіс показує, який час є найвдалішим для створення поста, який тип контенту користується найбільшою популярністю і відстежує активність передплатників; *Google Trends* – представляє собою інструментарій, що дозволяє порівнювати інформацію про популярні запити в пошуковій системі із фільтрацією по даті або країні (служба, зокрема, відображає динаміку інтересу користувачів до тих чи інших пошукових термінів у певну пору року та в певній географічній зоні); *Google Alerts* – дозволяє не тільки моніторити певну тематику і отримувати підбірку свіжого матеріалу по ній на пошту, але й відслідковувати згадування про певну компанію або особу; *Google Analytics 360 Suite* – надає інсайти, пов'язані з рекламою і споживачами, допомагає виявити ефективні сторони реклами; *Google Keep* – допомагає записати ідеї, коли нічого немає під рукою; *Piktochart* – надає можливість для створення інфографіки (графічні об'єкти, іконки, фони тощо) з додавання відео; *Murally* – дозволяє результати командної роботи упорядкувати із зазначенням авторства кожної ідеї; *RescueTime* – допомагає відслідковувати використання робочого часу (інформація подається у вигляді різноманітних звітів); *Realtimeboard* – дозволяє обмінюватись ідеями, упорядковуючи їх у вигляді заміток на дошці (призначений для колективної роботи); *SimilarWeb* – дозволяє швидко знаходити інформацію про сайт (популярність, трафік, місцезнаходження користувачів, ключові слова, інтереси аудиторії тощо); *SocialEngage* – проводить детальний демографічний аналіз відвідувачів сайту, дозволяючи дізнатися не тільки місце проживання, а й підлогу, вік, інтереси. За допомогою цього сервісу можна персоналізувати частину тексту в блозі, що зробить сторінку більш привабливою для читача; *Streak* – перетворює поштовий ящик gmail в систему управління взаємовідносинами з клієнтами.

Перелік посилань:

1. Сергеева Ю. Вся статистика интернета и соцсетей на 2021 год [Електронний ресурс]. – Режим доступа: <https://www.web-canape.ru/business/vsya-statistika-interneta-i-socsetej-na-2021-god-cifry-i-trendy-v-mire-i-v-rossii/>
2. GlobalLogic [Електронний ресурс]. – Режим доступа: <https://www.globallogic.com/ua/about/news/social-media-during-quarantine/>

МОНОПОЛІСТИЧНІ ТЕНДЕНЦІЇ В УКРАЇНІ

Економіка України вирізняється високим рівнем монополізації, тому важливим є аналіз позитивних і негативних рис монополістичних процесів в становленні держави та законодавчої бази з приводу їх регулювання.

Основна риса монополії – значна доля певного товару на ринку. Домінуюче положення на ринку України мають монополісти зі сфери паливно-енергетичного і агропромислового комплексу, транспорту, металургії, машинобудування, а також ринку зв'язку. Ці галузі вирізняються такими особливостями - вони або історично високо концентровані, або мають елементи природних монополій. На відміну від вищеперерахованих утворень, Антимонопольний комітет України не допускає панівне становище діяльності приватних осіб на ринку. Насамперед після перевірки підприємства задачею комітету є застосування обмежувальних заходів задля недопущення монополізації та підтримання розвитку економічної конкуренції. У статті Закону «Про захист економічної конкуренції» ці заходи можуть використовуватися для підприємств, які зловживають монополістичним становищем, створюють дискримінаційні умови для діяльності конкурентів тощо.

За даними 2016 року найбільшими монополіями України стали:

1. «ТЕДІС-Україна» - 98% дистрибуції тютюнових виробів, ця компанія виступає єдиним дистриб'ютором, з яким працюють великі українські тютюнові виробники.
2. «Авангард» - 49% ринку яєць. Були помічені АМКУ у завищенні цін на продукцію.
3. «ПриватБанк» - 60% безготівкових операцій українців проходить через його термінали.
4. «Укртелеком» - 85,23% в наданні зв'язку населенню.
5. «Ostchem» - 100% ринку аміакової селітри – різке підвищення цін перед сезоном посіва.

Монополізація має ряд позитивних та негативних наслідків, щодо негативних - монополізм стає на заваді економічній конкуренції, яка в свою чергу виконує важливу рушійну силу для економіки; установлення цін на розсуд монополіста, їх підвищення, що може спричинити значне зменшення купівельної спроможності населення; монополії пригнічують входження на ринок нових підприємств; часто відсутність технологічного розвитку; деякі монополісти обирають не вкладати гроші у дослідження, адже конкурентів на ринку немає.

Основні позитивні риси монополізації наступні: великі компанії мають можливість інвестувати в передові технології, які потребують великих фінансових витрат; зменшення безробіття через потребу у великому обсязі трудових ресурсів для компаній; зменшення витрат на виробництво через великий його масштаб дає змогу знизити ціни на товари; велика частка в структурі ВВП.

Отже, монополізація має великий вплив на економіку України. Найбільше число природних і адміністративних монополій. При домінуванні приватних осіб на ринку починає свою роботу АМКУ, який слідує за недопущенням негативних рис монополізації.

Список використаних джерел:

1. Економічна правда. В Україні монополізовано 42% ринків - голова АМКУ. Економічна правда. URL: <https://www.epravda.com.ua/news/2015/07/13/550443/>
2. 10 крупнейших монополий Украины. Sostav.ua - аналитический медиапортал о рынке рекламы, маркетинга, PR в Украине. URL: <https://sostav.ua/publication/10-krupnejshikh-monopolij-ukrainy-69791.html>
3. Антимонопольний комітет України - "Монополія неможлива без держави". Інтерв'ю Голови Комітету виданню "Рейтинг". Головна | Антимонопольний комітет України. URL: <https://amcu.gov.ua/news/monopoliya-nemozhliva-bez-derzhavi-intervyu-golovi-komitetu-vidannyu-rejting>
4. Антимонопольний комітет України – Антимонопольний комітет. Головна | Антимонопольний комітет України. URL: <https://amcu.gov.ua/>

ВИКЛИКИ ДЛЯ БІЗНЕСУ В РОЗРІЗІ ВІДКРИТТЯ РИНКУ ЗЕМЛІ

Тема є актуальною на сучасному етапі розвитку економіки нашої країни. В 2021 році відкрився ринок землі для фізичних осіб, це означає, що на даний момент будь-який громадянин України має право купувати та продавати землю, яка знаходиться у його/її власності.

В Законі прописано, що перше право викупу має той, хто цю землю обробляє, а якщо підприємство не може її викупити, то право викупу стає доступним для всіх. З одного боку, цей закон захищає аграріїв малого та середнього розміру, від того, щоб у них не викупили всю землю відразу крупніші гравці, але що відбувається зараз на практиці [1].

Після того, як орендар відмовляється від викупу землі, тому що є об'єктивна причина - ринок землі для юридичних осіб відкривається в 2024 році, то його орендодавець просить написати відмову від права на купівлю землі і тобто можливість викупу стає можливою для інших гравців ринку, які можуть викупити цю землю на фізичних осіб (обмеження 100 га на особу) [1].

З юридичної точки зору в судах вже є прецеденти вирішення таких спорів в обидві сторони, як на користь орендаря, так і на користь орендодавця, тобто в одних випадках землю залишають орендарю в розрізі договору оренди і до 2024 року, іноді змушують розривати договір оренди і відмовитись від праву викупу [3].

З економічної точки зору аграрний ринок входить в період турбулентності та невизначеності, тому що ніхто до кінця не розуміє як правильно зараз викупити землю, тому що директор підприємства, яке обробляє землю може викупити на себе, як на фізичну особу, але при цьому чи потрібно, щоб юридична особа, яка обробляє землю писала відмову від права викупу, і чи зможе власник землі потім відмовитись продавати директору, як фізичній особі, а продати іншій людині, бо відмова вже написана. Або чи можна буде признавати договори купівлі/ продажу, що були здійсненні без заяви про відмову від права викупу нікчемними та розривати їх.

Реформа, яка повинна була оживити аграрний ринок та дати більші перспективи для підприємців для інвестиційної діяльності та побудови довгострокових проєктів, створила ще більше питань [3].

Підсумовуючи все вище сказане, потрібно розуміти, що правові доопрацювання цього закону є необхідними для формалізації всіх процесів та надання відповідей на всі питання, а як результат, до економічного зростання та розвитку підприємств, які діють на цьому ринку.

Перелік посилань:

1. Закон №552-IX, прийнятий 31.03.2020 [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/552-20#Text>
2. Звіт Об'єднаний націй [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://www.un.org/esa/dsd/resources/res_pdfs/publications/ib/no8.pdf
3. Веб-сайт «Юридична газета» [Електронний Ресурс] – Режим доступу: <https://yur-gazeta.com/dumka-eksperta/zemelni-spori-sudova-praktika2020.html>

СИСТЕМИ УПРАВЛІНСЬКОГО АУДИТУ ЯК ФАКТОР РОЗВИТКУ ДЛЯ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ

Тема є актуальною на сучасному етапі розвитку економіки нашої країни. Малий та середній бізнес зараз знаходиться в тяжкому становищі: криза 2014 року та пандемія коронавірусу змінили світ та ринки, й зараз бізнесу потрібно адаптуватися та вирішувати проблеми, які утворилися.

Основним драйвером інновацій зараз є коронавірус та його вплив на МСБ. Більшість компаній перевели своїх співробітників на дистанційну роботу, хтось від цього виграв, зменшивши витрати на оренду офісі, хтось, наприклад HoReCa, досить багато втратила та зараз намагається вижити за рахунок доставок та dark kitchen [1].

Як результат співробітники стали більш незалежні і вже власник компанії не кожного співробітника бачить особисто в офісі та не досить чітко розуміє, що відбувається в компанії і це створює необхідність в розвитку та автоматизації інструментів управлінського аудиту [2].

Метою управлінського аудиту – є те, що керівник бізнесу зіставляє показники, які компанія фактично досягла з плановими. Потрібно розуміти, що мова йде не просто про економічні поняття: виручка, витрати, прибуток, а перевірка може бути ефективності роботи співробітників чи навіть рівень їх морального здоров'я, що є важливим в розрізі сучасних умов праці.

Управлінський аудит слугує для того, щоб зрозуміти чи досягаються цілі компанії в будь-якій з бажаних сфер та є досить гнучким інструментом, тому що можуть бути створенні власні метрики для перевірки та тесту в залежності від специфіки бізнесу, наприклад, гіпермаркети використовують таку метрику як дохід на квадратний метр, вона для них є досить вагомою та більш репрезентативною, ніж звичайні валові показники [4].

В кризових умовах такий контроль є необхідним для того, щоб підприємство завжди залишалось гнучким та менеджмент міг приймати рішення в залежності від мінливості зовнішніх факторів, наприклад введення нових обмежень тощо.

Для бізнесу першими кроками повинні бути – це ідентифікація метрик, які є релевантними для того ринку, на якому вони працюють, після цього розроблений механізм їх виміру та джерел інформації для створення цих показників, який департамент та в якому форматі звітує. Звісно з часом та інвестиціями всі ці процеси можна автоматизувати і в менеджменту компанії може бути дашборд з усіма показниками, який оновлюється в реальному часі, але починати потрібно з чогось простого [3].

Після того, як стане зрозумілою мапа комунікацій департаментів для збору необхідної інформації, потрібно розробити форми подачі інформації для того, щоб уніфікувати отриману інформацію і полегшити її аналіз. Управлінський аудит в сучасному форматі може допомогти менеджменту бути готовими до змін та приймати раціональні та обґрунтовані рішення.

Перелік посилань:

1. McKinsey analysis. COVID-19 and European small and medium-size enterprises: How they are weathering the storm [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.mckinsey.com/industries/public-and-social-sector/our-insights/covid-19-and-european-small-and-medium-size-enterprises-how-they-are-weathering-the-storm>
2. McKinsey analysis. Which small businesses are most vulnerable to COVID-19—and when. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.mckinsey.com/featured-insights/americas/which-small-businesses-are-most-vulnerable-to-covid-19-and-when>
3. McKinsey analysis. Building the internal-audit function of the future. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.mckinsey.com/business-functions/risk-and-resilience/our-insights/building-the-internal-audit-function-of-the-future>
4. McKinsey Working papers on risk, Number 33. Compliance and Control 2.0 [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://www.mckinsey.com/~media/mckinsey/dotcom/client_service/Risk/Working%20papers/33_Compliance_and_Control.a

ПЕРСПЕКТИВИ СТВОРЕННЯ ПІДПРИЄМСТВА З ВИРОБНИЦТВА РИБОФЛАВІНУ В УКРАЇНІ

На сьогодні в світі спостерігається тенденція до введення біотехнологічного способу одержання продуктів різних галузей промисловості. За даними ОЕСР обсяг виробництва біотехнологічної галузі зростає щорічно на 10-15% [1]. Сьогодні біотехнологія в світі піднялася на новий рівень розвитку. Про важливість біотехнології свідчить обсяг продукції біотехнологічного сектора світового ринку, що постійно збільшується. На тлі інших країн біотехнологічні успіхи України поки що незначні. [2].

Одним із продуктів, що є дуже важливим у сільському господарстві, фармацевтиці та медицині, попит на якого постійно зростає, є вітамін В₂ (рибофлавін) [3]. В Україні вітамін В₂ не виробляється. Створення підприємства з виробництва вітаміну В₂ є актуальним, оскільки за прогнозами ринок продажу вітаміну В₂ до 2026 року буде оцінюватись в 450 млн доларів і, хоча, Німеччина та Китай скоріше за все залишаться світовими лідерами з експорту рибофлавіну, виробництва України могли б цілком задовольнити потреби внутрішнього і частково вийти на ринки сусідніх європейських країн [4].

Створення нового підприємства є доцільним, оскільки в Україні наявна сировина і є відносно високий попит в сільському господарстві та фармацевтичній галузі. Вітамін В₂ отримують шляхом мікробіологічного синтезу із використанням *Eremothecium ashbyi*. До складу поживного середовища для культивування даного продуценту має входити меляса, соєве борошно та кукурудзяний екстракт [5]. Майданчиком для створення нового підприємства можна обрати місто Яготин, оскільки в Яготинському районі наявні великі посіви сої та кукурудзи. Поряд знаходиться Яготинський цукровий завод, який може забезпечити наше виробництво мелясою. Також у Яготині розвинена транспортна структура, зокрема є траса міжнародного значення та залізничне сполучення. При подальшому розширенні виробництва можливий також вихід на міжнародні ринки.

Узагальнюючи вищевикладене, можна зробити висновок, що створення виробництва вітаміну В₂ є потужним важелем у покращенні як економічної ситуації країни так і забезпеченні країни якісним продуктом для сільського господарства або фармацевтичної галузі та створенні нових робочих місць.

Перелік посилань:

- 1) Кваша Т. К. Розвиток біотехнології як пріоритетного напрямку української економіки / Т. К. Кваша, О. Ф. Паладченко / Проблеми науково-технологічного та інноваційного розвитку. – 2010. – №3. – С. 14–17.
- 2) Новіков В.П. Тенденції розвитку комерційної біотехнології / В.П. Новіков, Ю.І. Сидоров, О.В. Швед / Вісник НАН України. – 2008. – №2 – С. 25-39.
- 3) Грачова И.М. Биотехнология биологически активных веществ: Учебное пособие для студентов высших учебных заведений. / И.М. Грачова, Л.А. Иванова. – Москва: Издательство НПО «Элевар», 2006. – 453с.
- 4) Vitamin B₂ & its derivs. Imports and Exports 2019 [Електронний ресурс] : [Веб-сайт]. – Електронні дані. – World Merchandise Exports and Imports by Commodity, 2002-2019. – Режим доступу: https://trendeconomy.com/data/commodity_h2/293623 (дата звернення 26.10.2021) - Назва з екрана.
- 5) Шнайдман Л.О. Производство витаминов / Л.О. Шнайдман. – М: Пищевая промышленность. – 1973. – 443 с.

Лазебник Л.Л.,
завідувач кафедри економіки підприємства, д.е.н., проф.
Університет державної фіскальної служби України

ЗНАЧЕННЯ СОЦІАЛЬНИХ ЗВ'ЯЗКІВ ДЛЯ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Виміряти вплив особистих взаємовідносин на результативність підприємницької діяльності непросто. Це пов'язано з тим, що ці два аспекти тісно взаємопов'язані: соціальні зв'язки сприяють налагодженню бізнес-взаємодії, але в той же час бізнес-партнери часто стають приятелями або навіть друзями.

Економісти Конрад Бурхарді та Тарек Хассан вивчили історичну подію, яка відкрила нові економічні взаємозв'язки там, де раніше були можливі лише неекономічні соціальні зв'язки: падіння Берлінського муру [1]. Висновок дослідників полягає в тому, що зростання доходів домогосподарств у Західній Німеччині, які були пов'язані хоча б з одним родичем на Сході, було на шість процентних пунктів вище ніж у порівнянних домогосподарствах без таких зв'язків. Бурхарді та Хасан стверджують, що західнонімецькі сім'ї, пов'язані зі Східною Німеччиною, мали порівняльну перевагу у використанні нових економічних можливостей на Сході. Особисті відносини зі східними німцями дали їм доступ до цінної економічної інформації – інформації про умови місцевого попиту та якості східнонімецьких активів, запропонованих інвесторам. Ці вигоди від соціальних зв'язків для домашніх господарств, які мали соціальні зв'язки зі Східною Німеччиною, за розрахунками дослідників, втілились у збільшення доходу в розрахунку на душу населення на 4,6% протягом шести років.

Анна Лі Саксеніан проаналізувала біографії китайських та індійських інженерів, які емігрували до Каліфорнії у 1970-х рр.[2]. Вона виявила, що в міру того, як ці іммігранти досягли успіху у своїй особистій кар'єрі, вони почали використовувати свої соціальні зв'язки з родичами та друзями в їхніх рідних регіонах. Це дозволило їм передати на аутсорсинг важливі операції значної частини фірм Кремнієвої долини.

Наведені приклади наукових досліджень показують, що соціальні зв'язки можуть стати важливими для підприємницького успіху. Ключовий механізм полягає в тому, що особисті зв'язки дозволяють використовувати нові економічні можливості. Особисті відносини, навіть ті, які підтримуються підприємцями з неекономічних причин, часто дають доступ до інформації та надають соціальні підстави для бізнесових транзакцій. Це може мати позитивні наслідки, що виходять за рамки осіб, які безпосередньо беруть участь у транзакціях. Коли особисті та професійні зв'язки сприяють обміну інформацією та знаннями, в потенціалі можливостей це може принести користь суспільству вцілому. Проте якщо соціальні зв'язки стають засобом підприємницького відбору бізнес-партнерів за неекономічними міркуваннями, так званого «кумівства», поділу контрагентів на «своїх» і «чужих», це може призвести до неефективності.

Перелік посилань:

1. Konrad B. Burchardi, Tarek Alexander Hassan. The Economic Impact of Social Ties: Evidence from German Reunification. NBER Working Paper № 128.3 (2013): 1219-1271 URL: https://www.nber.org/system/files/working_papers/w17186/w17186.pdf
2. AnnaLee Saxenian. Silicon Valley's New Immigrant Entrepreneurs. UC San Diego Working Paper/ The center for comparative immigration studies. URL: <https://escholarship.org/content/qt88x6505q/qt88x6505q.pdf>

СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ЯК НЕВІД'ЄМНА ЧАСТИНА РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Стратегічне управління являється важливою частиною в забезпеченні довгострокової життєздатності будь-якої організації в умовах мінливості середовища та націлене на забезпечення підприємством рядом конкурентних переваг і становлення його ефективної стратегічної позиції [1], тому наразі дана тема є актуальною для дослідження та імплементації такого підходу на вітчизняних підприємствах.

Невід'ємною частиною успішного підприємства є керівники, що мислять стратегічно, планують на декілька кроків вперед та визначають вектор, в якому бажають рухатися надалі.

В умовах економічної ситуації в Україні стратегічне управління стає найважливішим інструментом для керівників вищої ланки на підприємстві. Воно дає змогу організувати діяльність підприємства на високому рівні завдяки розв'язанню поточних внутрішніх конфліктів та встановленню єдиної мети розвитку, що в результаті дає стабільне зростання ринкової вартості підприємства.

Варто розглянути і саму технологію процесу стратегічного менеджменту (рис.1) [2].

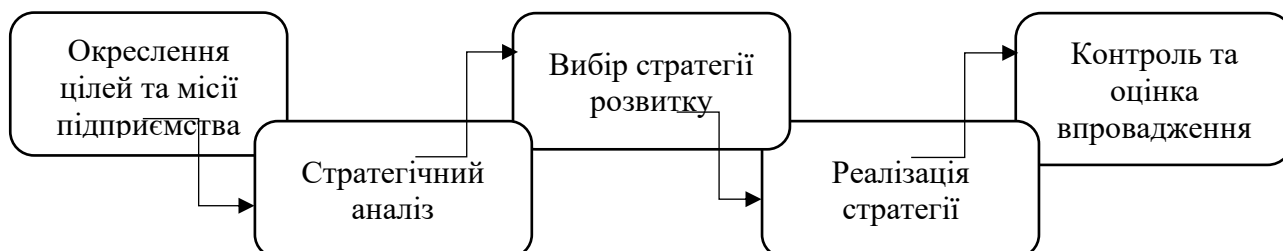


Рисунок 1. Етапи впровадження стратегічного управління.

Тож, результатом стратегічного управління є підвищення ефективності роботи підприємства, враховуючи сучасні умови та стан зовнішнього середовища. Його застосування дає можливість проаналізувати технічні, організаційні та економічні показники діяльності, і виходячи з цього, вчасно координувати розробку бізнес-планів на підприємстві.

Перелік посилань:

1. Пономаренко В.С. Стратегічне управління підприємством. – К.: Основа, 1999. – 619 с.
2. Горемикін В.А. Економічна стратегія підприємства / В.А. Горемикін, О.А Богомолов. - М.: Інформаційно-видавничий дім «Філін». – Рілант. - 2001. – 245с.

Макалюк І. В.,

к.е.н., доцент,

Чепурний Д. О.,

КПІ ім. Ігоря Сікорського,

ОПТИМІЗАЦІЙНИЙ ПІДХІД ДО ФОРМУВАННЯ СОБІВАРТОСТІ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА

В сучасних умовах неухильно зростаюча конкуренція на ринку стимулює підприємства постійно шукати нові можливості щодо підвищення конкурентоспроможності продукції, підвищення фінансової стійкості та організаційно-технічного розвитку. Один із головних показників стійкості підприємства – показник прибутковості. Прибутковість відкриває нові можливості до інвестування та розширення діяльності, модернізації технологій та виробничого процесу, мотивування працівників, вихід на нові ринки. Собівартість продукції має вирішальний вплив на прибутковість підприємства, тому оптимізація собівартості є одним із ключових завдань, вирішення якого сприятиме досягненню основної мети діяльності будь-якого господарюючого суб'єкта.

Собівартість – один із ключових показників в діяльності промислового підприємства, який демонструє величину сукупних витрат на виробництво та реалізацію продукції. Розрізняють декілька видів собівартості: за повнотою охоплення витрат, місцем їх формування, тривалістю розрахункового періоду тощо. Рентабельність продукції, фінансові показники та стан підприємства, перспективи його розвитку – все це тією чи іншою мірою залежить від собівартості та політики управління витратами.

Чи не кожен господарюючий суб'єкт прагне мінімізувати свої витрати, в т. ч. і виробничу собівартість. Шляхи досягнення цього бувають різними: зменшення витрат на матеріали та сировину, удосконалення процесу виробництва, підвищення рівня технічної оснащеності, автоматизація, що може зменшити кількість робочих місць, удосконалення організації праці, співпраця з іншими підприємствами, які можуть виконувати певні стадії виробничого процесу за цінами нижчими, аніж витрати виробничого процесу на даному підприємстві. Крім того, враховуючи сучасні тенденції розвитку економіки та виробничо-технологічних процесів, наявність інноваційних підходів та методів вирішення виробничих завдань, досить актуальними будуть шляхи зниження собівартості за умови впровадження науково-економічних інновацій на підприємстві.

Проте, в сучасній економічній науці поняття саме «мінімізації» витрат є досить однобоким і застарілим. Дуже часто для того, аби зменшити якусь одну статтю витрат, потрібно вкласти додаткові кошти в іншу. А це вже інший підхід, який полягає у оптимізації, тобто пошуку такого балансу і співвідношення, за якого при мінімальних витратах буде досягнуто максимальних результатів.

При формуванні собівартості продукції підприємства варто дотримуватися саме оптимізаційного підходу. Доцільність його застосування обумовлюється, насамперед, тим, що: 1) зменшення витрат не призведе до погіршення якісних характеристик продукції, падіння попиту та зниження, відповідно, доходів від реалізації і, як наслідок, прибутку; 2) додаткові капіталовкладення будуть економічно виправдані з огляду на стратегічні перспективи діяльності підприємства; 3) максимізація фінансових результатів іноді вимагає збільшення витрат, в т. ч. і складових собівартості (охоплення нових сегментів ринку, покращення якості продукції, збільшення класу «престижності» товару тощо).

Тому оптимізація собівартості – це досить «тонкий» процес, до якого потрібно підходити ретельно та відповідально, враховуючи всю специфіку виробництва та потенційні можливості підприємства. Він дозволяє виявити «вузькі місця» в системі управління витратами та визначити заходи щодо їх усунення. Головне правило, яким необхідно керуватися при прийнятті рішення щодо впровадження конкретних заходів у межах оптимізаційного підходу: якщо темпи зростання прибутку випереджають темпи зростання витрат, то таке рішення є виправданим та призведе до підвищення фінансових результатів діяльності підприємства в майбутньому.

ПОНЯТТЯ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ПОЛІТИКОЮ ПІДПРИЄМСТВА

Управління маркетинговою політикою підприємства, як система маркетингової діяльності включає планування, виконання та контроль маркетингової програми та індивідуальних обов'язків кожного працівника, оцінку ризиків і прибутків, а також ефективності маркетингових рішень.

Кожне підприємство, працює в умовах динамічно мінливого зовнішнього середовища та постійної зміни його зовнішніх факторів. Розпізнавання цих змін, їх аналіз та можливість адаптувати діяльність компанії до нових обставин є основним завданням управління маркетингом [1].

Маркетинг - це не низка окремих заходів, а постійний, всеохоплюючий процес адаптації до найкращих ринкових можливостей.

Управління маркетингом як процесом складається з аналізу, планування, реалізації, координації та програми контролю за всіма елементами комплексу маркетингу. Процес управління складається з таких процесів:

- аналіз ринкових можливостей;
- пошук цільових сегментів ринку;
- формування стратегічних маркетингових програм;
- реалізація та контроль програм стратегічного маркетингу.

Проте слід підкреслити, що будь-яка розвинена система, включаючи управління доходами, не дасть бажаного результату, якщо не матиме необхідних людських ресурсів. При цьому можуть змінитися не тільки її якісні параметри, оскільки розробка такої системи вимагає впровадження спеціальних комп'ютерних програм і відповідного підготовленого персоналу, але й кількісні.

На відміну від класичної маркетингової політики, яка спрямована на стимулювання попиту шляхом комерціалізації готельної пропозиції, метод управління доходами дає змогу контролювати та спрямовувати попит на готельні послуги та продукти.

В концепціях маркетингового управління власне маркетинговий процес, включає:

- аналіз маркетингових можливостей;
- розробка маркетингових стратегій;
- планування маркетингових програм (розробка системних інструментів);

Організація виконання та контролю маркетингової роботи - тісно взаємопов'язана зі стратегічним корпоративним плануванням (визначення місії компанії, визначення стратегічних бізнес-одиниць, розподіл ресурсів між ними, планування нових видів діяльності) та планування на рівні стратегічного бізнес-одиниці (визначення місії) стратегічних підрозділів, визначення можливостей і загроз, стратегічний аналіз, формулювання цілей, стратегій, програм бізнес-одиниці та контроль їх реалізації) [2, с. 257].

Отже, найскладніша аналітична, планова, організаційна робота на всіх наявних рівнях суб'єкта (корпорація, бізнес-підрозділ, структурний підрозділ) у процесі управління маркетингом в кінцевому підсумку підпорядковується формуванню та управлінню системними маркетинговими інструментами, які безпосередньо створюють вартість і набути вигода (або вигода) не тільки для споживача і суб'єкта, які досягають своїх цілей на ринку, а й для всіх учасників біржі, наприклад, суспільства, державних установ, персоналу суб'єкта, його акціонерів.

Перелік посилань:

1. Дзинько Т. Маркетинг нового покоління // [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://www.ufin.com.ua/analit_mat/sdu/076.htm
2. Чайка І. П. Сучасна концепція маркетингового управління діяльністю підприємства. Економічний аналіз: зб. наук. праць. Тернопільський національний економічний університет. - 2017. - Том 27. - № 1. - С. 257–262

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ

Сучасні суб'єкти господарювання функціонують в нестабільних і непередбачуваних умовах, що суттєво ускладнює здійснення маркетингової діяльності на підприємствах. При такій ситуації велика роль відводиться управлінню, адже маркетингова діяльність є різноплановою і потребує чіткої координації дій працівників при виконанні поставлених завдань. Варто зазначити, що при управлінні маркетинговою діяльністю на підприємствах значна увага приділяється вирішенню наступних задач: пошук цільових ринків; проведення маркетингових досліджень; розробка конкурентного продукту; формування маркетинг-міксу; вибір методів просування продукту і доведення його до споживача; встановлення ціни на товари, що пропонуються споживачам; ефективна і злагоджена робота служби маркетингу, тобто правильне планування всіх заходів маркетингу. При вирішенні задач, пов'язаних з маркетингом, важливо правильно визначити модель управління. На наш погляд, найбільш вдало дану модель представлено Коноплянниковою М.А., яка зазначає, що модель управління маркетинговою діяльністю підприємства – це сукупність певних суб'єктів та об'єктів, а також методів і інструментів управління, які спрямовані, у процесі взаємодії між собою, на ефективну маркетингову діяльність [1, с.333]. Оскільки суб'єкти господарювання функціонують в нестійкому ринковому середовищі, виникає необхідність удосконалювати та розробляти нові підходи до управління маркетинговою діяльністю. На рис. 1 представлені підходи, які найбільше використовуються вітчизняними підприємствами [1, с. 335].

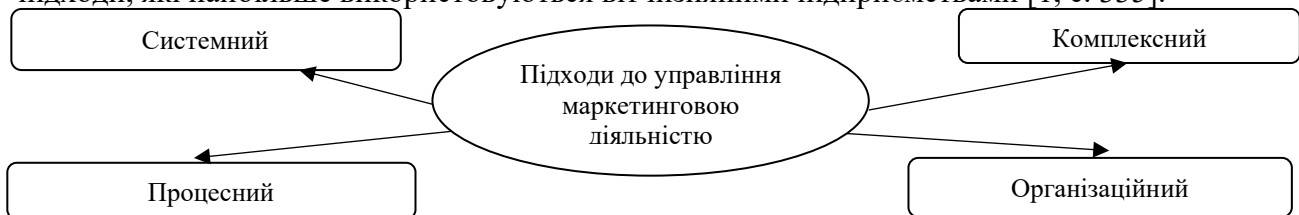


Рис. 1. Підходи до управління маркетинговою діяльністю [1].

В основі системного підходу лежить розгляд проблем як єдиного цілого, як системи. Комплексний підхід в управлінні передбачає одночасну розробку різних аспектів управління маркетингової діяльності в їх взаємозв'язку. Процесний підхід базується на тому твердженні, що всі процеси в маркетинговій діяльності є взаємно пов'язаними. Організаційний підхід пов'язаний з управлінням персоналом служби маркетингу. Різноманітність підходів до управління маркетинговою діяльністю дає можливість запровадити оптимальні підходи, використання яких допоможе реалізувати пріоритетні завдання, при цьому враховувати особливості діяльності конкурентів. Варто зазначити, що ефективність управління маркетинговою діяльністю напряду залежить від дотримання підприємствами основних принципів маркетингової діяльності, а саме інноваційного підходу, програмно-цільового управління, орієнтацією на попит, поєднанням методів кількісного та якісного аналізу ринку, єдністю інформаційного і фізичного маркетингу та інших. [2, с. 196-197]. Таким чином, реалізація правильно організованого процесу управління маркетинговою діяльністю, яке відзначається зазначеними особливостями, дозволить підприємствам досить успішно функціонувати у нестійкому ринковому середовищі країни.

Перелік посилань:

1. Коноплянникова М.А. Управління маркетинговою діяльністю: поняття, принципи, підходи / М.А. Коноплянникова // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2017. – № 17. – С. 332–336.
2. Рзаєв Г. І., Корольчук І. І. Управління маркетинговою діяльністю підприємства та напрями її удосконалення / Г.І. Рзаєв, І. І. Корольчук // Економічні науки. – 2019. - № 5. – С. 195-198.

СТРАТЕГІЧНЕ ПЛАНУВАННЯ ЯК ОСНОВА СТАЛОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

В сучасних умовах господарювання жодне підприємство не зможе забезпечити своєї конкурентоспроможності у довгостроковій перспективі не здійснюючи ефективне та виважене стратегічне планування та стратегічне управління своєю діяльністю.

Зважаючи на все більше ускладнення суспільної діяльності, проникнення ринкових механізмів у всі сфери суспільного життя, в тому числі і у сфери державного та регіонального управління, посилення процесів децентралізації та демократизації управління, виважене, обґрунтоване та дієве застосування стратегічного управління та стратегічного планування є однією з важливих умов забезпечення сталого розвитку підприємства. [1]

Процес стратегічного планування посідає центральне місце в системі стратегічного управління. Більшість західних і східних фірм використовують стратегічне планування для того, щоб змінити себе, вийти з безнадійних ситуацій, які сформувались зовні та в середині підприємства. [2]

Розробляючи систему стратегічного планування, кожне підприємство обирає для себе найприйнятнішу схему, яка, з одного боку, являє собою перелік необхідних формальних процедур, для виконання яких потрібні знання фахівців, а з іншого - передбачає поєднання елементів творчості зі здоровим глуздом керівників, які не дуже схильні витрачати час на витончені процедури планування.

Говорячи про стратегічне планування як інструмент забезпечення сталого розвитку підприємства, слід виділити основні риси, які мають бути покладені в основу його розуміння та здійснення для забезпечення ефективності цього процесу. [3]

Отже, завдяки аналізу поняття стійкого розвитку і дослідженню його складових та основних інструментів реалізації стає можливим використання теоретичних основ забезпечення стійкого розвитку на практиці, пристосовуючи їх до конкретних підприємств промисловості.

Для цього потрібно:

- забезпечити проведення стратегічної екологічної оцінки основних управлінських рішень;
- забезпечити поліпшення інвестиційного клімату підприємства та запровадити заходи заохочення іноземних і вітчизняних інвесторів вкладати кошти з наданням пріоритетності інвестиціям, спрямованим на реалізацію цілей стратегії;
- посилити наукову обґрунтованість рішень у сфері забезпечення сталого розвитку підприємства;
- розробити та впровадити у статистичну звітність індикатори сталого розвитку.

Стратегії розвитку мають бути гармонізованими зі стратегією та планом дій зі сталого розвитку.

Перелік посилань:

1 Пасічник В. Г. Планування діяльності підприємства: 2005 – 255 с. «Управління сталим розвитком сучасного підприємства».

1. Стратегічне планування як основа сталого розвитку підприємства Електронний ресурс [Електронний режим доступу] -<http://www.economy.nauka.com.ua>,

2. Електронний науковий журнал «Траєкторія науки», 95 (3), С. 31-48 [Електронний режим доступу] - Available at: <https://pathofscience.org/index.php/ps/article/download/50/100>

МЕТОДИ ОЦІНКИ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВА НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ

Сучасна економіка пред'являє нові вимоги до ефективності функціонування підприємств, що є результатом реалізації прийнятої фірмою конкурентної стратегії і проявляється через забезпечення та реалізацію конкурентних переваг підприємства і виробленого продукту [1]. Конкурентна перевага являє собою ексклюзивну цінність, що виокремлює нас на ринку і допомагає задовольняти потреби споживачів краще, ніж аналогічні компанії. Визначення та оцінка конкурентних переваг підприємства на міжнародному ринку як невід'ємного елементу його діяльності необхідні, в першу чергу для розробки заходів по підвищенню забезпечення конкурентних переваг, вибору контрагентів для спільної діяльності, складання програми виходу підприємства на нові ринки збуту, здійснення інвестиційної та інноваційної діяльності.

Узагальнюючим показником ефективності формування та забезпечення конкурентних переваг діяльності підприємства є прибутковість господарської діяльності та стійкі позиції на ринку. Аналіз економічної літератури з даної проблематики [2, с. 212] свідчить про неоднозначність методичних підходів дослідження конкурентних переваг, які обумовлюють множинність використовуваних методик оцінки, що переважно носять економічний характер. Слід виділити методи оцінки конкурентних переваг підприємства на міжнародному ринку: аналітичні (рейтингова оцінка на основі частки ринку, оцінка на основі споживчої вартості, оцінка на основі теорії ефективної конкуренції, ринковий скоринг); матричні (матриця Бостонської консалтингової групи, модель «Привабливість ринку – переваги конкуренції», матриця Портера, ADL / LC, GE Мак-кінсі, Хофера/Шендела); графічні (багатокутник конкурентної маркетингової стратегії, SPACE-аналіз, VRIO, аналіз ключових факторів успіху) [3].

Рівень забезпечення конкурентних переваг знаходить відображення в інтегрованому показнику вартості підприємства. Саме за динамікою цього показника керівники компанії можуть зробити комплексний висновок про правильність прийнятих управлінських рішень і ефективності управління бізнесом. Забезпечення конкурентних переваг підприємства – це багатоаспектне поняття, що формується комплексом чинників, які повинні не тільки відображати поточний стан, а й прогнозувати стан підприємства в майбутньому для досягнення нею стратегічних завдань, повернення вкладених коштів, підвищення ринкової вартості компанії.

Перелік посилань:

1. Артеменко Л. П., Ганштель В. Унікальні конкурентні переваги продуктів швидкого харчування // Актуальні проблеми маркетингового менеджменту в умовах інноваційного розвитку економіки [Електронне видання] : Матеріали VIII Міжнародної наук.-практ. конф. здобувачів та молодих вчених (Луцьк, 26 березня 2021 р.) / відп. ред. Войтович С.Я. Луцьк : ІВВ Луцького НТУ, 2021.- С. 53-54.
2. Цибульська Е. І. Конкурентоспроможність підприємства : навч. посіб. для студентів, які навчаються за спец. 051 – Економіка. Харків : Вид-во НУА, 2018. 320 с.
3. Артеменко Л.П. Управління конкурентоспроможністю промислового підприємства: конспект лекцій [Електронний ресурс]: навчальний посібник для студ. 073 «Менеджмент» / КПІ ім. Ігоря Сікорського. – Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2020. – 180 с.

ТЕХНОЛОГІЧНИЙ ТА ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ПІДПРИЄМНИЦТВА КНР

У сучасному світі в умовах глобалізації перед країнами ставиться завдання забезпечення конкурентоспроможності національної економіки. Країни, які здійснюють свою політику в напрямку розвитку економіки знань та інновацій, демонструють свою ефективність і високі темпи економічного розвитку.

За роки незалежності рівень розвитку підприємницької інноваційної діяльності в Україні суттєво знизився і продовжує погіршуватися. Однак у той же час феноменальні досягнення Китайської Народної Республіки (КНР) протягом останніх 30 років у сфері здійснення економічних реформ, зростання обсягів зовнішньої торгівлі, золотовалютних запасів, підвищення обсягу виробництва понад 30 основних видів сучасної індустріальної та науково-технічної продукції поставили Китай в центр уваги всього світу.

Для Китаю головною ціллю виступає реалізація стратегії інноваційного розвитку на основі нової моделі, факторами якої виступають інновації, науково-технологічний прогрес та знання. Саме тому позитивна практика КНР є досить актуальною для України у контексті подолання кризових явищ в економіці та подальшого стабільного розвитку.

Незважаючи на певне зниження темпів приросту ВВП КНР в останнє десятиріччя, середній показник в період до 2020 р. становив не менше 6%, Китай досяг помітних результатів в економіці, соціальній сфері та науці, а за темпами приросту китайської економіки країна посідає 1-е місце в світі.

За даними Світового банку, 21% експорту всієї високотехнологічної продукції у світі припадає на Китай (США – 13%). За обсягами використання «зелених технологій» КНР вийшла на перше місце у світі. Для організації сучасних високотехнологічних виробництв в країні створена своя «Кремнієва долина», функціонують 53 зони наукомістких галузей та більше 70 науково-технічних зон для фахівців, які отримали освіту за кордоном.

В умовах спаду потенційного економічного зростання, а також на тлі високої невизначеності у зв'язку з епідемією КНР формує нову концепцію розвитку. Фокус у підприємстві переміщається на такі важливі сфери, як просування високоякісного розвитку, регулювання та оптимізація економічної структури. Основна увага приділятиметься економічній збалансованості та якості розвитку, що лягли в основу 14-ої п'ятирічки (2021-2025pp.) [1]. Передбачена нова структура розвитку китайської економіки, заснованій на подвійній циркуляції, яка окреслює внутрішній і зовнішній контури економічної діяльності. При цьому упор робиться на розвиток саме внутрішнього споживання, створювання нових точок зростання внутрішнього попиту та побудові потужного внутрішнього ринку, що уможливлуватиме забезпечення взаємодії внутрішнього і міжнародного економічних циклів».

Стратегія подвійної циркуляції стане основною лінією в середньо- та довгостроковому розвитку китайської економіки, у тому числі під час просування урбанізації нового типу та інфраструктурного будівництва, підтримки розвитку малих та середніх підприємств.

Отже, прагнучи стати глобальним гравцем на ринку високотехнологічної продукції, КНР здійснює активний перехід від інвестиційної економіки до високотехнологічної креативної економіки знань, створює найбільший споживчий ринок у світі.

Перелік посилань:

1. Лю ЛЮ. 14-та п'ятирічка – що нового? Журнал «Україна-Китай», Випуск № 1(21), 2021. – с.72-73. – Режим доступу до журн.: <https://sinologist.com.ua/lyu-lyu-14-ta-p-yatyrichka-shhono-novogo/>.

ECONOMIC SITUATION OF JSC “IMPERIAL TOBACCO PRODUCTION” AND INVESTMENT PROCESSES OF THE ENTERPRISE

The topic is relevant at the present stage of economic development of our country. The main activity of my chosen company is the production and sale of tobacco products. The portfolio of JSC "Imperial Tobacco Production" today has almost 50 items.

Based on the estimates of independent research organizations in the market of tobacco products in Ukraine, the company's share is 13%. The main purpose of the company in the market - to make a profit.

According to the State Statistics Committee, as of the beginning of the 4th quarter of 2021, the volume of legal tobacco production in Ukraine is rapidly declining, while there is a gradual increase in the share of illicit tobacco trade, which currently accounts for about 12% of the market. I consider the unpredictable tax and regulatory policy on the market to be the main problem that allows the share of illegal trade in tobacco products to develop.

Covid-19 and the implemented quarantine restrictions have greatly affected the company's activities. During 2020, remote work of employees was organized. Based on this, it was necessary to rearrange the existing business processes, as well as to develop and implement new organizational processes that are adapted to remote work. Looking at the new business processes of the enterprise, it became necessary to invest in projects that will allow the company to work effectively in conditions of quarantine restrictions. Implemented lockdowns had a very negative impact on sales of the company's products, which in turn affected the company's financial results.

Net income from the main activity (sales) for 2020 is UAH 8,783 million. The cost of sales amounted to UAH 8,188 million. Gross profit from operating activities amounted to UAH 595 million. According to the results of deducting all costs of the enterprise (administrative, sales, other operating income and expenses, other income and expenses) JSC "Imperial Tobacco Production" received such a financial result as a loss of UAH 3 million. As of December 31, 2020, the company's equity amounted to 270 million .uah, which for JSC "Imperial Tobacco Production" is a negative indicator.

In 2020, the company did not carry out financial activities by investing in financial instruments, shares of other companies, or other assets.

REFERENCES:

1. Official website of the State Statistics Service of Ukraine. Mode of access to information: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
2. Official website of Imperial Tobacco Production JSC. Mode of access to information: <http://imperial-tobacco.com.ua/>
3. Annual reporting of JSC "Imperial Tobacco Production" as part of the financial statements and management report for 2020. Mode of access to information: <http://imperialtobacco.com.ua/content/uploads/files/2020-itu-financial-statements-auditors-report-management-report-ukr.pdf>

Pohrebniak A.

PhD

Harchenko A.

Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute

DIGITALIZATION AND DIGITAL TRANSFORMATION OF THE ECONOMY

In today's world, especially given the pandemic data, it is appropriate to reduce the number of services provided by the special and mandatory presence of people in a particular provision or other service. Now, more than ever, the question of global digitalization and digital transformation in the process of any enterprise.

Digitalization is a recognized mechanism of economic growth due to the ability of technology to positively affect the efficiency, effectiveness, cost and quality of economic, social and personal activities. The essence of digitalization can also be described as the integration of digital technologies into everyday life of society by digitizing everything that can be digitized. Digitization means computerizing systems and workplaces for greater ease and accessibility. ”

Digital transformation is the introduction of modern technologies into enterprise processes. This principle includes not only the installation of new equipment or modern software, but also fundamental changes in the approach to corporate culture, management, external communication. As a result of the productivity of each employee and the level of trust and satisfaction of students who are learning, and the company acquires a reputation as a progressive and modern organization.

The main digital transformation is a complex process of studying the client, its detail, as well as the optimization of the process to make it as convenient and intuitive as possible for customers.

According to the report of the World Economic Forum (WEF) for 2019, Ukraine took 60 positions among the 100 countries of the world for the level of technology and innovation development. With a balance of two indicators - the structure of production and driving production - in Ukraine 70 and 59 places, respectively¹². That is, Ukraine belongs to the group that lags behind. All of Ukraine's neighbors - Russia, Belarus, Poland, Romania, Hungary - are far ahead.

Currently, among the industries that are actively developing in the direction of digitalization and digital transformation are telecommunications companies. Most services that are not provided by an individual, customers have several options for remote resolution of any issue. A large database of digital data allows you to use the services of all necessary customers and operations through a convenient mobile application, where the customer, without the help of anyone, can get their services or change the terms of service, tariffs and more. In case of problems, telecommunication companies have call centers that can work faster and more professionally due to the digitalization of the enterprise.

According to Ukrainian experts, there are two divergent trends in Ukraine. The first is that for low other characteristics (share of online trade, presence in the organization) Ukraine lags behind almost the entire site. Experts explain this state of affairs by the fact that a number of digitalization processes in the Ukrainian economy began much later than in European countries, and this delay is still observed.

The second trend is expressed in the fact that the indicators of penetration (coverage) of the Internet (both stationary and mobile) in the daily life of Ukrainians do not lag behind similar indicators of some EU countries, such as Poland.

Eurostat shows that 93.4% of the population in Ukraine uses the Internet.

The transition to global digitalization and digital transformation is not easy, but Ukraine, along with other world processes, is actively moving in this direction and will develop for the example of telecom companies, this process has already begun, and successful examples of digitalization and digital transformation can be seen. »,« Monobank »,« My Vodafone »,« Helsi ».

For Ukrainian digitalization are associated with serious challenges, which are issues of formation of the digital economy for Ukraine, issues of its national security and competitiveness in the world market, as well as issues of standard and quality of life of the population of Ukraine.

ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ МОТИВАЦІЇ ПРАЦІ ПЕРСОНАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Сьогодні одним із дуже важливих тем є підвищення ефективності мотивації праці персоналу на підприємстві. Тому що, більшість підприємців, вже не знають як можна якісно мотивувати своїх працівників, а точніше, затримати їх на своїх робочих місцях. Якщо говорити, про мотивацію персоналу то, – це створення сприятливих умов і стимулів, які спонукають співробітників працювати з більшою самовіддачею, з націленістю на якість і результат. Тож, важливість цієї теми ніхто не зможе заперечити.

Мотивація праці персоналу тісно пов'язана з підвищенням ефективності праці на підприємстві. Так як, це впливає на підвищення якості виконуваної роботи і продуктивності компанії в цілому. Довгострокове співробітництво з кращими працівниками (зниження плинності кадрів), ми теж можемо віднести до підвищення ефективності праці, тому що, ми не втрачаємо час та гроші, на пошук нових робітників.

Грамотний підхід до мотивування може дати багато переваг. Одним із них є формування позитивної і доброзичливої атмосфери в колективі. Другим є підвищення лояльності і відповідальності з боку персоналу та формування стійкої корпоративної культури.

Є два основні види мотивації персоналу, це пряма та непряма мотивація. Прямий тип мотивації поділяється на матеріальний та нематеріальний вид. Матеріальний стимул – це премії, фінансові бонуси, путівки та інші грошові заохочення які можуть бути. А нематеріальний стимул – це налагоджена робота в команді, гарні умови до праці (в плані приміщення, їдальні, місце для відпочинку та праці), тощо. Непряма мотивація більш впливає на комунікацію та атмосферу в роботі та в команді. Крім цих двох видів можна виділити соціальну, психологічну, кар'єрну та освітню мотивацію.

На даний момент більшість молодих людей цікавить непряма, соціальна, кар'єрна та освітня мотивація. Тому що, сьогодні ми хочемо розвивати soft навички, які є актуальнішими за hard навички. Тож, якщо спеціаліст хоче розвиватися, як професіонал, він надає перевагу сучасній компанії націлений на розвиток матеріальних та нематеріальних стимулів. Буде добре якщо підприємства матимуть це на увазі та сприяти покращенню як своїх робітників так і своєї компанії.

На сьогоднішній день, ми маємо такі проблеми, як утриманням працівників на робочому місті. Чому це пов'язано з мотивацією? Чому більшість людей часто змінюють місце роботи ? На разі актуально звертати увагу на наявність у суспільстві трьох поколінь, X, Y, Z. Більша кількість людей, яка звільнюється сьогодні, це є Y та більш молоде покоління Z. Так як, це молоді покоління компанії тільки звикають до них в плані мотивації. Щоб мотивувати, ці два покоління треба не тільки спиратися на матеріальні блага, але й на нематеріальні. Коли в людини не має мотивації, немає ні якісної роботи, ні якісного виробництва, ні якісної віддачі до роботи. Y та Z дуже пов'язані з цими проблемами. Тому до них потрібно відноситись вкрай уважно.

Успішні іноземні компанії часто експериментують зі способами мотивації своїх співробітників. В одній з найбільших компаній у сфері оренди житла, Airbnb, співробітникам дозволяється брати з собою на роботу невеликих собак і морських свинок. Керівництво вирішило, що ефективність праці суттєво зросте, якщо персонал не буде хвилюватися за своїх вихованців і зможе повністю зосередитися на роботі.

Отже, підвищення ефективності мотивації праці персоналу на підприємстві є одним із важливих аспектів на підприємстві, як в фінансовому плані так і в якості праці. При правильній мотивації компанія та її працівники можуть розвиватися та розвивати один одного. Крім класичних фінансових стимулів є також багато нематеріальних способів підвищення ефективності працівників. Успішне впровадження системи мотивації залежить від балансу між двома цими підходами.

**LACK OF INNOVATIVE ACTIVITY IN NON-ENTERPRISES OF UKRAINE,
CAUSES AND CONSEQUENCES**

The problem of innovative activity of domestic enterprises is very relevant today. After all, the most productive implementation of innovation is the foundation for the development and economic prosperity of any country. In conditions of fierce competition, foreign enterprises displace domestic ones precisely because of the lack of innovation and non-scientific research, which in turn leads to a decrease in the role of production and an increase in the role of trade. Examining this issue, it is necessary to note what innovation is. Thus, innovative activity is an activity aimed at the use and commercialization of the results of research and development and determines the release of new competitive products on the market. That is, it is a necessary component of any enterprise to maintain competitiveness in both domestic and global markets. The share of enterprises that actively pursue it characterizes innovative activity of any country. It should be noted that in Ukraine this indicator from 1995 to 2018 decreased from 26% to 16%[1], while in developed countries it ranges from 50-70% (70% or more is typical for such highly developed countries as Germany, Japan, France). Of course, 16% is not enough to make an innovative breakthrough in the national economy.

The main problems that constrain the innovative activity of domestic enterprises:

- Insufficient resources, lack of experience and theoretical basis for proper and effective use of innovations and intellectual achievements in conditions of fierce market competition;
- Insufficient support from the state (unavailable loans, lack or imperfection of benefits to national producers, lack of favorable conditions for the resumption of innovation, reduction of innovation potential due to lack of funding, lack of budget funds for innovation activities of economic entities);
- Lack of markets for Ukrainian producers who are forced to sell their products at a price below cost, which leads to unprofitability and degradation of industrial production (one of the reasons was the loss of the Russian market and the signing of Ukraine's Free Trade Agreement with the EU[2],[3]). provides for the establishment of quotas on Ukrainian products imported into the Eurozone, but the minimization of quotas in relation to the European Union, leads to the displacement of Ukrainian products in Ukraine);
- not the competitiveness of a large number of products of domestic enterprises, which leads to their gradual displacement and increase of foreign ones, which can be made from raw materials imported from Ukraine at a "low" price, but sold at a high margin. A striking example is Ukrainian wheat sold for 0.15 cents per kilogram to Italy (source UN Comtrade Database 2016), which makes crackers and croutons from it, which cost \$ 3 per kilogram).

Thus, after researching and analyzing this issue, we can conclude that Ukraine, a country with extremely large intellectual potential and large reserves of various resources, due to incompetent and careless leadership, which puts the interests of the state at the forefront, does not allow it to develop innovatively, a clear confirmation this is the number of enterprises that ceased to operate - 11% from 2010 to 2019 (27% from 2010 to 2012) [3]. Now, in the conditions of the world crisis, a total and state-of-the-art renewal of all branches of industry is needed, and the most important thing is the state's support for domestic production for the economic development of Ukraine.

References:

1. State Statistics Service of Ukraine: statistical information [Electronic resource]. - Access mode: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
2. Ministry of Economic Development, Trade and Agriculture of Ukraine [Electronic resource]. - Access mode: <https://me.gov.ua/?lang=uk-UA>
3. Official web-portal of the Parliament of Ukraine: (Vidomosti Verkhovnoi Rady Ukrainy (VVR), 2002, № 36, p.266) [Electronic resource]. - Access mode: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/main/index>

РЕФОРМА ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ. ПОРІВНЯННЯ З ДОСВІДОМ ГРУЗІЇ

Актуальність цієї теми полягає у тому, що на сьогоднішній день відбувається дуже велика кількість реформ, які покращують життя країни, до яких відносять: земельну та медичну реформу, децентралізацію, реформу державного управління та реформу “Ефективні державні підприємства”, тому також не можна забувати про основну складову економіки - бізнес. Одною з головних умов ознак бізнесу - є простота його ведення.

За індексом легкості ведення бізнесу Світового банку на 2020 рік Україна займає 64 місце у світі, поряд з нею знаходяться такі країни, як: Саудівська Аравія, Індія, Пуерто-Рико (у якій був дефолт у 2016 році), Бруней Даруссалам. Проаналізувавши дану статистику, ми бачимо, що основна проблема знаходиться в 3 напрямках: підключення до системи енергопостачання (128 місце); банкрутство (146 місце); оподаткування (74 місце) [1]. Щоб дослідити які саме реформи потрібні Україні, нам потрібна позитивна та негативна практика реформ іншим країн. Ми розглянемо економічні реформи Грузія та її “економічне чудо”.

Грузія це дуже гарний приклад для України, як країна, яка вважалася осередком корупції та злочинного світу, за пару років перетворюється у демократичну країну з економікою, що розвивається. У 2007 року вона підіймається на 75 місць (з 112 на 37 місце в світі). Через рік вона посідає 18 місце (-19 місць), і на 2020 рік вона підкорила 7 місце (2 країна зі 181 з легкості реєстрації підприємств), а її сусідами у рейтингу є США, Англія, Норвегія [1].

Перш за все міністр економіки Каха Бендукідзе провів ряд реформ:

зменшив кількість ліцензій та дозвільних процедур (з 1000 до 140); вніс зміни у податкову систему: зменшив кількість податків (з 22 до 4), ПДФО до 12%, кількість митних тарифів (залишилося 3 з 16); прийняв акт “Економічної свободи”(забороняв державі будь-які незаконні дії, скасував нагляд за цінами); прийняв закон “Про вільну та конкурентну торгівлю”; провів приватизацію більшості державних компаній; амністував усі податкові злочини попередніх років [2].

Деякі реформи Україна вже позичила у Грузії та почала виконувати, а саме:

приватизація державних підприємств, що почалася 2019 році, та податкова амністія, що стартувала з 1 вересня 2021 року. Але нам також є ще, що можна “взяти” у Грузії, наприклад зміни у податковому законодавстві, які б дали можливість збільшити кількість платників податків та трішки детінізувати економіку країни.

Висновок: щоб покращити фінансове становище країни та вивести Україну до провідних країн світу, потрібно вивчити найбільш успішний досвід розвинутих країн та зробити велику кількість реформ, що можуть бути приголомшливими для населення, але результативними у довгій перспективі.

Перелік посилань:

1. Ease of doing business [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.doingbusiness.org/en/rankings>.

2. Спіфанцев А. Аналіз грузинських реформ. Чи застосовні вони у Росії? // Агентство політичних новин. 18.01.2011. - <http://www.apn.ru/publications/article23547.htm>

ІНВЕСТИЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ХІМІЧНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ

Рівень хімізації є загальновизнаним критерієм суспільно-економічного розвитку. У 27 країнах Євро Союзу та у Великобританії працює 28 000 компаній у хімічній галузі, що становить 1,4 % від загальної кількості підприємств у виробничому секторі. Рівень інвестицій у хімічну промисловість становить 14 %, що набагато перевищує середній виробничий показник у виробничому секторі [1].

В Україні хімічна промисловість є одним з ключових секторів економіки, в якій працює понад 1600 підприємств та структурних підрозділів. Інвестиції в хімічну галузь в Україні також становлять значну частину у структурі промислового інвестування (рис. 1), і складає 8,5 %, займаючи третє місце (опереджають харчова промисловість та металургія)[2].

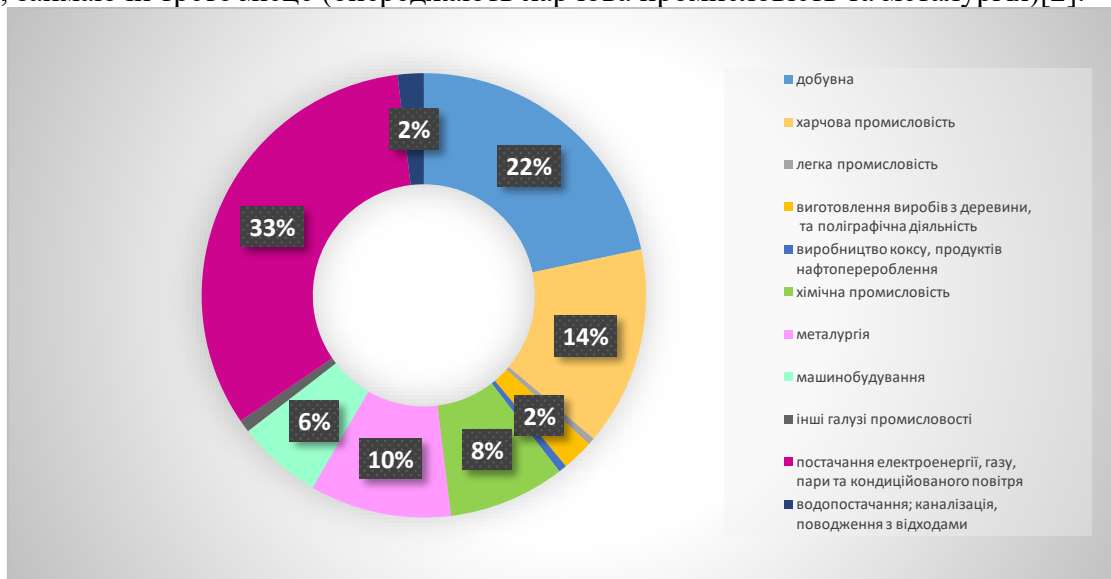


Рис. 1 – Інвестиції за видами промислової діяльності

Хімічна промисловість є перспективним сектором у національному господарстві України, але не використовує свій виробничий потенціал на повну. Залежність від імпортової сировини, енерго- та ресурсомісткість, монополізація вироблення стратегічної продукції, недостатня ємність внутрішнього ринку для споживання продукції хімічного комплексу та малий обсяг капітальних вкладень – дані проблеми потребують інвестицій, але в той же час «відлякують» інвесторів. Тому інвестиційний клімат у галузі є нестабільний.

Перелік посилань:

1. Our Contribution To EU Industry: (Eurostat SBS Database and Cefic analysis 2020) [Електронний ресурс] /Mocef Hadhri// The European Chemical Industry Council – 2020. - № 40. – Режим доступу до статті: <https://cefic.org/a-pillar-of-the-european-economy/facts-and-figures-of-the-european-chemical-industry/our-contribution-to-eu-industry/>
2. Пріоритети інвестиційного забезпечення структурних реформ у промисловості України. – К.: НІСД, 2014. – 57 с.

ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ УПРАВЛІННЯ РЕСУРСНИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА

Сучасна глобальна економіка відрізняється збільшенням ступеня нестабільності параметрів зовнішнього середовища і схильна до циклічних коливань різного характеру. Невипадково цільові стремління підприємницьких структур все більшою мірою спрямовані на забезпечення довгострокової стійкості, а не тільки на максимізацію прибутку.

Стійка динаміка розвитку бізнесу в умовах нестабільного зовнішнього середовища залежить від результатів раціонального управління та наявних у нього ресурсних можливостей, і від здатності підприємницької структури проводити цілеспрямовану діяльність з виробництва та відтворення компетенцій організації, які не можуть бути придбані в готовому вигляді на ринку. Саме комплекс цих факторів формують ресурсний потенціал стійкості бізнесу.

Ресурсний потенціал підприємства – це сукупність ресурсів підприємства, які є у його розпорядженні або можуть бути залучені для створення товарів, виконання робіт чи надання послуг з метою максимального задоволення потреб споживачів та підвищення конкурентоспроможності підприємства на ринку. На нашу думку, структура ресурсного потенціалу повинна містити такі складові: потенціал матеріальних ресурсів, трудовий, фінансовий та інформаційний потенціал і потенціал основних фондів (три складники виробничого фонду). Саме така структуризація уникає проблеми дублювання сутності та функцій тієї чи іншої складової ресурсного потенціалу.

Управління ресурсним потенціалом підприємства – це безперервний, динамічний, цілеспрямований процес, який полягає у впливі суб'єкта управління ресурсним потенціалом на об'єкт на основі застосування функцій, принципів, методів і процедур управлінського характеру, з метою досягнення ефективнішого залучення, використання та розвитку ресурсного потенціалу підприємства [1].

На нашу думку, основними етапами проведення оцінки ефективності управління ресурсним потенціалом підприємства мають бути:

1. Визначення цілей і мети, вибір методів, принципів, методики та часового діапазону оцінки;
2. вибір виконавців та термінів проведення оцінки;
3. збір та обробка інформації;
4. оцінка наявності, складу та структури визначених складових ресурсного потенціалу підприємства та аналіз особливостей управління ними;
5. визначення та розрахунок показників ефективності використання складових ресурсного потенціалу підприємства.

Отже, в існуючих умовах обмеженості ресурсів успішний результат діяльності будь-яких суб'єктів господарювання залежить від здатності раціонально використовувати існуючі ресурси, від вміння ефективно управляти їх ресурсним потенціалом. Саме тому, питання дослідження особливостей управління ресурсним потенціалом та пошуку шляхів підвищення ефективності цього управління для забезпечення сталого розвитку є досить актуальним.

Перелік посилань:

1. Кобцов Н.В., Тюленєва Ю.В. Шляхи підвищення ефективності управління ресурсним потенціалом в кондитерській галузі. Вісник НТУУ "КПІ". 2015. № 9. URL: ape.fmm.kpi.ua/article/view/41658

РОЛЬ МІЖНАРОДНОЇ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА У ПРОЦЕСІ ІНТЕРНАЦІОНАЛІЗАЦІЇ

Тема є актуальною, адже глобалізація, цифровізація сприяють активному виходу компаній на міжнародний ринок. Специфіка міжнародних відносин вимагає специфічного застосування маркетингових інструментів та розробки відповідної стратегії.

Формування міжнародної маркетингової стратегії є однією з функцій міжнародного маркетингу. Вчені запропонували багато визначень міжнародного маркетингу. Наприклад, П. Гаурі та Ф. Катеора, Л. І. Матвейчук, Є. Ф. Жуков визначають міжнародний маркетинг як:

- здійснення підприємницької діяльності, що спрямовує потік продукції та послуг компанії до споживачів у більш ніж в одній країні для отримання прибутку [1];
- діяльність міжнародних фірм, сфера виробництва та комерційна діяльність яких поширюється на зарубіжні ринки [2];
- маркетинг товарів та послуг за межами країни, де знаходиться компанія [3].

Компанії та організації, які планують ефективно конкурувати на світових ринках, потребують чітко сформульованої міжнародної маркетингової стратегії, яка ґрунтується на глибокому розумінні ринків, на яких компанія буде представляти свою продукцію.

Специфіка такої стратегії полягає в тому, що вона набагато більша та складніша, ніж звичайна маркетингова стратегія. Відповідно до її особливостей впливає, що завдання міжнародного маркетингу полягає у забезпеченні того, щоб будь-яка міжнародна стратегія мала основу з ретельного дослідження, розуміння та точної оцінки того, що потрібно для досягнення конкурентної переваги.

Міжнародний бізнес – це процес планування, організації, та керівництва міжнародної діяльності з метою досягнення цілей, встановлених у раціональному та економічному використанні наявних ресурсів [4].

Роль міжнародної маркетингової стратегії при реалізації бізнес-проекту підприємства на міжнародному ринку визначається у тому, щоб допомогти компаніям зростати на міжнародному ринку в довгостроковій перспективі та реалізовувати свою продукцію з метою отримання прибутку.

Міжнародна маркетингова стратегія допоможе бізнесу:

- підвищити репутацію та створити впізнаваність бренду;
- сприяє лояльності до бренду, що призводить до зниження маркетингових витрат.
- створить довіру та обізнаність клієнтів про бренд, що допоможе максимізувати прибуток для бізнесу завдяки постійним клієнтам [4].

Отже, дослідження показує, що міжнародні маркетингові стратегії можуть безпосередньо впливати на результати діяльності міжнародного бізнесу.

Перелік посилань:

1. Ghauri P., Cateora P. International Marketing, 3rd revised edition / Ghauri P., Cateora P. - New York: McGraw-Hill Higher Education, 2010. - 728p.

2. Матвейчук Л.И. Международный маркетинг: Учебное пособие (редактор: А.А Ильин). – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://abc.vvsu.ru/Books/Meshd_ma/page0002.asp

3. Жуков Е.Ф. Международные экономические отношения. Учебник для вузов / Т.И. Капаева, Л.Т. Литвиненко и др.; Под ред. проф. Е. Ф. Жукова. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2000. - 485с.

4. Tien N. H., Phu P. P., Chi D. T. P. The Role of International Marketing in International Business Strategy [Електронний ресурс]. // International Journal of Research in Marketing Management and Sales. – 2019. – Т. 1. – №. 2. – С. 134-138. Режим доступу: https://www.researchgate.net/publication/338752307_The_role_of_international_marketing_in_international_business_strategy

Сєноґонова Л. І.,
завідувачка кафедри товарознавства, торговельного підприємництва
та експертизи товарів, к.т.н., доцент,
Володавчик В. С.

к.п.н, доцент

ДЗ «Луганський національний університет імені Тараса Шевченка»
**ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ ЯК ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ УПРАВЛІННЯ
ПІДПРИЄМНИЦЬКОЮ ДІЯЛЬНІСТЬ**

Тема є актуальною так як ведення підприємницької діяльності реалізується на практиці процесом прийняття управлінських рішень, якому в свою чергу передують етапи збору, передачі і опрацювання інформації. Разом з тим, процес управління є багатограним та містить в собі аналіз, планування, прогнозування, комунікацію, контроль, прийняття рішень, мотивацію та інші функціональні складові. Зазначене свідчить, що в сучасних умовах цифрової трансформації при значному обсязі великих даних (BigData), зростаючих вимогах щодо швидкості прийняття управлінських рішень, діяльності в ризикових умовах вагомим значення набувають технології штучного інтелекту (artificial intelligence, AI) для бізнес-середовища. За даними PwC [1], до 2030 року поширення AI забезпечить приріст світового ВВП на 14% та становить близько \$15,7 трлн., що підтверджує актуальність окресленої тематики.

Метою роботи є дослідити та систематизувати впровадження штучного інтелекту у підприємницьку діяльність з метою підвищення якості його управління.

Наведено перелік впровадження штучного інтелекту, використання котрих підвищує якість управління підприємницькою діяльністю: ведення підприємницької діяльності з використанням розробок на основі штучного інтелекту дозволяє використовувати алгоритми та моделі з метою оптимізації функцій та бізнес-процесів, оскільки використовуються значні масиви інформації, мати справу з якими є досить трудомістким процесом; одним із найбільш вживаних випадків використання штучного інтелекту є використання чат-ботів, що надають можливість миттєво реагувати на клієнтські запити та таким чином підвищувати якість обслуговування, максимізувати продажі, звільнити працівників від повсякденних завдань; наступним видом є використання інтелектуальних систем в мережі інтернет он-лайн продавцями з метою просування продуктів, що обрані відповідно до особистих уподобань клієнтів завдяки таргетованій рекламі. Зазначений маркетинговий підхід в сучасних умовах є найбільш поширеним, оскільки надає можливість виявити цільову аудиторію та ефективно її обслуговувати; використання штучного інтелекту для покращення управління поставками, а саме за його допомогою прогнозується категорія товару, кількість, оптимальний час доставки.

Таким чином, штучний інтелект допомагає уникати надмірних запасів та усуває ризик нестачі товарів; програмні продукти для бізнес-процесів з використанням штучного інтелекту впроваджуються у всіх сферах діяльності підприємства з метою моніторингу умов безпеки, вжиття превентивних та профілактичних заходів, виявлення додаткових можливостей для бізнесу; контроль та забезпечення якості за допомогою штучного інтелекту, в тому числі використання машинного зору, що дозволяє значно підвищити продуктивність праці, якість продукції, що виготовляється, виявити брак, сортувати продукцію, зчитувати штрих-коди і т.п.

Таким чином, виходячи із зазначеного, впровадження технологій штучного інтелекту у підприємницькій діяльності надає можливість підвищити його ефективність, має позитивний ефект та проявляється в покращенні фінансових показників його діяльності, підвищенні якості управління бізнес-процесами, що в підсумку має на меті зростання прибутку від ведення підприємницької діяльності. Для отримання користі від впровадження штучного інтелекту в діяльність підприємства керівники повинні знати особливості його використання та сфери, де можна його влучно використовувати.

Перелік посилань:

1. Дослідження Price water house Coopers (PwC). PwC's Global Artificial Intelligence Study: Exploiting the AI Revolution <https://www.pwc.com/gx/en/issues/data-and-analytics/publications/artificial-intelligence-study.html>

ПІДПРИЄМНИЦТВО В УКРАЇНІ В ПЕРІОД ПАНДЕМІЇ COVID-19

Початок 2020 року – Україна, як і багато інших країн світу, зіткнулась з глобальною проблемою – пандемією Covid-19. Ця загроза завдала удару не тільки по охороні здоров'я, а й по економіці, зокрема постраждав малий та середній підприємницький бізнес.

Як свідчить статистика опитування, проведеного Спілкою українських підприємців, майже 60% власників продовжують свою діяльність (це переважно великий та частина середнього бізнесу), 29% - майже припинили роботу і цілих 6% повністю закрили свій бізнес[1]. Ці дані свідчать про ряд ризиків, які можуть бути спричинені умовами пандемії: спад ВВП, дестабілізація банківської системи, втрата та невизначеність на внутрішньому та зовнішніх ринках України. Згідно вище наведених даних, підприємництво потребує підтримки та встановлення необхідних засад для розв'язання цих проблем та подолання кризи. Спочатку потрібно проаналізувати закордонний досвід та запровадженні заходи в нашій країні.

Уряд Німеччини виділив кошти на низку соціальних пакетів, зокрема для допомоги малому бізнесу було виділено 156 мільярдів євро, при цьому було зменшено податкові надходження. США виділили 2 трильйони доларів на подолання економічних наслідків, що становлять одноразові та щотижневі виплати власникам бізнесу (377 мільярдів для малого бізнесу). Франція, Велика Британія та Італія також впровадили низку заходів[2].

В Україні в свою чергу, ввели програму «5-7-9%», що зосереджена на збереженні та захисті існуючого бізнесу. Окрім цього, були скасовані штрафи за окремі порушення податкового законодавства, було введено одноразову державну допомогу і єдині податкові канікули в розмірі 8000 гривень та інші.

Оцінивши поставлену проблему, необхідно ввести ряд бізнес-стратегій та визначитись з пріоритетами підтримки підприємництва в Україні. Для цього, першим важливим напрямком є зменшення державного втручання в регулювання діяльності підприємств та встановлення заходів для зниження корупції. Також варто збільшити фінансування та налагодити експорт. Як показала нам система, в період пандемії, коли через різке поширення вірусу закрилась велика частина бізнесу і більшість перейшло на онлайн формат, одним з важливих етапів підтримання товарообігу є цифровізація послуг. Компаніям необхідно освоїти цифровий маркетинг, налагодити партнерство за допомогою інтернет-платформ та просувати свою продукцію у соціальних мережах[3].

Таким чином, через ряд ризиків спричинених умовами пандемії Covid-19, необхідно ввести ряд заходів безпосередньо власниками малого та середнього бізнесу та запровадити необхідну підтримку підприємництва від органів державного регулювання, базуючись на потребах компаній та закордонному досвіді.

Список використаних джерел:

1. Економічна правда. (n.d.). *Коронавірус VS бізнес: половина підприємців протримається на карантині не більше місяця*. Retrieved Жовтень 31, 2021, from <https://www.epravda.com.ua/publications/2020/04/2/658857/>

2. Тимченко О.І. (Червень 24, 2021). ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ COVID-19. *Фахове видання "Ефективна економіка"*, 6, 3. Retrieved from http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/6_2021/92.pdf.

4. Гейко, Т. Ю. *Пріоритети розвитку підприємництва в Україні в умовах пандемії COVID-19 та в посткарантинний період*. Вісник соціально-економічних досліджень: зб. наук. праць. Одеса : Одеський національний економічний університет. 2020. No 2 (73). С. 62–71.

ENTERPRISE INVESTMENT STRATEGY IN THE CONTEXT OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT

Innovations ensure efficient functioning and further development of the enterprise. This has been repeatedly confirmed by practice and numerous studies [3]. Analysis of the data of the State Statistics Service of Ukraine indicates an increase in the volume of sales of innovative products in 2020 compared to 2018 by 1,5 times or by 20387,6 million hrn [2].

The share of the number of industrial enterprises that have introduced innovations has not fundamentally changed over the past twenty years and averages 13% of the total number of industrial enterprises. At the same time, the share of innovations new to the market in the total number of introduced types of innovative products is gradually decreasing from 34,9% in 2007 to 17,0% in 2020. That is, most of the new types of products are new for certain domestic enterprises, and not for the market as a whole. This trend indicates the spread of the production of new products by domestic producers, which will stimulate the intensification of competition and affect the quality of products.

As the analysis of sources of financing for innovative activities has shown, the largest share traditionally falls on the own funds of enterprises. Accordingly, the activity of large companies in this direction is conditioned by the margin of safety due to the accumulated amount of working capital. Due to the high degree of risk and uncertainty in the country, foreign investors have significantly reduced the share of their investments since 2014. As in the study of other indicators, the thesis is confirmed about the activation of innovative activities of domestic enterprises and its investment support since 2014 due to the objective need to adapt to new economic conditions, reorientation to new sales markets, high competition in foreign markets, etc.

Therefore, the company needs to develop an investment and innovation strategy based on finding the most effective ways and methods of investment resources in scientific and technical developments to improve product quality and competitiveness and the development of new markets in the long run. The process of developing an investment and innovation strategy in the framework of sustainable development of the enterprise goes through the following three stages. The first stage includes diagnostics of the enterprise environment, analysis and evaluation of factors influencing it. This approach makes it possible to identify strengths and weaknesses in time and eliminate possible threats at the beginning of strategy formation. The second stage is to choose the mission, goals and objectives of the strategy, with the main goals being to ensure economic growth in conditions of economic instability at the macro and micro levels. In general, the introduction of innovations at this stage requires the search and attraction of investment in the context of effective implementation of innovation and investment potential of the enterprise. This potential should combine four components: production, technical, financial and human resources. The third stage aims to adopt, implement and monitor the implementation of the developed strategy. At this stage, it is possible to make additions and changes to the developed strategy [1]. If the investment and innovation strategy is successful, then its implementation continues, otherwise a new one is developed.

References:

1. Державна служба статистики України: офіційний сайт. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
2. Наконечна О. С. Формування та реалізація інноваційно-інвестиційної стратегії стійкого розвитку підприємства // Економіка та держава. - 2015. - № 4. - С. 48–51.
3. Скоробогатова Н.Є. Інвестиційне забезпечення інноваційного розвитку підприємств в умовах Індустрії 4.0 / Н.Є. Скоробогатова // Економічний вісник НТУУ «КПІ». – 2021. - № 18. URL: <http://ev.fmm.kpi.ua/article/view/241099>.

ПОТЕНЦІАЛ ВИКОРИСТАННЯ КРИПТОВАЛЮТ В ЯКОСТІ ПЛАТІЖНОГО ЗАСОБУ

Технологія, закладена у криптовалюти та токени, не нова. Розробка та поєднання технологій для створення незалежної грошової одиниці почалася ще у 90-их роках. Основною ідеєю, вкладеною у криптовалюти, є незалежність від держави та децентралізація грошей [1]. Вважається, що поява цифрових активів полягає у поєднанні таких сучасних технологій як Інтернет, криптографія та ефективне зберігання і оновлення інформації. Блокчейн технологія була вперше успішно впроваджена у біткоїні, що і на сьогодні є одним із найдорожчих та найбільших за капіталізацією криптоактивів [1, 2].

Сьогодні криптовалюти досить популярні та вважаються грошима майбутнього. Економісти дають наступне визначення: криптовалюти – це цифрові гроші в електронних платіжних системах, які зазвичай не вимагають державної підтримки або залучення посередника, наприклад банку. Емісія та облік криптовалют засновані на асиметричному шифруванні та застосуванні різних криптографічних методах захисту [3].

Саме блокчейн технологія, що впроваджена у всіх сучасних криптовалютах, робить дані активи досить привабливими, оскільки дає змогу захисту публічних облікових записів від маніпуляцій та дозволяє користувачам мережі здійснювати перекази без централізованого посередника [3]. Прихильники технології вважають, що криптовалюта може ефективно виконувати усі функції грошей, тобто бути засобом обміну, розрахунковою одиницею та сховищем вартості. Саме децентралізована система може бути більш ефективною та безпечною, ніж чинні платіжні системи та гроші. Іншими перевагами є анонімність, захист персональних даних, зниження корупційних ризиків, швидкість та надійність [4, 5].

Однак наявна протилежна думка щодо використання та поширення криптовалют, яка полягає у наявності різних перешкодах широкого впровадження цифрових грошей: економічний аспект та довіра до традиційних платіжних систем, нестабільна вартість криптовалют, технологічні проблеми у масштабованості, а також перешкоди у використанні. Оскільки технологія криптоактивів впроваджена на електронних технологіях, великими ризиками надійного використання є хакерські атаки та потенційна втрата доступу до цифрових грошей. Одним із основних недоліків криптовалют визначають нерегульованість, однак сама технологія блокчейну являє собою «бухгалтерську книгу» яку можуть переглянути усі користувачі мережі [2, 6].

Україна належить до світових лідерів за багатством, вкладеним у криптовалюту, не зважаючи на це обіг цифрових активів не має офіційного статусу та регулювання і породжує широке поле для розвитку тіньової економіки, корупції та відмивання грошей [1, 4, 5]. За правильного регулювання криптоактивів та усвідомлення держав світу переваг криптовалют для користувачів можливе широке використання криптовалют в якості звичних засобів платежів.

Перелік посилань:

1. Cryptocurrencies in Ukraine: Technology, Markets, and Regulation. September 2018.
2. Perkins D.W. Cryptocurrency: The Economics of Money and Selected Policy Issues. 2020. 1–30 p.
3. Брижань І.А., Міняйленко І.В., Метелиця А.С. Роль криптовалюти у розвитку міст майбутнього. 2018. Р. 572–576.
4. Ivashchenko A.I. Using Cryptocurrency in the Activities of Ukrainian Small and Medium Enterprises in order to Improve their Investment Attractiveness // Probl. Econ. 2016. Vol. 3, № 1. Р. 267–273.
5. Дребот Н.П., Семерген І.Б. Місце і роль криптовалюти у світовій економіці. 2018. Vol. 2, № 130. Р. 36–39.
6. Duchenko M.M., Pavlenko T.V. THE INFLUENCE OF CRYPTO-CURRENCY ON THE ECONOMY OF THE COUNTRY // Econ. Soc. 2018. № 19.

**ОКРЕМІ АСПЕКТИ ІНСТИТУЦІОНАЛІЗАЦІЇ РЕГІОНАЛЬНОГО ПРОСТОРУ
НА ЗАСАДАХ ІНКЛЮЗІЇ**

На етапі становлення нового регіоналізму особливої гостроти набуває необхідність інклюзивного підходу до генерації просторового регіонального розвитку в аспекті підвищення добробуту соціуму. Тобто, існує нагальна потреба того, щоб переважна більшість членів громад мали можливість особисто відчутися та оцінити результати економічного розвитку країни та її регіонів. Тому, новітні глобальні виклики спричинили появу поняття інклюзії не лише у науковому, а й у прикладному аспекті. Незважаючи на значну популярність вказаного терміну серед наукової еліти та досить поширене тиражування його у засобах масової інформації, категорія інклюзії не має однозначного й чіткого визначення, викликає взаємне нерозуміння його суті основними стейкхолдерами цього процесу.

Проголошена реформа децентралізації в контексті розвитку людини, збереження ідентичності нації, історичних надбань, умінь та інтелектуального потенціалу повинна гармонізувати економічну, фінансову і соціо-гуманітарну децентралізацію з потребами зовнішньоекономічної та політичної діяльності, національної оборони, зміцнення кордонів держави та євроінтеграційними процесами.

В цьому контексті, мова йде про інклюзивний, розвиток, а враховуючи неоднозначність його трактування, спробуємо проаналізувати генезу поняття. Зазначена дефініція в україномовній версії походить від англійського «inclusion» і у спрощеному розумінні означає залучення в різні сфери життя суспільства якомога більше соціуму без будь-яких обмежень [1]. Таке визначення стало наслідком того, що у вітчизняній економічній літературі замість терміну «інклюзія» часто вживають поняття «залучення» або «включення». Багатогранність поняття інклюзії проявляється в тому, що маючи широке значення, воно застосовується у різних контекстах, таким чином в економічній літературі присутні різні його сполучення і аспекти: «інклюзивний розвиток», «інклюзивне зростання», «інклюзивна освіта», «фінансова інклюзія», «соціальна інклюзія» тощо. Ідеями інклюзивності пронизані практично всі 17 Цілей сталого розвитку, затверджених підсумковим документом саміту ООН 2015 р. «Перетворення нашого світу: порядок денний у сфері сталого розвитку до 2030 року».

Серед вказаних важливих стратегічних цілей: подолання бідності; подолання голоду, досягнення продовольчої безпеки, поліпшення харчування і сприяння сталому розвитку сільського господарства; забезпечення здорового способу життя та сприяння благополуччю для всіх у будь-якому віці; забезпечення всеохоплюючої і справедливої якісної освіти та заохочення можливості навчання впродовж усього життя для всіх; забезпечення гендерної рівності, розширення прав і можливостей усіх жінок та дівчат; забезпечення доступності та сталого управління водними ресурсами та санітарією; забезпечення доступу до недорогих, надійних, стійких і сучасних джерел енергії для всіх та ін. У вказаних положеннях невід’ємна частина цілей присвячена інклюзивному інституційному розвитку, зокрема сприяння побудові миротлюбного і відкритого суспільства в інтересах усіх громадян, забезпечення доступу до правосуддя для всіх і створення ефективних, підзвітних та заснованих на широкій участі інституцій на всіх рівнях; зміцнення засобів здійснення й активізація роботи в рамках глобального партнерства в інтересах сталого розвитку тощо.

Перелік посилань

Харченко Ю. П. . (2021). Домогосподарства та їх роль в інституціоналізації регіонального простору на засадах інклюзії. *Економіка, управління та адміністрування*, (2(96), 3–8. [https://doi.org/10.26642/ema-2021-2\(96\)-3-8](https://doi.org/10.26642/ema-2021-2(96)-3-8)

ХАРАКТЕРИСТИКА МАТРИЦІ БКГ ЯК ІНСТРУМЕНТУ УПРАВЛІННЯ ТОВАРНОЮ ПОЛІТИКОЮ ПІДПРИЄМСТВ

Побудова матриці БКГ - це один із способів аналізу ринку товарів, який дозволяє вибрати стратегію подальшого просування продукції усіх виробничих підприємств. Матриця БКГ класифікує товари за здатністю товарів генерувати грошові потоки, використовуючи швидкість зростання ринку та відносну частку ринку. Вона допомагає представити певні економічні характеристики товарів, згруповуючи їх у наступні групи [1]:

1. "Важкі діти" – це перспективні товари, що працюють в умовах швидкого розвитку, але не займають великі частки продажів. Вони потребують інвестицій для підвищення прибутку. Товари переважно нові та перебувають на стадії впровадження.

2. "Зірки" це найбільш успішні товари, для них характерний високий темп зростання та рівень продажів. Саме вони забирають найбільше інвестицій та коштів. У категорії «Зірок» перебувати довго не можна і рано чи пізно об'єкти потрапляють до категорії «Дійних корів».

3. "Дійні корови" – приносять найбільше прибутку і є товарами - лідерами, що вимагають надто високого рівня пропозиції. Займаючи більшу частину ринку, вони перебувають на вершині свого розвитку, однак темпи зростання не простежуються.

4. "Собаки" - ця категорія найбільш безперспективних товарів, які не мають можливості вийти на інший рівень. Їм характерні низький рівень продажу та прибутку.

Враховуючи дану класифікацію та характеристики груп товарів, підприємство може обрати певний вид товарної стратегії, яка впливає із його фінансово-виробничих можливостей. Зокрема, такими стратегіями можуть бути наступні: збільшення частки ринку за рахунок збільшення виробничих потужностей та використання маркетингових інструментів, збереження поточного становища на товарному ринку без зміни цінової політики та пропозиції товарів, максимізація прибутку за рахунок інтенсифікації продаж, зниження активності та згортання продаж товарів.

В результаті дослідження вказаного способу формування товарних груп, можемо говорити про такі його методичні та практичні переваги і недоліки. Так, зокрема, до переваг можна віднести:

- врахування масштабу виробництва;
- легкість групування;
- об'єктивний характер параметрів оцінки;
- облік грошових потоків;
- наочність.

Водночас слід відмітити і деякі недоліки матриці БКГ, такі як:

- оцінка перспективності товарів на основі лише двох показників і не приймання до уваги інших не менш важливих чинників;
- труднощі з точністю визначення частки товару на ринку;
- не врахування динаміки та тренду показників, що аналізуються.

Однак, ці недоліки не переважають відмічені вище переваги цього практичного інструменту як надійного способу аналізу ринку продажів. Він дає змогу сформулювати стратегію збільшення прибутків окремих видів товарів та цілих підприємств.

Таким чином, матриця БКГ – це інструмент, який пропонується для управління товарною політикою підприємств. Вона застосовується з метою визначення товарних груп, які мають стратегічне значення для виробничо-комерційної діяльності підприємств.

Перелік посилань:

1. Матриця BCG: зручний метод для простого аналізу потенціалу товарів та послуг компанії [Електронний ресурс] // Bakertilly. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <https://bakertilly.ua/news/id48631>.

АНАЛІЗ ДОЦІЛЬНОСТІ ЗБИРАННЯ ПК В УКРАЇНІ

За оцінками [1] у 2020 р. в світі експлуатувалося 6,08 млрд комп'ютерних пристроїв: 4,3 млрд (70,7%) - смартфони, настільні ПК і ноутбуки відповідно 522 млн і 796 млн одиниць (8,6 і 13,1 %), планшети 479 млн од. У 2021 р. очікується значне збільшення пристроїв через розвиток платформ дистанційного навчання та віддаленої роботи. Світовий попит на мікросхеми на 10-30% перевищив пропозицію. Зросли ціни на споживчу електроніку 10%...30% через здороження напівпровідників [2], ще у 2-3 рази через зростання попиту на відеокарти для ринку криптовалют. Оскільки Україна стає заручником цінових коливань, то варто дослідити актуальний для нас ринок ПК і електроніки.

У 2020 р. збільшення попиту на комп'ютерне обладнання на 113% (порівняно з 2019 р.) призвело до зростання роздрібних цін на ноутбуки (вона перевищила 20 тис. грн [3]). Але актуальними лишаються моделі комп'ютерів вартістю до 10 тисяч гривень (середня зарплата в Україні у серпні 2021 склала 13997 грн. [4]). Основне джерело комп'ютерів як у вигляді готових рішень, так і у вигляді складові частини з 2019 р. в Україні є КНР (57,1% імпорту, з якого 52% - комп'ютери). Авторами дослідження проведено порівняльний аналіз калькуляцій збирання і цін придбання готових комп'ютерів в ціновому діапазоні від 7000 грн./од (на прикладі персонального комп'ютера Artline Business B41, ціна 7 839 грн.) до 10000 грн./од. (на прикладі комп'ютера IPASON-E1 зі схожими характеристиками на AliExpress, ціна 9 867 грн.) (табл. 1).

Таблиця 1 – Порівняння витрат на складові моделей Artline Business B41 і IPASON-E1*.

	ПК Artline Business B41/Ціна, грн.(в Україні)	ПК IPASON-E1/ Ціна, грн. (в Китаї)
Процесор AMD Athlon 200GE	2080	1750
Материнська плата AMD A320	1500	1700
ОЗП DDR4 8GB 2400MHz	853	925
Накопичувач SSD 120GB	600	450
Блок Живлення 400Вт	-	820
Корпус (разом з блоком живлення)	996	1050
Вартість	6029	6695
Роздрібна ціна в Україні	7839	9867

*таблиця складена авторами на основі дослідження поточних ринкових цін

Аналіз калькуляційних елементів моделей ПК, які не є повними аналогами, продемонстрував цінові тенденції. Ціна готового імпорту на 30...50% перевищує ціни імпортованих складових. Вартість на компоненти в Україні та в Китаї відрізняються, проте загальна ціна комп'ютера коливається в межах 10%. А готові ПК, зібрані в КНР, мають ціну вище на 26%. Такі варіанти все одно мають попит внаслідок масової доставки у всі поштові відділення країни. Проведений аналіз цінових варіацій виконаний для формування альтернативних підходів до комп'ютеризації населення України.

Перелік посилань:

1. Новости Hardware. // 3DNews. - Електронний ресурс.URL: <https://3dnews.ru/1036288/kolichestvo-ispolzuemih-kompyuterov-vo-vsyom-mire-dostignet-62-mlrd-v-2021-godu>
2. Глобальный дефицит микросхем. //Conews/ - Електронний ресурс. URL: https://www.cnews.ru/news/top/2021-02-24_situatsiya_s_globalnym_defitsitom
3. Бум на компьютеры.// UBR/ - Електронний ресурс. URL: <https://ubr.ua/market/trade/v-2021-hodu-budet-bum-na-personalnye-komputery-krupnejshij-proizvoditel-pk-sdelal-prohnoz-3899361>
4. Средняя зарплата в Украине. //Мінфін. – Електронний ресурс. URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/labour/salary/average/>

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ФАРМАЦЕВТИЧНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ ТА ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ

Дослідження даної теми на сьогоднішній день є доволі актуальним з однієї сторони через розвиток фармацевтичного ринку у нашому регіоні, а з другої у зв'язку з погіршенням загальної епідеміологічної ситуації у світі.

Взагалі про тенденції розвитку даної галузі в Україні можна судити за тим фактом, що протягом останніх років частка експорту фармацевтичної продукції впала приблизно на 0,5%, в той час, як частка експорту знизилася на цілих 40%[2]. Це є певним індикатором короточасного просідання у об'ємах виробництва лікарських препаратів та медичних товарів, проте воно відбувається на фоні збільшення частки забезпечення на ринку саме вітчизняним товаром.

На момент дослідження в Україні нараховується близько 300 іноземних та 160 вітчизняних виробників (138 з яких функціонувати почали за часів незалежності України) [3]. На фоні зростання обсягів виробництва та реалізації фармацевтичної продукції серед вітчизняних підприємств досить цікаво відстежувати конкуренцію на даному ринку. Існують крупні гравці, які контролюють до 10% ринку кожен, та середні з малими підприємства, які задовольняються виробництвом та реалізацією продукції у нижчому ціновому сегменті, або ж продукцією, яка є легшою у питаннях виробництва. Підприємства, які випускають широкий асортимент та щорічно отримують нові чи поновлюють уже наявні ліцензії, складають 30-35% від усіх суб'єктів на ринку, в той час як решта – це підприємства, що виробляють декілька препаратів, дозволених за однією ліцензією, або ж узгоджені до виробництва без спеціальних дозволів. [3] І все ж попри таке велику кількість конкурентів на ринку, діє певне правило диверсифікації виробництва, де кожне підприємство отримує свою нішу, не створюючи конкуренції для інших та не отримуючи конкуренції від інших. Такий прийом є досить сильним важелем, який полегшує вхід на ринок, оскільки фармацевтична діяльність хоч і є перспективною, та все ж потребує значних капіталовкладень. А вхід на ринок з новим препаратом або ж іншою фармацевтичною продукцією, без жорсткої конкуренції дозволить розраховувати на певний попит, який підприємство зможе задовольняти самотужки, або ж з мінімальною конкуренцією з боку іноземних виробників, чи виробників товарів-альтернатив.

Отже, підсумовуючи сказане, можна виділити 2 головні аспекти: відносна легкість входу на ринок та постійно зростаючий попит та інновації на ринку фармацевтики. Ці два фактори дозволяють постійно розширювати ринок за рахунок входу нових підприємств, які вестимуть діяльність без жорсткої конкуренції. Розглядаючи загальні тенденції останніх років, можна зробити висновок про зростання фармацевтичного ринку в Україні, збільшення частки його експорту та потенційний перехід до виробництва препаратів дорожчої категорії.

Перелік посилань:

1. Офіційний сайт Міністерства охорони здоров'я України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.moz.gov.ua>.
2. Офіційний сайт Міністерства економічного розвитку і торгівлі України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrexport.gov.ua/>.
3. Аптечный рынок Украины по итогам 2016 г. // Аптека.ua [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.apteka.ua/article/398728>.

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Дана тема варта уваги на сьогоднішній день, коли карантинні обмеження суттєво впливають на підприємництво України, особливо на мале та середнє, яке, в свою чергу, виступає фундаментом господарства, важливою складовою економічного клімату в країні.

Порівняно з усіма підприємствами України, малий та середній бізнес займають 99,8% та забезпечують 79% робочих місць. Окрім того 95.9% респондентів торгівельно-промислової палати України зробили висновок, що ВВП країни на пряму залежить від вдосконалення малого і середнього підприємств.

До основних причин сповільнення розвитку малого та середнього підприємництва належать такі факти, як недостатня опрацьованість законодавства з питань розвитку підприємництва в цілому; завищені податки; недостатня фінансова і майнова підтримка малих підприємств з боку держави; слабкорозвинутий захист прав власності; недосконалість системи обліку; слабка статистична звітність малих підприємств; обмеження в інформаційному та консультативному забезпеченні; примітивна система підвищення кваліфікації працівників підприємств; висока корупція; надмірне втручання держави у регулювання економічних відносин.

Причиною виникнення перелічених проблем є різні фактори. Серед них значний вплив мають такі обмеження: високі витрати часу на проходження офіційних процедур для започаткування власного бізнесу, висока ціна на реєстрацію власності в Україні, невисокий рівень професійної підготовки працівників підприємств, недостатнє фінансування підприємств зі сторони держави

Проблеми спонукають виникненню фінансово-економічної кризи в країні. Для швидкого виходу з неї, уряд України прийняв програму державної підтримки малого підприємництва, де зазначена реалізація таких програм, як збільшення якості ринкової інфраструктури, збільшення ефективності системи пільг, державна підтримка з фінансових та організаційних питань, міжнародна допомога, кооперування малого бізнесу на політичних та економічних засадах, підвищення кваліфікованості працівників підприємств та покращення їх ефективного управління.

Міністерство економічного розвитку і торгівлі України сформулювало стратегію, щодо подолання сповільненого прогресування малого та середнього підприємництва в державі до 2020 року: до кінця декади український малий та середній бізнес повинен примножити частку у валовій доданій вартості та прибутки. До суттєвих факторів вдосконалення належить також перспективи малого підприємництва міжнародних програм. Вже з березня 2016 року Україна стала учасником програми Євросоюзу з фінансування підприємств «COSME», яка принесла нам 117 мільйонів євро, які було інвестовано у розвиток підприємництва.

Отже, уряду України потрібно й надалі продовжувати покращувати становище малого та середнього бізнесу, в першу чергу, в частині оподаткування та кредитування. Це спричинить збільшенню конкуренції на ринку, що в свою чергу примножить кількість якісної продукції для експорту. Таким чином покращиться економічне становище в країні та її значущість у світовому ринку. Але усе це потребує багато часу.

Перелік посилань:

1. Марченко В.М., Харитоненко Д.В. Сучасні тенденції розвитку малого підприємництва в Україні / В.М. Марченко, Д.В. Харитоненко // Економічний вісник НТУУ «КПІ»: зб. наук. пр. – 2021. – Вип.18.

ГЕНЕЗИС КАТЕГОРІЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Ця тема є актуальною на сучасному етапі розвитку економіки нашої країни, адже ринкові умови господарювання вимагають підтримки високого рівня конкурентоспроможності – однієї із головних складових успіху підприємства на внутрішніх і міжнародних ринках.

Конкурентоспроможність є однією з основних категорій, що широко використовується в теорії та практиці економічних наук, виступає багатоаспектним поняттям, що в перекладі з латинської мови означає суперництво, боротьбу за досягнення найкращих результатів. Ключове значення конкурентних переваг спостерігається й у формуванні потенціалу підприємства, виходячи із цього варто виділити такі конкурентні переваги, що формують і зміцнюють потенціал підприємства, й такі, що створюються на основі поточного потенціалу.

Конкурентоспроможність підприємства - це спроможність підприємства утримувати та збільшувати свою конкурентну позицію в умовах ринку.

Конкурентна позиція і конкурентоспроможність підприємства мають двосторонній зв'язок. Інакше кажучи, це – поняття, які розглядаються в різні моменти часу діяльності підприємства на ринку. Конкурентоспроможність є можливістю втілювати на конкурентному ринку певні заходи з відомою метою, а реалізація підприємством можливостей цього втілення є тривалим і обмеженим у часі явищем. Реалізуючись у часі та просторі, ці можливості формують конкурентну позицію, яка оцінюється у певний момент конкретним значенням. Слід зауважити, що між категоріями існує також зворотній зв'язок, оскільки можливості втілення певних заходів ґрунтуються на наявній виробничій, фінансовій і управлінській базі. Тобто, за деякими факторами рівень конкурентоспроможності залежатиме від розміру конкурентної позиції, умовно кажучи – опиратиметься і відштовхуватиметься від неї.

Аналіз досліджень показує, що не існує єдиної думки стосовно розуміння понять конкуренція, конкурентоспроможність та конкурентоспроможність підприємства. Тому немає й єдиних рекомендацій для забезпечення конкурентоспроможності підприємства та підтримки її на високому рівні. Незважаючи на різні підходи і різні бачення визначення конкурентоспроможності підприємства, головним є те, що конкурентоспроможність – найважливіша ланка всієї системи ринкового господарювання. Визначивши сутність поняття конкурентоспроможності підприємства, необхідно його розширити виходячи із галузевих особливостей, які будуть впливати на саме формування конкурентоспроможного стану. Таким чином, дефініція конкурентоспроможності підприємства, на наш погляд, – це реальна та потенційна спроможність підприємства вести активну конкурентну боротьбу, протистояти впливу факторів зовнішнього середовища, виготовляти та збувати конкурентоспроможні товари та/або послуги, здійснюючи ефективну діяльність в умовах ринкових відносин.

Перелік посилань:

1. Борисенко З.М. Основи конкурентної політики: Підручник. – К.: Таксон, 2004. – 704 с.
2. Бакалінська О. О. Міжнародно-правовий захист економічної конкуренції: сучасні проблеми та шляхи подолання / О. О. Бакалінська // Правничий вісник університету "Крок". – К., 2006. – Вип. 1. – С. 124–131.
3. Вергун В. А. Іноземні інвестиції: офшорні зони та їх інституції в міжнародному бізнесі : навч. посіб. / В. А. Вергун, О. І. Ступницький. – К. : Київ. ун-т, 2012. – 415 с.
4. Гамов М. С. Регіональна конкурентоспроможність економіки України : навч. посіб. / М. С. Гамов, О. І. Шнирков. – Запоріжжя : ЗНТУ, 2011. – 292 с.
5. Должанський І.З., Загорна Т.О. Конкурентоспроможність підприємства: Навч. посібник. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 384 с.
6. Царенко О. В. Генезис концепції і методів управління конкурентоспроможності українських підприємств // Економіка та держава. – 2007. – № 8. – С. 53-56.

ВСЕСВІТНЯ ПАНДЕМІЯ ЯК ПЕРЕШКОДА РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА

З початку 2020 року і до сьогодні однієї з найважливіших проблем розвитку підприємництва, особливо малого, є розповсюдження Covid-19. Заходи, які стримували розповсюдження вірусу, негативно вплинули і на економіку в цілому, і на підприємницьку діяльність.

В Україні масштабні дослідження впливу COVID-19 на соціальний бізнес поки що не проводились. Однак, за даними Європейської Бізнес Асоціації, під час пандемії малий бізнес, до якого належить більшість соціальних підприємств, втратив від 50 до 75% прибутку. Окрім зменшення прибутку, населення зіштовхнулось і з іншими проблемами: падіння попиту, неспроможність людей дістатися місця роботи, психологічна нестабільність через невизначене майбутнє. На початку пандемії спостерігається від'ємне значення реального ВВП, а у II кварталі 2020 року спад становив -11,4%, що пов'язано з обмеженнями під час карантину. У той же час велика кількість людей втратила свої робочі місця, що призвело до підвищення рівня безробіття в Україні. Науковці наголошують, що пандемія підштовхує економіку України до кризи.

Проте можна наголосити на тому, що український бізнес почав відновлюватись після карантину восени 2020. У вересні кількість підприємств та вакансій наблизилась до докарантинного рівня.

Держава намагається покращити становище малого бізнесу, ввівши певні заходи: внесенню змін до програми «Доступні кредити 5-7-9%» для покриття витрат на оплату праці, отримання спрощеного доступу до фінансування; часткова допомога з безробіття для малого бізнесу з боку держави; тимчасове звільнення від сплати податків фізичних осіб - підприємців та інші податкові заходи такі, як тимчасове зупинення проведення податкових перевірок, сплати відсотків для платників податків та платників соціального внеску та інше. Встановлення таких пільг для малого бізнесу – правильне рішення зі сторони держави.

Підтримка розвитку підприємництва є важливою і тому, що підприємницька діяльність є однією із можливостей подолання фінансової кризи, забезпечення розвитку суспільства в цілому. Під час пандемії є необхідність у інноваційних ідеях та нестандартних рішеннях щодо підприємництва, оскільки традиційні шляхи розв'язання проблем не працюють.

Для подолання проблем через Covid-19 необхідно розраховувати не лише на підтримку держави, а також на відповідальне ставлення населення до карантинних заходів та обмежень. Люди несуть на собі відповідальність на дотримання карантинного режиму задля зупинення стрімкого розповсюдження вірусу.

Підприємці, у свою чергу, можуть самостійно впливати на свій бізнес. У часи пандемії і великої кількості карантинних обмежень для розвитку підприємств необхідно пріоритетувати свою діяльність на певний термін, знаходити партнерів для спільної праці, знайти методи психологічної підтримки своїх робітників та не наражати їх на небезпеку, дослідити зміну цільової аудиторії та допомагати тим, хто цього потребує, виконувати всі нововведення з боку уряду держави.

Перелік посилань:

1. Соціальне підприємництво та COVID-19: як подолати кризу? [Електронний ресурс] // Громадський Простір. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.prostir.ua/?library=sotsialne-pidprijemnytstvo-ta-covid-19-yak-podolaty-kryzu>.

2. Дика С. А. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ [Електронний ресурс] / С. А. Дика, Г. М. Шовкопляс // Круглий стіл «Цифрові трансформації України 2020: виклики та реалії». – 2020. – Режим доступу до ресурсу: https://ndipzir.org.ua/wp-content/uploads/2020/12/Tezy_18_09_2020_10.pdf.

СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УМОВАХ КАРАНТИНУ

У наш час пандемія COVID-19 продовжує прогресувати та поглиблювати економічну кризу. Карантинні обмеження з боку влади, з одного боку, рятує людські життя, а з іншого - паралізують активну діяльність підприємців. У даній публікації висвітлено основні проблеми, що вплинули на функціонування малого підприємництва за період епідеміологічної ситуації в Україні. Стаття також містить інформацію про фактор підтримки з боку держави, про її дії для покращення розвитку вітчизняного малого виробництва.

Загострення міжнародної економічної кризи внаслідок пандемії COVID-19 внесло свої корективи в активну діяльність малого підприємництва в Україні. Постали нові труднощі та додалися серйозні проблеми, пов'язані з сучасними глобальними викликами. Метою роботи є надання інформації про нагальні проблеми розвитку малого підприємництва за тяжких умов, спричинених карантинном, аби в майбутньому впровадити стратегічний план, який буде націлено на подолання антикризових явищ у суспільстві.

У 2020 році в Україні мале підприємництво зазнало удару через спалах нової епідемії. Масово почали припиняти свою роботу мікропідприємства на тимчасовій основі. Отже, аналізуючи дану тему можна виокремити ряд таких проблем, які на сучасному етапі стали завадою для подальшого розвитку малого підприємництва, це: зниження споживчого попиту, відсутність ринку збуту, труднощі експорту, скорочення доходів (відповідно збільшення безробіття), проблематика утримання капіталу, невизначеність на зовнішньому ринку, дефіцит ліквідності, податкові труднощі.

Важкі наслідки пандемії змусили державу вжити ряд необхідних заходів та утвердити низку нових законів, які мали б на меті максимально полегшити умови ведення малого бізнесу, яке найбільше постраждало в умовах локдауну. Зокрема, з одного боку, Указ Президента України "Про спрощену систему оподаткування, обліку та звітності суб'єктів малого підприємництва" від 03.07.1998 № 727/98 знизив гостроту проблеми оподаткування для підприємців малого бізнесу в час-пік пандемії та в умовах економічної кризи в Україні. З іншого боку, одним із факторів розвитку малого бізнесу в Україні було прийняття Кабінетом Міністрів України Стратегії розвитку малих та середніх підприємств в Україні до 2020 р. Статистика засвідчує, що серед усіх запланованих заходів станом на грудень 2020 року була виконана лише частина в 22%. Тож, хоч держава і намагається перейматися проблемами малого підприємництва, масштаби її допомоги все ж є досить скромними.

Отже, сучасна економічна ситуація внесла корективи щодо діяльності та розвитку малого підприємництва, тому і постало питання в упровадженні нових технологій, законів та стратегічних заходів метою яких була б оптимізація процесів функціонування малого підприємництва, подолання наслідків економічного занепаду з перспективою покращити організацію та управління, адаптація до можливих кризових явищ у майбутньому. Велика роль у цей час покладається на державу, яка має створити всі необхідні умови для подальшого розвитку малого бізнесу та максимально швидко подолати наслідки, спричинені тяжким становищем у суспільстві.

Перелік посилань:

1. Коробка С. В. Вплив локдауну на діяльність малого підприємництва 2020: [Електронний ресурс] – Режим доступу: DOI: <https://doi.org/10.32838/2523-4803/71-1-8>
2. Штогрін І. Вжити у карантин: як рятується малий і середній бізнес і чого очікує від держави: [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.radiosvoboda.org/a/karantyn-biznes-zbytky-dergava/30523993.html>

THE CURRENT CONDITION AND PROSPECTS OF CHINA'S ECONOMIC DEVELOPMENT

According to China's macro economy, China's GDP growth rate in 2021 will be 7.8%, which is a substantial increase from 2020 GDP. However, the substantial economic growth is due to the low GDP in 2020, which is not the medium to long-term economic growth [1]. Although there has been a decline in global trade after 2020, China has quickly and effectively controlled the new crown virus, and foreign orders have increased the demand for Chinese medical supplies. In 2020, net service exports will increase GDP by 0.1 percentage point, which is an increase of 0.3 and a half points over the first half of the year. In 2020, net service exports will increase GDP by 0.1 percentage point, which is an increase of 0.3 and a half points over the first half of the year[2].

China is the second largest economy after the United States and the largest developing country in the world. Following the policy of reform and opening up, China's economy has risen rapidly. However, reform and opening up is a big project, and there will definitely be certain shortcomings, such as environmental problems, employment problems, large income gaps between rich and poor, and uneven regional development. China needs to speed up the improvement of all citizens to promote consumption and create a high-quality consumption environment conducive to the release of consumption potential. Increasing policy support for technologically innovative enterprises and strengthening the public service system are all conditions that can promote China's economic growth[3].

The Chinese economy has a considerable economic aggregate, and the industrial chain has maintained a very complete state. This means that the Chinese economy has a relatively strong ability to adjust and repair itself when responding to the challenge of the sudden epidemic. Under the impact of the new crown epidemic and the international economy, a large number of companies are at a critical juncture. Promulgating targeted and intensive fiscal policies in a timely manner to ensure the survival of companies and the employment of employees is an urgent need at the moment. We must accurately understand changes, respond to changes scientifically, actively seek changes, be good at grasping new opportunities amidst changes, and be good at turning current "crises" into "opportunities" in development.

References:

[1]China's GDP grew by 7.8%<https://tradingeconomics.com/china/gdp>

[2]China Export 2020 statista.com/statistics/263661/export-of-goods-from-china/

[3]Imbalanced development between east and west in Chinahttps://link.springer.com/chapter/10.1007%2F978-1-137-47327-1_4

СЕКЦІЯ 2: ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

РЕАЛІЗАЦІЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ЦІНОВОЇ ПОЛІТИКИ АТ «АКБ «КОНКОРД»

Значущим є аналіз маркетингової діяльності підприємства та виявлення проблеми у сфері маркетингової цінової політики [1; 3]. Актуальність дослідження процесу ціноутворення на сучасному українському ринку банківських послуг можна обґрунтувати посиленням конкуренції на ринку через появу нових небанківських фінансових установ. Метою цього дослідження є формування комплексу компетенцій з розробки та реалізації маркетингової цінової політики та висвітлення питань ціноутворення на послуги, що надаються підприємством. Відмітимо, що на фінансовому ринку України функціонують 75 банків та 2084 учасника ринків небанківських фінансових послуг. Ці учасники містять 196 ризикових (non-life) страховиків, 19 лайфових (страхування життя) страховиків, 304 ломбардів, 327 кредитних спілок, 144 (було 146) лізингові компанії, які не є фінансовими установами. Фахівці зазначають, що функціонують 1031 фінансова компанія, що характеризуються ліцензійним забезпеченням кредитування, лізингу, факторингу, надання гарантій, переказу коштів та обміну валют. Теж проводять діяльність 63 страхових брокера (на 31.08.2020 р.) [3].

Підприємство, для якого аналізується маркетингове ціноутворення – АТ «АКБ «Конкорд». Форма власності – акціонерне товариство. Ринок, на якому діє АТ «АКБ «Конкорд» – фінансовий ринок України. Частка ринку банку за активними кредитними активами складає 0,07%. Для розрахунку цінової еластичності обрано методику визначення коефіцієнта точкової цінової еластичності. З послуг PRIVATE BANKING у Конкорд Банк для аналізу обрано тарифний пакет MC Platinum, оскільки в платі за цей тарифний пакет була зміна у ціні, що вступила у дію з 26.03.2018 року та впровадила щорічну плату в розмірі 1700 грн. З цього періоду ціна більше не змінювалася.

Формула для розрахунку коефіцієнту точкової цінової еластичності:

$$E_p = \frac{\Delta Q}{\Delta P} \times \frac{P_1}{Q_1}$$

де P_1 – початкова ціна на товар, грн;

Q_1 – попит на товар за вихідної ціни, нат. од.;

ΔQ – зміна попиту, грн; ΔP – зміна ціни, нат. од. [1; 2, с. 294]

Точкову цінову еластичність для тарифного пакету MC Platinum послуги PRIVATE BANKING за період з 15.08.2017 р. по 26.03.2018 р. можна розрахувати таким чином:

$$E_p = \frac{723-770}{1700-1200} \times \frac{1200}{770} = \frac{-47}{500} \times \frac{1200}{770} = -0,094 \times 1,558 = -0,15 \text{ част. од.}$$

Оскільки $|E_p| < 1$, то можна зробити висновок, що попит на зазначену послугу нееластичний.

Перелік посилань:

1. Kasian Y. Sergii. Modern Economic Issues and Problems. Editors: Sergii Y. Kasian, Aneta Sokół, Anna Drab-Kurowska. Slovakia, Bratislava : KARTPRINT Publishing, January 2016. 135 p.
2. Гаркавенко С. С. Маркетинг. підручник. К. : Лібра, 2002. 712 с.
3. Результати ліцензування та реєстрації фінансових установ Національним банком у серпні 2020 року. URL: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/rezultati-litsenzuvannya-ta-reyestratsiyi-finansovih-ustanov-natsionalnim-bankom-u-serpni-2020-roku> (дата звернення 01.11.2021).

ЦІНОУТВОРЕННЯ У СФЕРІ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ

Ціна як провідна категорія господарської практики підприємства дозволяє не тільки реалізувати власну продукцію та повернути здійсні у ході її виробництва витрати, але й забезпечити належний для розвитку прибуток. Специфіка процесу ціноутворення у сфері освітніх послуг полягає в оцінюванні визначальної ролі людини-викладача, педагогічного колективу в оцінюванні якості надання необхідної інформації, формуванні професійно значущих знань та професійної компетентності, які мають відтермінований характер вияву результатів. Зазначимо, що об'єктом купівлі-продажу у сфері освітніх послуг є освітня послуга, яка охоплює не тільки професійно-значуща інформація та процес набуття знань, але й комплекс матеріальних та нематеріальних ресурсів, які уможливають власне процес навчання та його результати [1].

Домінантний методи ціноутворення на ринку освітніх послуг, які використовують заклади вищої освіти є витратний. Він спирається на реальні витрати на оплату навчального процесу на наступний навчальний рік в розрахунку на одного студента та охоплює матеріальні витрати забезпечення навчального процесу, витрати на оплату праці навчально-педагогічних працівників разом з соціальними відрахуваннями, амортизацію задіяних основних засобів, прямі інші витрати як витрати на НДПКР, видавничу діяльність, соціальні потреби (утримання студентських їдлень, медичного обслуговування, оздоровчі та спортивні заходи) тощо.

Визначення вартості навчання за престижною освітньою програмою здійснюється на основі поточних витрат, які збільшуються на розрахунковий коефіцієнт її прибутковості за формулою:

$$K_{\text{цїл.приб}} = \frac{P_{\text{цїл}}}{B_{\text{пот}}}$$

де $K_{\text{цїл.приб}}$ - коефіцієнт цільового прибутку; $B_{\text{пот}}$ - величина поточних витрат; $P_{\text{цїл}}$ - цільовий прибуток підприємства.

Отже, внаслідок витратного ціноутворення формується ціна, яку важко спростувати. Застосування витратного ціноутворення не потребує додаткових досліджень ринку або опитування споживачів ринку освітніх послуг, а відтак, рішення про рівень ціни формуються достатньо швидко. Однак, витратний метод не враховує попит на освітні послуги та їх економічну цінність. Водночас, в умовах погіршення демографічної ситуації, скорочення кількості населення, а згодом і студентської молоді в країні, а також збільшення кількості приватних закладів вищої освіти було б доцільним у сфері освітніх послуг використовувати також ринкові методи формування їх ціни. Поєднання витратних та ринкових методів ціноутворення у сфері освітніх послуг, яка має достаньо жорстке конкурентне середовище, дозволило б суттєво диференціювати престижні та непрестижні освітні програми, а відкритість рейтингових оцінок задіяних навчально-педагогічних працівників, окремих освітніх курсів сприяло б підвищенню ефективності суб'єктів сфери освітніх послуг, зростанню їх конкурентоспроможності та, врешті, прибутковості.

Перелік посилань:

1. Ринок освітніх послуг [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: https://uk.wikipedia.org/wiki/Ринок_освітніх_послуг

ШЛЯХИ ЗНИЖЕННЯ СОБІВАРТОСТІ ПРОДУКЦІЇ

Визначальним показником використання ресурсів є собівартість продукції, яка відображає ефективність управління витратами та фінансові результати підприємства.

Проблемі аналізу та скороченню собівартості присвячені численні дослідження. Так, методики аналізу собівартості продукції для управління підприємством подані у працях Є.В. Мниха, А.Ф. Аксьоненка, Г.В. Савицької, М.Г. Чумаченка. Пошуку шляхів зниження собівартості продукції підприємства як із позицій теоретичного осмислення, так і з точки зору використання практичного досвіду відображені в наукових розробках С.В. Степаненко, Т.В. Войтенко, Н.К. Воронної, О.Л. Устенко, А.М. Турила. Розглянуті дослідження актуалізують проблему пошуку шляхів зниження собівартості.

Кризовий стан багатьох економік, зумовлений сучасною світовою пандемією, зумовлює пошук резервів зниження собівартості продукції, що дозволяє не тільки збільшити прибутковість підприємств, забезпечити конкурентоспроможність та вигідні позиції на ринку, але й знизити ціну товарів та зробити їх доступними для споживачів. Найпоширенішими шляхами зниження собівартості продукції є: використання альтернативних аналогів сировини й матеріалів у виробництві, закупівля товарів гуртом, скорочення заробітних плат працівників, звільнення персоналу, облік, контроль і делегування повноважень [2].

Водночас, в їх використанні необхідна виваженість, оскільки деякі з них можуть шкодити бізнесу. Так, вибір дешевих матеріалів суттєво знижує якість продукції, зумовлює втрату довіри покупців та знижує їх попит на товар. Прийом же на роботу працівників нижчої кваліфікації уможливорює ризики зниження якості продукції, а інколи може обернутися виробничою аварією. А недоцільність гуртової закупівлі сировини загрожує підприємствам, які випускають продукцію обмежених термінів зберігання. Та, врешті, скорочення персоналу можливе лише за умови підвищення продуктивності його праці на основі використання досягнень науково-технічного прогресу. Останній напрям, на наш погляд, є найбільш перспективним з огляду на розв'язання проблеми скорочення витрат виробництва. Найбільш привабливими серед них є технології раціонального використання ресурсів, ресурсо- та енергоощадні. Відтак, в гонитві за мінімізацією витрат і максимізацією прибутків підприємства нерідко завдають власної шкоди, втрачаючи не тільки позиції на ринку, але й посилюючи ризики банкрутства. Тому, не зважаючи на значущість проблеми зниження собівартості продукції, необхідні виважені та обґрунтовані управлінські рішення стосовно скорочення витрат виробництва продукції підприємства.

Перелік посилань:

1. Бондар І.П. Виробничі витрати та їх класифікація [Текст] // І. П. Бондар // Економіка АПК. – 2019. – № 10.
2. Школа бізнесу. ШЛЯХИ ЗНИЖЕННЯ СОБІВАРТОСТІ РЕАЛІЗОВАНОЇ ПРОДУКЦІЇ [Електронний ресурс] / Школа бізнесу – Режим доступу до ресурсу: <https://online.novaposhta.education/blog/shlyahi-znizhennya-sobivartosti-realizovanoyi-produktsiyi>.

ЗАСТОСУВАННЯ ТА ОБМЕЖЕННЯ ТЕСТУ ГІПОТЕТИЧНОГО МОНОПОЛІСТА

Гіпотетичним монополістом (ГМ) є суб'єкт або група суб'єктів господарювання, які не мають інших конкурентів на ринку товару та здійснюють однакову цінову політику на відповідній території, що є або в майбутньому може бути єдиним продавцем товару та може максимізувати прибуток за рахунок власної діяльності без загроз конкуренції [1]. ТГМ може застосовуватися для визначення товарних та географічних меж ринків під час розгляду заяв та справ про надання дозволу на концентрацію, узгоджені дії суб'єктів господарювання, досліджень товарних ринків коли межі ринку не можуть бути визначені за допомогою застосування інших методів.

Тест ГМ («small but significant and non-transitory increase of price», далі – SSNIP) передбачає, що ГМ, який діє на досліджуваному ринку, здійснив невелике (5-10%), але значне та тривале (більше 1 року) підвищення цін принаймні на один товар, внаслідок чого отримав додатковий прибуток [2]. Якщо SSNIP лише частково охоплює відповідний ринок в товарних та/або географічних межах, що ГМ не зможе отримати додатковий прибуток внаслідок того, що його покупці переключатимуться на придбання неврахованих товарів-замінників. Припускається, що у випадку SSNIP покупець може: перейти на придбання іншого товару; відмовитися від придбання цього товару та його замінників; зменшити обсяги закупівлі товару, що подорожчав; не відреагувати на підвищення цін; застосувати змішану стратегію.

Порядок застосування ТГМ:

1. визначення цільового товару ГМ, тобто певного товару у найвужчих можливих межах;
2. дослідження зміни обсягів реалізації цільового товару внаслідок здійснення SSNIP; дослідження зміни прибутку ГМ після застосування SSNIP цільового товару;
3. аналіз критичних втрат проводиться для порівняння двох ефектів після проведення SSNIP: збільшення маржі на одиницю продукції та зменшення обсягу реалізації; порівняння фактичних втрат та критичних втрат від зменшення обсягу реалізації;
4. аналіз ланцюгів заміності;
5. аналіз заміщення пропозиції - при зростанні цін суб'єкти господарювання можуть здійснити його короткотермінове постачання, що може перешкодити ГМ отримати прибуток внаслідок SSNIP. Під час оцінки мають враховуватися: наявність у конкурентів ГМ технічних можливостей, потужностей та часу для переходу на виробництво товарів-замінників, а також потенційні втрати; заміність товарів для споживачів [1].

Обмеження до застосування ТГМ стосуються випадків цінової дискримінації (високі витрати при переході на інший товар; споживчий попит може відрізнитися залежно від часу та мети використання); суб'єктів господарювання з ознаками монопольного становища чи мають місце антиконкурентні узгоджені дії; ринків, на яких запроваджено цінове регулювання; різної еластичності попиту різних покупців ГМ; врахування інфляції; ринків вторинних товарів.

Перелік посилань:

1. Методичні рекомендації щодо застосування тесту гіпотетичного монополіста під час визначення ринків АМКУ від 10.07.2020 [Електронний ресурс]: <https://amcu.gov.ua/news/amku-zatverdiv-metodichni-rekomendaciyi-iz-zastosuvannya-testu-gipotetichnogo-monopolista>
2. Артеменко Л.П. Управління конкурентоспроможністю промислового підприємства: конспект лекцій [Електронний ресурс]: навчальний посібник для студ. 073 «Менеджмент» / КПІ ім. Ігоря Сікорського. – Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2020. – 180 с.

THE IMPACT OF CRYPTOCURRENCY LEGALIZATION IN UKRAINE ON ITS ECONOMY

In modern world due to all circumstances of scientific and technical development digital processes and Internet in general have become crucial components of human existence. One of the most significant indicators of technology penetration in our daily lives is the emergence of cryptocurrency since 2008. Ukraine has also taken part in spreading the use of cyber currency and according to American data platform Chainalysis report as of 2020 Ukraine took 10th place in the list of countries which have the biggest income from operations with Bitcoin (\$400 million) and 4th place in Global Crypto Adoption Index rate (overtaking USA and China) [1]. These two rates show that Ukrainian people are active users of crypto assets, they clearly know how to earn money on both short- and long-term trading and in perspective correct legal support from government may lead to huge economic and investing success. All of the above resulted in Ukrainian Parliament passing the law on virtual assets on 8 September 2021, which in fact was an official legalization of cryptocurrency and operations with it in the country (by coincidence the day after El Salvador has declared Bitcoin an official currency to reduce the cost of commissions during remittances from the United States) [2].

Talking about the benefits from legalizing cryptocurrency, almost all scientists unanimously claim that it will attract foreign investors to Ukrainian market, companies with crypto assets will be able to register their business, cooperate with banks and government officially, blockchain specialists will develop cryptocurrency culture and ecosystem to improve different spheres of the economic. Moreover, the government will receive a large budget replenishment with taxes on crypto transactions (5% rate till 2024), as well as with taxes on rising prices for cryptocurrency assets. The most actual advantage for Ukraine is that blockchain technology allows to check all information about monetary assets declared by officials, with only crypto wallet address everyone can see all done transactions; if the official does not provide the address, he will be prosecuted. Today around 75 billion UAH as crypto assets were declared by public servants [3].

Notwithstanding the foregoing, cryptocurrency can become a real catastrophe for Ukrainian economy. First of all, the share of GDP serviced by the hryvnia will decrease and will lead to a decrease in demand for the national currency, displacing it from stocks in commodity markets, so inflation will rise. Secondly, the fall in demand for the hryvnia currency will deprive the National Bank of Ukraine of the opportunity to put additional mass into circulation and generate emission income. Thirdly, as the cryptocurrency is not associated with the commission, interest income, which is an effective tool to stimulate savings as an investment resource, is lost [4].

In conclusion, legalization of cryptocurrency is a large-scale revolution for the Ukrainian economy, which still needs a properly developed government strategy for its profitable functioning.

References:

1. Vladimir Skripin (08.09.2021). The Verkhovna Rada adopted the bill "On Virtual Assets", which legalizes cryptocurrencies in Ukraine. URL: <https://itc.ua/news/verhovna-rada-uhvalila-zakonoproekt-pro-virtualni-aktivi-yakij-legalizue-kriptovalyuti-v-ukraini/>
2. Financial Club (07.09.2021). El Salvador raised the rate of bitcoin by legalizing it. URL: <https://finclub.net/ua/news/salvador-pidniav-kurs-bitkoina-ioho-lehalizatsiieiu.html>
3. Olexandr Novikov (08.09.2021). Bitcoins in declarations: why officials fail to hide bribes from cryptocurrency from NAPC. URL: <https://www.pravda.com.ua/columns/2021/09/8/7306404/>
4. About possible consequences of cryptocurrency legalization in Ukraine: (International scientific-practical conference "New forms of money and financial assets: formation, prospects, risks") / Savluk M.I. // Scientific works of NDFI – 2017. - №4 (81). – p. 92. URL: http://npndfi.org.ua/docs/NP_17_04_092_uk.pdf

ПРИНЦИПИ ФОРМУВАННЯ ПОДАТКОВОЇ СИСТЕМИ В УКРАЇНІ

Нині система оподаткування в Україні не достатньо успішно виконує свої функції щодо проведення загального оподаткування, соціальної справедливості, фіскальної достатності та прозорості процедур адміністрування. Це все може бути наслідками неправильного формування податкової системи. Тобто актуальним є проаналізувати чи дотримано основних принципів побудови раціональної системи оподаткування при формуванні податкової системи України.

Принципи оподаткування були вперше сформульовані Адамом Смітом. Вони зводяться до основних чотирьох понять: справедливість, загальність, визначеність, зручність [1]. Доповнюють та концептуально розширюють цей список принципи, розроблені Адольфом Вагнером [2]. Цей німецький економіст на першу роль у системі оподаткування вивів принцип достатності та еластичності. Саме це визначило оподаткування як систему, яка збалансовує інтереси платника податків та держави, з пріоритетом останньої.

Зрозуміло, що визначення оптимальних принципів оподаткування досі залишається предметом пошуків протягом усього часу існування податків. Серед усієї різноманітності думок щодо цієї проблеми, можна виділити ряд принципів, що є загальновживаними [3]:

- рівень податкової ставки має враховувати можливості платника, тобто рівень його доходів. Залишок доходів після сплати податків повинен забезпечувати нормальний розвиток;
- оподаткування повинно мати одноразовий характер;
- податки мають бути обов'язковими. Система не повинна лишати сумнівів щодо неминучості платежу;
- процедури розрахунку та сплати податків мають бути максимально зрозумілими, простими та зручними для платників та економічними для збирачів податків.

Нині в Україні ці принципи фактично уникаються [4]. По-перше, податкова система в Україні не враховує рівень доходів. При цьому не враховується можливість подальшого розвитку. По-друге, система оподаткування незрозуміла для більшості платників, а іноді навіть для збирачів податків. Адміністрування податків грає значну роль у ефективності надходження засобів до бюджету та суб'єктивному бажанні платників співпрацювати. Останнє призводить до доволі популярного явища ухиляння від податків. Враховуючи досить м'які покарання та значний відсоток корупції, перебування у «тіньовому» секторі економіки є надто поширеним. До того ж, складна система оподаткування робить можливим багаторазове взяття податків. Це призводить до загострення відносин між державою та платниками, що лише стимулює поширення явища приховування доходів.

Тож, можна зробити висновок, що наявна в Україні система оподаткування є досить неефективною і причина цього криється у недотриманні основних принципів оподаткування при її формуванні.

Перелік посилань:

1. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов. – М.: Ось-89, 1997. 255 с.
2. Wagner A. Grundlegung der politischen Ökonomie. Part 1, vol. 1. 3rd edn. - Leipzig: Winter, 1892
3. Теорія фінансів: підручник / Юхименко П.І., Федосов В.М., Лазебник Л.Л. та ін.; за заг. ред. В.М. Федосова, С.І. Юрія. – К.: Центр учбової літератури, 2010. – 576 с.
4. Кміть В.М., Лазунда А.В. Перспективи і напрями вдосконалення оподаткування доходів фізичних осіб із використанням зарубіжного досвіду // *Інфраструктура ринку* №37, 2019. <https://doi.org/10.32846/infrastruct37-83>

РОЗВИТОК ЕЛЕКТРОННОГО БАНКІНГУ ЯК ГОЛОВНИЙ НАСЛІДОК ПЕРЕХОДУ ДО БЕЗГОТІВКОВОГО СПОСОБУ ОПЛАТИ

Тема є актуальною на сучасному етапі економіки нашої країни та всього світу загалом, адже розвиток безконтактних технологій став необхідністю в умовах карантинних обмежень. У кризовій ситуації, в першу чергу, опинилася соціально-економічна, як галузь задоволення соціальних потреб індивідів, функціонування якої унеможлиблювалося через обмеження, що вводились, та соціальну дистанцію.

Значної популярності набуває електронний банкінг. Протягом останніх років спостерігається поступове збільшення кількості безготівкових транзакцій, що є передумовою до розвитку нового покоління банків. Загальносуспільний процес переходу до цифрового формату надання послуг, перш за все, впливає стан економіки як окремої країни, так і всього світу. Попит на швидке обслуговування не пов'язаний з епідеміологічною ситуацією, але це питання загострилося в умовах карантинних обмежень, коли взаємодія людей мінімізувалася, а отже обіг товарів та послуг різко впав, наслідком чого стала економічна криза. Банківська система зазнала значних змін, а саме вихід на ринок електронного банкіngu, функціонування якого базується на взаємодії інформаційних та інтернет-технологій з метою надання банківських послуг шляхом самообслуговування. Згідно з даними держдепартаменту електронної комерції Ощадбанку станом на весну 2021 року близько 70% клієнтів банків певним чином вже проводили платежі за допомогою мобільних додатків.

Метою дослідження є встановлення причинно-наслідкового зв'язку між розвитком електронного банкіngu та використанням мобільних додатків й надавання користувачами переваги безготівковим способам оплати. Розглянемо еволюцію залучення більшої кількості користувачів до банківських інтернет-послуг на прикладі історії Monobank.

Monobank зростає швидкими темпами – від 18000 тестових карток у жовтні 2017 року до першого 1000000 користувачів банк перетнув у травні 2019 року. Станом на 04.11.2021 зареєстрованих активних клієнтів з гривневими рахунками цього банку нараховується 4410289 [1]. Зручність мобільного додатку дозволяє користувачу здійснювати більше платіжних операцій, що пришвидшує грошовий кругообіг. Концепція задовольнила потреби клієнта своєю простотою, і тому банк зайняв прогалину, що утворилася внаслідок ускладнення механізмів отримання банківських послуг. Доступність також стала значним фактором у формуванні попиту на мобільні банки, адже більшість населення – це представники середнього класу, або недостатньо забезпечені громадяни, які не мали доступу до отримання даного виду послуг. Саме мобільні додатки стали частиною повсякденного розрахунку громадян у будь-якого роду економічних відносин. Ця обставина забезпечує виконання головного завдання економічних наук – задоволення суспільних потреб.

Також варто відзначити збільшення кількості платіжних операцій, здійснених за допомогою системи електронних платежів з мобільного пристрою з функцією NFC, комунікації ближнього поля, Google Pay – з 1,62% до 6,93%, та мобільного гаманця Apple Pay, з 4,22% до 20,3% [2]. Це підтверджує те, що електронний банкінг – це наслідок поступового переходу суспільства до безготівкового способу оплати.

Перелік посилань:

1. Дашборд monobank [Електронний ресурс]. Режим доступу до ресурсу: <https://www.monobank.ua/dashboard>
2. Інфографіка статті «Аналітика онлайн-платежів Fondy в 2021 році» [Електронний ресурс] / Хиптюк Дмитро – 2021. Режим доступу до ресурсу: <https://fondy.ua/uk/blog/online-payments-analytic-2021/>

Бондар-Підгурська О.В.,
д.е.н., доцент кафедри менеджменту
Уграновська А. І.
магістрантка, гр. МАМ-2

ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

УПРАВЛІННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЮ БЕЗПЕКОЮ КОРПОРАЦІЙ УКРАЇНИ В УМОВАХ НОВИХ ВИКЛИКІВ І ЗАГРОЗ

В період зростання викликів і загроз задоволенню життєво важливим інтересам (ЖВІ) населення України, а також функціонуванню та розвитку корпорацій питання управління їх інформаційною безпекою потребують підвищеної уваги та набувають особливої актуальності. Інформаційна безпека нині стає середовищем функціонування інноваційної економіки сталого розвитку, а інформація – першопричиною явищ і процесів. При цьому, національне господарство є відкритою економічною системою глобального характеру, стійкий розвиток, якого забезпечується завдяки обміну із зовнішнім середовищем відповідно змістовного ланцюга «інформація – знання (енергія) – інновація (матерія) – задоволення ЖВІ населення країни». Кожна його складова відповідає певному типу економіки (інформаційній – Ф. Хайєка й Е. Тоффлера, знанієвій – Д. Белла, інноваційній – П. Друкера), спричиняючи взаємодифузію. Водночас доцільно виокремити основні чинники, що створюють загрозу інформаційній безпеці корпорацій (industrial espionage, greenmail, phishing, raiding, computer viruses) [1] і країни в цілому: 1) розповсюдження недостовірної або умовно викривленої інформації, спрямованої на руйнування суспільної злагоди, духовних і моральних цінностей суспільства, а також розпалювання національної, релігійної та соціальної ворожнечі; 2) залежність інформаційної інфраструктури країни від імпорту закордонних інформаційних технологій, засобів і систем інформатизації, зв'язку та програмного забезпечення; 3) недостатня забезпеченість кваліфікованими кадрами у сфері інформаційних технологій і захисту інформації, відтік за кордон висококваліфікованих фахівців; 4) невідповідність інформаційного забезпечення державних і суспільних інститутів вимогам управління економічними, політичними та соціальними процесами; 5) недостатній розвиток системи державного ліцензування, сертифікації продуктів і систем інформаційних технологій і атестації об'єктів інформатизації відповідно до вимог інформаційної безпеки, а також використання несертифікованих інформаційних технологій, заходів захисту інформації, інформатизації і зв'язку; 6) зростання кількості числа злочинів, скоєних із використанням інформаційних технологій; 7) відсутність в Україні ефективної системи забезпечення збереження відкритої інформації, зокрема тієї, що являє собою інтелектуальну власність [2]. Крім того, управління інформаційною безпекою корпорацій передбачає дотримання таких правил: підвищення рівня обізнаності персоналу; захист фізичних носіїв даних і робочих пристроїв; сегментування мережі та контроль користувачів, які намагаються увійти; співпраця з перевіреними постачальниками послуг; захист віддаленого доступу до мережі корпорації. Отже, підвищення ефективності управління інформаційною безпекою корпорацій України та вчасне упередження нових викликів і загроз стає нині основою сталого розвитку економіки та підвищення рівня задоволення ЖВІ населення.

Перелік посилань:

1. Bondar-Pidhurska O., Glebova A. Information security as a digital technologies development factor of innovative socially oriented economy. *Atlantis Press. Advances in Economics, Business and Management Research*. 2020. 7 December. Vol. 156. С. 307–313.
2. Бондар-Підгурська О. В. Управління процесом гармонізації національних інтересів в контексті інноваційного соціально-орієнтованого розвитку України. *Вісник Кременчуцького національного університету імені Михайла Остроградського. Серія «Економічні науки»*. 2014. № 1 (3). С. 83–95.

ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ МЕТОДІВ ОЦІНКИ ПЕРСОНАЛУ

За оцінками експертів ВЕФ [1], щоб мати можливість скористатись перевагами цифрової економіки як урядам, так і бізнесам вже зараз варто долучатись до Reskilling Revolution та впроваджувати «Skills Gap Accelerator Models». Це дозволить забезпечити персоналу адаптацію до нових «цифрових» умов діяльності, а бізнесам раціонально використовувати та розвивати наявний кадровий та інтелектуальний потенціал в умовах становлення індустрії 4.0. Здійснення інвестування у розвиток персоналу в нових умовах вимагає від підприємств проведення відповідного його оцінювання. Методики та методи такого оцінювання визначаються особливостями і завданнями виробничо-господарської діяльності, характером поточного функціоналу працівників, специфікою бізнес-процесів, стратегічними пріоритетами, інвестиційними можливостями та рівнем розвитку системи управління. Серед них найчастіше виділяють: Management by Objectives (1) – полягає в спільній постановці специфічних цілей, які можна виміряти для кожного з працівників, обговорення фактів щодо їх досягнення та оцінювання результатів їх виконання по закінченню звітного періоду та використовується для оцінки працівників усіх рівнів, на основі результатів приймається рішення щодо удосконалення системи мотивації; Performance Management (2) – полягає у оцінюванні результатів діяльності працівників, цілі яких тісно взаємопов'язані з інтересами підприємства (постановка цілей відбувається зверху вниз, їх досягнення оцінюється за допомогою KPI's); Assessment Center (3) – полягає в комплексному оцінюванні персоналу і направлений на виявлення його психологічних та професійних якостей для визначення відповідності пулу завдань; метод 360 ° (4) – полягає в оцінюванні працівників їхнім оточенням (керівником, колегами, іноді клієнтами), є об'єктивним та корисним не тільки для оцінки сильних сторін працівників, а й визначення можливих зон їхнього розвитку, оптимізації системи комунікацій; атестація (5) – полягає у оцінюванні співробітників інструментами тестування (під конкретні компетенції) та дозволяє оцінити рівень їх кваліфікації та психологічний стан; метод моделювання ситуації (6) – полягає у створенні штучних робочих ситуацій, близьких до реальних, у яких працівник показує свої здатності до прийняття рішень, уміння бути гнучким, демонструє стиль роботи та стресостійкість [2].

Таблиця – Порівняння методів оцінки персоналу

Групи показників	1	2	3	4	5	6
Результати праці	+	+	+	-	-	-
Особисті якості	-	-	+	+	+	+
Професійна поведінка	-	-	+	+	+	+

Метод Assessment Center дозволяє комплексно оцінювати ефективність персоналу, проте в умовах цифровізації ряд оціночних критеріїв має бути доповнений тими, що орієнтовані на «нові» компетенції та потреби персоналу (розумне та асистивне споживання, гнучкі та адаптивні компетенції, унікальні кар'єрні траєкторії в основі трудових стратегій) [3]. Це дозволить підприємствам розвивати свій кадрово-інтелектуальний потенціал, забезпечить переорієнтацію HR-служб на нові умови роботи з персоналом.

Перелік посилань:

- 1) Closing the Skills Gap Accelerators: дані ВЕФ. URL: <https://www.weforum.org/projects/closing-the-skills-gap-accelerators>
- 2) Дідур К.М. Сучасні методи оцінки персоналу [Електронний ресурс] // Ефективна економіка. - 2011. - № 11. - URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2011_11_20
- 3) Цифрові компетенції як умова формування якості людського капіталу : аналіт. зап. / [В.С. Куйбіда, О.М. Петрос, Л.І. Федулова, Г. О. Андрощук]. – Київ : НАДУ, 2019. – 28 с. URL: <http://academy.gov.ua/pages/dop/198/files/90a7d5c8-d10a-4f8f-8987-4d1077fdc8f6.pdf>

АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИДІВ РЕКЛАМИ В ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ

У 2019 р. обсяг європейського ринку інтернет-реклами перевищив 64 млрд євро і виріс на 12,3% в порівнянні з 2018 р. [1]. Обсяг рекламного ринку України [2] розподіляється між ТВ-рекламою (46%), інтернет-рекламою (25%), ООНМедіа (17%) та іншими (табл.1)

Таблиця 1. Розподіл ринку реклами України за видами носіїв реклами*

Вид носія реклами	Обсяг ринку, млн. грн	Доля у загальному обсязі ринку реклами, %	Тенденції змін, % на рік
ТВ-реклама	11500 - 12500	46,5	+ 6%
Digital Медіа реклама	5700 - 7000	25,4	+ 10%
ООН Медіа	4200 - 3200	18,0	-15...20%
Реклама в пресі	≈1600	7,0	-15...20%
Радіо-реклама	≈700	3,0	±0%
Реклама у кінотеатрах	≈ 30	0,1	-50...70%
Разом		100,0	±1%

*таблиця складена авторами на підставі даних [2].

Загальний обсяг ринку реклами стабільний і, за умови паління обсягу одних напрямів – інші мають можливість стрибкоподібного зростання. Отримані аналітичні результати протирічать даним [3], де прогнозувалося падіння темпів зростання ринку до 2023 року. Але пандемічна ситуація 2020-2021 років підтверджує тенденції таблиці 1. За даними [4] основні користувачі інтернету - люди віком від 18 до 44 років (78% усіх користувачів). Відповідно до оновленої [5] вікової класифікації ВОЗ молодий вік особи становить 25-44 роки. З урахуванням того, що 70% користувачів інтернету мають вищу або незавершену освіту, 75% є кваліфікованими працівниками, керівниками або студентами вузів [4] і, одночасно, це все молоді люди, то формування рекламного контенту в інтернеті повинно базуватися на специфічних, притаманних саме такій категорії споживачів, парадигмі.

Ефективність інтернет-реклами оцінюють за допомогою коефіцієнтів CTR (click through rate, співвідношення між кількістю демонстрацій банера і кліками по банеру) і CPC (cost per click, обчислюється при виході з поточного банера на конкретному майданчику і ціни CTR за 1000 демонстрацій банера). Сума інвестицій в рекламу формується рівнем показників CTR і CPC і варіюється в межах 500...5000 дол. США.

Дослідження показало, що інтернет-реклама є ефективним інструментом за умови коректного вибору виду реклами та цільової аудиторії. Доцільно спрямовувати рекламу на молодих та освічених споживачів, формувати контент на специфічній, притаманній саме такій категорії споживачів, парадигмі. Ціна реклами залежатиме від показника CTR та популярності ресурсу, на якому буде розміщуватися рекламний контент.

Перелік посилань:

1. Європейське Бюро інтерактивної реклами (IAB Europe). Звіт . Електронний ресурс – Режим доступу: https://iabeurope.eu/wp-content/uploads/2020/06/IAB-Europe_AdEx-Benchmark_2019_2020_FINAL_03.06.20.pdf?fbclid=IwAR2Sg_piypFJ_t03udrSBO_hykp-wpvlQYw5yCjZvLesun61Y2wFmt1EXcl
2. Всеукраїнська рекламна коаліція (ВРК). – Електронний ресурс. Режим доступу: <https://vrk.org.ua>
3. Digital Advertising Report 2021.- Електронний ресурс. Режим доступу: <https://www.statista.com/study/42540/digital-advertising-report/>
4. Албітов А. Можливості Інтернет-статистики. //Інтернет-маркетинг. – Електронний ресурс. Режим доступу: <http://webrating.ru/13930>.
5. Лексеми для коректного висвітлення в медіа різних вікових груп. – Електронний ресурс. Режим доступу-<https://imi.org.ua/advice/leksemy-dlya-korektnogo-vysvitleniya-v-media-riznyh-vidovyh-grup-i33168>

Вовк О.М.,
д.е.н., доцент, заступник декана факультету економіки та бізнес-адміністрування
Ковальчук А.М.
к.е.н., доцент кафедри економіки повітряного транспорту
Національний авіаційний університет

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ АДАПТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ

У сучасних умовах функціонування підприємств їх економічний потенціал є підґрунтям до стійкого зростання, стратегічного розвитку. Саме наявність належного рівня економічного потенціалу дозволяє підприємству сформулювати необхідні стратегічні орієнтири, забезпечити досягнення обраних цілей та подолати усі виклики, що діють на нього в умовах становлення адаптивної економіки. Концептуальні засади розвитку економічного потенціалу та складових його забезпечення є предметом наукових досліджень [0, 2, 3], проте постійність трансформацій та адаптацій зумовлюють актуальність обраної теми. Адаптивна економіка передбачає формування стійких до викликів та загроз економічних відносин, господарських структур та процесів, що сприяють їх розвитку.

В умовах постійних змін та адаптацій до них на розвиток економічного потенціалу підприємств прямо чи опосередковано впливають наступні детермінанти:

- інноваційний рівень підприємства (використання новітніх технологій, нових видів техніки та методів організації управління і виробництва);
- інтелектуально-цифровий стан (програмне забезпечення, залучення інструментів Індустрії 4.0, діджиталізація економічних процесів);
- рівень кадрово-персонального забезпечення (компетенції персоналу, його відповідність, працездатність, формування колективу, управлінська діяльність, мотивація);
- стан виробничих потужностей (наявність і стан матеріальних та нематеріальних активів);
- маркетингове середовище (асортимент товарів, просування та збут товарів на ринках);
- стан організаційно-правового забезпечення (знання та розуміння законодавства, організаційна структура підприємства, повноваження персоналу);
- фінансовий стан підприємства (забезпеченість фінансовими ресурсами, оптимальна структура власного та залученого капіталу, інвестиційна діяльність).

Водночас сучасні процеси, що притаманні адаптивній економіці та функціонуванню господарських структур спричиняють появу так званих демотиваційних факторів, котрі характеризуються деструктивним гальмуючим характером. Зазначені впливи відображаються на скороченні темпів розвитку підприємства, зменшенні рівня його економічного потенціалу та формують загрози стійкості системи економічної безпеки. Зауважимо, що в умовах постійних адаптацій, як мотиваційні так і демотиваційні фактори є змінними та в деяких випадках можуть діяти обернено до своєї сутності, тобто демотиваційні загрози переростають у мотиваційні фактори та навпаки, саме тому доцільно розглядати їх із врахуванням впливів одні на одних.

Перелік посилань:

1. Ареф'єва О. В., Вовк О. М. Адаптивне управління підприємствами в умовах неотехнологічного відтворення: монографія. Київ : НАУ, 2020. 232 с
2. Ковальчук А. М. Детермінанти забезпечення мотиваційного управління економічною безпекою підприємств в умовах стійкого розвитку. *Вісник Київського національного університету технологій та дизайну. Серія «Економічні науки»*. 2020. № 3(147). С. 98-107 <https://doi.org/10.30857/2413-0117.2020.3.8>
3. Вовк О.М., Загайна С.Ю. Управління розвитком економічного потенціалу: вартісний підхід та фактори впливу на вартість. *Регіональна економіка та управління*. № 4 (30), 2020. С. 32-35

АНАЛІЗ ПОКАЗНИКІВ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ КОНДИТЕРСЬКОЇ ГАЛУЗІ

Кондитерська галузь – одна з найбільш розвинених галузей харчової промисловості України. Головним напрямком розвитку цієї галузі є необхідність підвищення якості, харчової цінності і смакових переваг кондитерських виробів, а також розширення їх асортименту. Зростання доходів населення та підвищення його купівельної спроможності призводить до підвищення попиту на продовольчі товари, покупці стають вибагливішими і це веде до стимулювання кондитерських підприємств розвиватися. Тому тема є актуальною на сучасному етапі розвитку національної економіки [1].

Розглянемо основні показники галузі за 2016 – 2020 роки. В 2020 р. частка витрат населення на продовольчі товари зросла на 75 % відносно 2016 року. При цьому 12% витрат припадає на кондитерські товари. Проведений моніторинг динаміки зміни обсягів реалізації продукції за 2016 – 2020 роки на основі даних [2] представлено в табл. 1.

Таблиця 1

Динаміка зміни обсягів реалізованої продукції за основними видами кондитерського виробництва України, млн. грн. за 2016-2020 рр.

Обсяг реалізованої продукції	2016	2017	2018	2019	2020
Виробництво хліба та хлібобулочних виробів	14917,2	17098,5	18840,5	20898,1	19970,3
Виробництво сухарів і сухого печива	11692,9	12939,8	14096,4	15363,1	15436,7
Виробництво какао, шоколаду та цукрових кондитерських виробів	15539,1	18255,6	21087,0	22472,0	22132,9

Дані табл.1 демонструють, що всі показники протягом досліджуваного періоду збільшуються та мають позитивну тенденцію.

Також про позитивний розвиток галузі, свідчить те, що українські виробники кондитерських товарів займають високі позиції в міжнародному рейтингу 100 найкращих виробників. У 2020 році за результатами спеціалізованого видання Candy Industry, корпорація Roshen посіла 27-те місце, АВК виявилася на 65-му місці, Millennium – 74 місце, а Konti – 80. У лідерах рейтингу – корпорації Mondelez International (3-тє місце) і Nestle (6-те місце), які володіють вітчизняними брендами «Корона» і «Світоч» [3]. Тобто бачимо, що компанії зміцнюють свої позиції та мають високі продажі.

Отже, можемо зробити висновки що кондитерська галузь нарощує свої обсяги виробництва та за останні 5 років спостерігається позитивна тенденція до розвитку. Також, можна сказати що кондитерське виробництво України є висококонцентрованим, а якість виробів знаходиться на високому рівні, про що свідчить втримування наших компаній на високих позиціях в міжнародному рейтингу найкращих кондитерських виробників. Також треба відмітити що велика кількість підприємств в галузі є бар'єром для виходу на ринок новачків.

Перелік посилань:

1. Вісник студентського наукового товариства «ВАТРА» Вінницького торговельно-економічного інституту КНТЕУ 2020 [Електронний ресурс] / Режим доступу: http://www.vtei.com.ua/doc/2020/23042020konf/14_94.pdf
2. Державна служба статистики України [Електронний ресурс] / Режим доступу: www.ukrstat.gov.ua
3. The specialized site of the Candy Industry world confectionery market [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://www.candyindustry.com>
4. Дем'яненко К. В. Анализ рынка кондитерской продукции в Украине. [Електронний ресурс] / Режим доступу: <https://articlekz.com/article/27872>

СПЕЦИФІКА ОБ'ЄКТІВ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

Об'єктом економічної безпеки для підприємства є будь-який фактор діяльності, що впливає на його функціонування та дохідність [1].

Безпека визначається як станом використання чинника, так і діями, які знижують ефективність використання цього чинника підприємством. Економічна безпека визначається: протизаконним присвоєнням доходів та власності підприємства; протидією його інтересам конкурентами та злочинцями; діями менеджменту та персоналу, спрямованими на задоволення власних потреб, що перешкоджають інтересам підприємства. Дії менеджменту та персоналу можуть бути як навмисними, так і неусвідомленими [2].

Найбільших збитків може бути завдано наступним факторам діяльності підприємства: активам підприємства, що становлять його власність (матеріальні, нематеріальні активи); технічному стану виробництва (перешкоджання оновленню інфраструктури); технології та організації виробництва (особливості та інноваційні секрети); системі безпеки підприємства; спотворенню фінансової звітності.

Доступ до інформації про стан кожного з цих факторів може бути використаний проти підприємства для зниження його економічної безпеки. Для забезпечення економічної безпеки підприємство використовує власний, державний та суспільний потенціал. Власний потенціал визначається: активами, які перебувають у його розпорядженні; чисельністю, структурою, кваліфікацією та компетенцією персоналу підприємства; станом технології та обладнання, що використовується; структурою, кваліфікацією та ступенем компетентності менеджменту.

Фундаментом, що реалізує безпеку підприємства, є державні ресурси: законодавча база, державна та місцева адміністрація, державні органи правопорядку. З метою забезпечення безпеки підприємства варто ефективно використовувати і громадські ресурси захисту за допомогою засобів, громадських рухів. Використання громадських ресурсів вважається дуже ефективним засобом захисту підприємства.

До причин, що підвищують економічну безпеку підприємства, можна віднести усунення причин де-мотивації працівників. Для стимулювання персоналу необхідно виконання таких умов: забезпечення справедливої з погляду співробітника винагороди за працю; забезпечення робочого місця необхідними матеріалами, інформацією, станом обладнання; створення умов підвищення кваліфікації, ка'єрного зростання; створення та використання системи матеріального та морального заохочення.

Щоб виключити можливість використання ресурсів підприємства в особистих інтересах співробітників, що суперечать інтересам підприємства, можна вживати наступних заходів: з'ясувати причини та можливі шляхи вирішення цієї проблеми; адміністративно заборонити, запроваджуючи систему обліку використання інтернету та робочого часу; запровадити систему штрафів та заохочень; звільнити співробітника.

Таким чином, забезпечення економічної безпеки об'єктів власності має здійснюватися на основі системного впливу економічних, організаційних, адміністративних, інформаційних, правових та інших методів на поведінку персоналу та менеджменту, а також дотримання посадових інструкцій, стандартів та інших внутрішньо-фірмових положень.

Перелік посилань:

1. Економічна безпека підприємства: монографія / А. К. Моденов, Е. И. Беякова, М. П. Власов, Т. А. Лелявина – 2019 - с.229-261.
2. Ткаченко Т. П. Генезис розвитку теорії економічної безпеки та системний підхід до її трактування. *Економічний вісник НТУУ "КПІ"*. 2021. № 18. С. 1-10
URL : <http://ev.fmm.kpi.ua/issue/view/13283> DOI: <https://doi.org/10.20535/2307-5651.18.2021.240451>
3. Arefieva, O., Tulchynska, S., Popelo, O., Arefiev, S., Tkachenko, T. (2021). The Economic Security System in the Conditions of the Powers Transformation. *IJCSNS International Journal of Computer Science and Network Security*, 21(7), 35-42. <https://doi.org/10.22937/IJCSNS.2021.21.7.4>

ВПЛИВ МІГРАЦІЇ НА СУЧАСНУ СВІТОВУ ЕКОНОМІКУ

Тема є надзвичайно актуальною на сучасному етапі розвитку економіки нашої країни. Станом на початок 2021-го року, кількість українців за кордоном становить 2,5-3 млн осіб (що становить 9,5% людей у працездатному віці).

Звичайно, у порівнянні з 2019-тим (3,2 млн) цифра зменшилася, але ця різниця спричинена лише через поширення пандемії COVID-19, адже зараз стало набагато важче знайти таку роботу, яка надовго дозволить залишатися за кордоном. Серед головних мотивів (станом на 2019 рік) виділяють: задоволення мінімальних потреб сім'ї (50% опитаних), 30% хотіли полишити країну, щоб самореалізуватися, 20% – через відсутність перспектив в Україні. Найбільше були схильні до міграції люди у віці 18-64.

Однак за останні роки, коли в Україні були значні труднощі, надходження від споживання грошової маси, більшу частину якої складали грошові перекази (згідно з статистикою, за 2019-2020 роки в Україну надійшло більше 5 млн.\$), відіграла важливу контрциклічну роль у покращенні функціонування економіки. До того ж співвідношення припливів переказів до припливів іноземних інвестицій становило 2:1. Найбільш негативний факт - втрата людського капіталу, що складається з дійсно кваліфікованих фахівців, які вибирають працювати за кордоном (здебільшого у США та країнах ЄС), з роками тільки збільшується. Саме так званий “відтік мізків” найбільш несприятливо впливає на економіку. За останні 20 років виїхали з України тисячі аспірантів, сотні кандидатів наук; ще існує тенденція до навчання за кордоном. Проте існує судження, що студенти після здобуття освіти повертаються в рідну країну з новими ідеями, що призводить до удосконалення різноманітних сфер життя, у яких ті ідеї генеруються. Але ймовірність повернення набагато менша, у порівнянні з перспективою залишення за кордоном. Ба більше, більшість навіть не працюють за своєю спеціальністю. Основними причинами будь-якої трудової міграції є пошук вищих зарплат і стандартів життя. Головними мотивами від'їзду вважаються: бажання і можливості покращити своє економічне становище; страх залишитися на батьківщині без роботи через відсутність перспектив; недостатня забезпеченість науково-технічним обладнанням.

Отже, необхідно в Україні інтенсивніше створювати такі умови проживання, які б достатньо задовольняли людей, щоб ті, у свою чергу, залишалися жити на батьківщині, не шукаючи кращого буття за кордоном. І найвагомішими проблемами є високий рівень корупції, застаріла інфраструктура та нестача можливостей для працевлаштування. Попри найголовнішу ціль, існує ще і друга- покращення соціальних аспектів української міграції. Хоча завдяки збільшенню діаспор відповідно збільшується і рівень підтримки між українцями, проте майже третина емігрантів не мають ніякого юридичного статусу у країні, де вони перебувають. Станом на початок 2021, майже 41 тисяча українських громадян перебувала на території Європейського Союзу нелегально, тому Україна опинилася на 3-му місці по кількості мігрантів-нелегалів серед країн ЄС. Саме тому, влада повинна більше співпрацювати з країнами для поліпшення правового статусу мігрантів та їхнього соціального забезпечення. Істотно важливе проведення такої політики, адже не дарма говорять: “Добробут країни залежить від добробуту її населення.

Перелік посилань:

1. Пеньковські Є. Вплив трудової міграції на українську економіку [Електронний ресурс] / Єжи Пеньковські // «Вокс Україна». – 2021. – Режим доступу до ресурсу: www.voxukraine.com

2. Даннетт К. Відтік Мізків Може Принести Україні Несподівані “Бонуси” [Електронний ресурс] / Кріс Даннетт // "Вокс Україна". – 2015. – Режим доступу до ресурсу: <https://voxukraine.org/brain-drain-ukr/>

ТІНЬОВА ЕКОНОМІКА В СІЛЬСЬКОМУ ГОСПОДАРСТВІ УКРАЇНИ

Тема є досить актуальною на сучасному етапі розвитку економіки нашої країни, так як саме сільське господарство забезпечує нас продовольством та сировиною, яка потім використовуються у цілому ряді галузей промисловості; ба більше, близько 3 млн. трудових ресурсів України зайнято у цій сфері господарства.

Загалом майже половина валютної виручки, та до п'ятої частини ВВП генеруються саме агропромисловим комплексом. Проте, активність більшості підприємств надійно прихована у підпіллі. За деякими даними, до 30% діяльності сільськогосподарського сектору сконцентровані в "тіні".

На макроекономічному рівні встановлено, що тіньова економіка шкодить економічному зростанню та перешкоджає підвищенню рівня життя. На мікрорівні було виявлено, що тіньова економіка зменшує державні доходи, що призводить до недостатнього забезпечення або погіршення якості суспільних благ і послуг. Більше того, подібна діяльність перекошує розподіл ресурсів, зменшує нагромадження людського та фізичного капіталу, підриває продуктивність та потенційний випуск.

Відповідно до даних Держгеокадастру, у приватній власності перебуває орієнтовно 31 млн. га землі. Згідно з ДФС, платники єдиного с/г податку обробляли лише 60%. Усі інші землі можуть і дійсно не оброблятися, однак згідно з космічними знімками, в Україні фактично немає таких територій, які не обробляються. Таким чином, держава втрачає до 30 млрд. грн.

Окрім того, більшість фермерів та підприємців навіть не заперечують існування та процвітання тінізації економіки. За опитуваннями 40% фермерів признаються, що реалізують свою продукцію на чорному ринку, або іншими словами- продають за готівку та без оформлених документів.

Так звана "тінь" процвітає у агропромисловій сфері, і саме тому необхідність упровадження заходів велика. Для початку потрібно виділити кошти на організації, які будуть відслідковувати порушників та карати їх (можливе навіть залучення до кримінальної відповідальності), тобто потрібне створення спеціальних органів, які будуть прослідковувати відмивання доходів за швидкий час. По-друге, удосконалення сфери застосування безготівкових розрахунків та загалом платіжної інфраструктури, для досягнення більшої прозорості у відносинах продавця-покупця. По-третє, боротьба з корупцією. По-четверте, зміцнення економічної безпеки країни шляхом поглиблення міжнародної та глобальних інтеграцій.

Отже, проти тінізації економіки допоможе лише комплексне виконання заходів, і почати необхідно з розробки стратегії, яка і приведе до успіху, тобто зменшення "тіней" у сільськогосподарській галузі.

Перелік посилань:

1. Кубах П. Вплив тіньового ринку на розвиток сільського господарства та сільських територій [Електронний ресурс] / Поліна Кубах // Вокс Україна. – 2021. – Режим доступу до ресурсу: <https://voxukraine.org/vplyv-tinovogo-rynku-na-rozvytok-silskogo-gospodarstva-ta-silskyh-terytorij/>

2. Соколов М. Як тіньовий агросектор відбирає у держави бюджет МОЗ [Електронний ресурс] / Михайло Соколов // LB.ua. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: https://lb.ua/economics/2017/12/05/383781_yak_tinovy_agrosector_vidbiraie.html.

ЕКОЛОГІЧНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЯК ВИЗНАЧНИЙ ЧИННИК ПРИ ВЕДЕННІ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Тема є актуальною для розвитку економіки України та підтримання конкурентоспроможності її продукції на міжнародному ринку. Глобалізація пришвидшила розвиток економіки світу, проте підприємці надмірно експлуатували природні ресурси, що призвело до їх виснаження та руйнування. У зв'язку з цим було отримано ряд екологічних проблем котре потребують вирішення.

Починаючи з другої половини двадцятого століття уряди провідних країн світу почали роботу над регуляцією екологічних та економічних проблем. Було створено концепцію, яка вперше була представлена у 1987 році на доповіді Всесвітньої комісії ООН з навколишнього середовища та отримала назву «концепція сталого розвитку». Вона зберігає свою актуальність донині, так у 2012 році на конференції ООН «Ріо+20» було введено термін «зелена економіка» - який визначає таку економічну систему, котра балансується на стабілізації економічних та екологічних інтересів.

Україна підтримала ряд заходів щодо забезпечення екологічних інтересів під час економічної діяльності. Підписавши угоду про асоціацію з ЄС, наша держава визначила основну стратегію державної еко політики та виконує план дій з її реалізації та схвалила Енергетичну стратегію на період до 2030 року. Цей закон визначає покращення екології у таких сферах: якість атмосферного повітря, зміна клімату, управління відходами та охорона біологічних ресурсів [1].

За індексом екологічної стійкості, наша держава за 10 років покращила показники екологічної ефективності. У 2020 році Україна посіла 60 місце, для порівняння у 2012 держава отримала 102 місце серед країн світу. Рівень екологічної безпеки серед агрокультур визнаний найкращим у світі, що може бути пов'язаним з експортоорієнтованістю цього виду діяльності [2].

Попит на органічну сільськогосподарську продукцію стрімко зростає на міжнародному ринку, тому переорієнтування первинного сектору економіки України є фундаментальним. У 2019 році було нараховано 520 виробників органічної продукції, необхідно зазначити, що 90% органічної продукції експортується та має високу рентабельність. Проте потенціал вітчизняних земель дозволяє збільшити кількість підприємств втричі. Саме виробництво сільськогосподарської продукції за умов дотримання принципів збереження екології та засад сталого розвитку може стати новим етапом розвитку первинного сектору економіки України.

Для ефективного функціонування індивідуальної та корпоративної екологічної відповідальності необхідно покращити засоби державної підтримки, підвищити свідомість населення та сформувати екологічне мислення. Одним з найпотужніших методів є розвиток нормативно-правової бази, а саме оподаткування забруднень та надання дотацій підприємствам які дотримуються принципів екологічної відповідальності.

Екологічна відповідальність забезпечує збалансування економічних та екологічних інтересів у процесі господарської діяльності та забезпечує повноцінне ведення економічної діяльності суспільства у майбутньому.

Перелік посилань:

1. Верховна Рада України/ Офіційний сайт (Електронне джерело) Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2697-19#Text>
2. Індекс екологічної стійкості/Офіційний сайт (Електронне джерело) Режим доступу: <https://epi.yale.edu/epi-results/2020/country/ukr>

ЦИРКУЛЯРНА ЕКОНОМІКА В УКРАЇНІ: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ ПЕРЕХОДУ

Сьогодні будь-яка країна світу занепокоєна екологічною ситуацією, адже стан забруднення деяких територій є критичним. Економічна наука, у свою чергу, пропонує модель розвитку, що базується на раціональному та відновлювальному споживанні ресурсів. Дана тенденція є альтернативою традиційній економіці та завдяки її підходам мінімізує антропогенний вплив на довкілля, що може значно покращити екологічну ситуацію у світі. Отже, мова піде про циркулярну економіку, або економіку «замкненого циклу», основні принципи якої базуються на переробці вторинної сировини та відновленні ресурсів.

Дану модель відносять до Четвертої промислової революції, мета якої полягає у підвищенні раціонального використання ресурсів, прозорості та передбачуваності економіки в цілому. Ключова ідея «Циркулярної економіки» полягає у переосмисленні підходу «взяти, використати, викинути» та переходу до багаторазового споживання продукції.

На даний момент, екологічна ситуація в Україні є не дуже позитивною, адже кількість сміттєзвалищ з кожним роком зростає все стрімкіше, а вони в свою чергу є джерелом великої екологічної небезпеки. Також у сфері переробки сміття Україна значно відстає від країн європейського союзу, через відсутність належної інфраструктури та технології.

Згідно з дослідженням агентства 24/7 Wall St., Україна посідає 9-те місце в рейтингу країн з найбільшим обсягом сміття на людину (10,6 т. на одну людину). Отже, Україна виробляє більше 474 млн тон відходів щороку, 448 млн з яких є небезпечними [1].

Ще одним проблемним моментом в країні у процесі становлення циркулярної економіки є відсутність тарифу на переробку відходів, що вже призвело до того, що фактично 50% ринку вторинної сировини є тіньовим. Окрім фцього, український ринок вторинної сировини перебуває на початковій стадії свого розвитку, що також є негативним фактором.

Наша країна вже підписала велику кількість програмних документів, але цілісна система підтримки розвитку циркулярної економіки поки не сформована, а стан розвитку галузей економіки «замкненого циклу» досі перебуває на низькому рівні. В умовах сьогодення Україна, беручи приклад з країн ЄС, повинна здійснити низку конкретних змін, які будуть спрямовані на перехід від лінійної економіки до економіки циркулярної. Основними з яких є :

- зміна структури державних закупівель: необхідно орієнтуватися на екологічно доцільні види виробництва, а замовникам обирати не найдешевшу пропозицію, а концепцію «зелених» або сталих видів продукції, яка передбачає врахування критеріїв екологічності та енергоефективності;
- використання досвіду розвинених європейських країн зі схожою правовою та інституціональною системою, необхідно розробити ефективну законодавчу базу функціонування циркулярної економіки в Україні;
- зміна способу виробництва і споживання товарів з короткотермінового до довготермінового, підвищення якості продукції, переорієнтація виробництв на товари повторного використання, а також впровадження особливих вимог до маркування сприятиме підвищенню рівня обізнаності споживачів та виробників.

Отже, політика України у сфері циркулярної економіки має формуватися і реалізовуватися комплексно з урахуванням глобальних трендів, фокусуючись на локальних проблемах, а також заохочувати галузі економіки, підприємства і споживачів до максимальної переробки відходів.

Перелік посилань:

1. У топ-10 засмічених країн. Що треба зробити з відходами в Україні просто зараз (2019). - [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://bit.ly/3ra39xX>

ТОВАРНА СТРАТЕГІЯ КОРПОРАТИВНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Запорукою успішного функціонування підприємств в нестабільному та непередбаченому середовищі є розроблення і реалізація маркетингової товарної стратегії. Тому для забезпечення стратегічного розвитку підприємствам значну увагу приділяти маркетинговій товарній стратегії.

Враховуючи показники на 2020 рік ринку безалкогольних напоїв, розглянемо основних виробників напоїв, корпоративні підприємства “Оболонь”, “Coca-Cola Beverages Ukraine”, “PepsiCo”, “Аквапласт” [3].

Товарна стратегія ПрАТ «Оболонь» переважно орієнтована на цінові показники нище середнього прошарку населення. Асортимент у категорії напоїв є доволі збалансованим. Для удосконалення товарної стратегії «Оболонь», необхідно розглянути такі варіації: ребрендинги товарних марок, чи поліпшення смакової якості товару. Також перспективним варіантом для компанії є зміцнення товарної стратегії завдяки інтенсивному залученню сучасних можливостей в вигляді інноваційних технологій, розширення бренду в соціальних мережах та залучення амбасадорів бренду є перспективним для компанії.

Основою товарної стратегії “Coca-Cola Beverages Ukraine” є збереження власних лідерських позицій. Підвищення інтересу до товару відкриває перед компанією довгострокову перспективу. Компанія користується стратегічними альтернативами під назвою концентроване (інтенсивне) зростання, що допомагає компанії підвищувати свої фінансові показники, стверджуватися на ринку і володіти ще не дослідженими ринками.

Завдяки товарній стратегії компанії “PepsiCo” в сфері стимулювання реалізації компанія має колосальні досягнення на різноманітних ринкових сферах, що і залучаються в роботі. Компанія також користується стратегічними альтернативами концентроване (інтенсивне) зростання. Тактичним прийомом в маркетинговій стратегії є реалізація продукту в сфері «громадського харчування» - ресторанах швидкого харчування, де є можливість купівлі товарів компанії і іншого продукту, що не відносять до даного бренду.

В залежності від широти та охоплення продукції асортименти корпорації “Аквапласт” є простими. За ступенем задоволення потреб асортимент підприємства є раціональним, тому що являє собою набір товарів, який забезпечує достатній ступінь задоволеності споживачів та досягнення цілей організації. Проаналізувавши товарну стратегію можна зробити висновок про те, що вона ґрунтується на детальному аналізі ринку, задоволенні потреб своїх споживачів, проте потребує масштабних маркетингових кроків для залучення нових споживачів.

Треба зауважити, що кожна компанія має унікальний підхід до впровадження на ринок власних товарних стратегій, проте незважаючи ні на досвід іноземних колег в даному питанні чи при наявності досвіду, який набутий на території України, треба розуміти, що важливим кроком в товарній стратегії компаній буде впровадження продукції, що матиме національних характери та простимулює реалізацію товару на ринку України.

Перелік посилань:

1. Балабанова Л.В. SWOT-аналіз – основа формування маркетингових стратегій [Текст]: навч. посіб. для вищ. навч. закл. / Л.В.Балабанова, І.В.Балабанова, А.В.Балабаниць та ін. ; за ред. Л. В.Балабанової. – 2-е вид., вип. і доп. – К. : Знання, 2005. – 301 с.
2. Державний комітет статистики України [Електронний ресурс].
– Режим доступу: www.ukrstat.gov.ua.
3. Заблодська І.В. Товарна політика підприємства: механізм формування: Монографія. / І.В.Заблодська - Луганськ: Вид-во СЛУ ім. В. Даля, 2006. – 240 с.

Теоретичні АСПЕКТИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ТА ОСНОВНІ ЙОГО ПІДХОДИ

На сьогоднішній день сучасний стан економіки створює такі умови для ведення підприємницької діяльності, що значною мірою характеризуються великою кількістю ризиків, а також невизначеністю. Відповідно, для ефективного функціонування суб'єкта господарювання важливим є здатність своєчасно реагувати на будь-які зовнішні коливання та швидко адаптуватись до них. В основу економічного розвитку покладено інноваційні процеси, які суттєво впливають на кількісні та якісні зміни у діяльності, які, у свою чергу, забезпечують стійкість підприємства та прискорення темпів економічного розвитку. Зазначені завдання можуть бути виконані при умові ефективного впровадження інноваційної діяльності, тому дослідження теоретичних аспектів інноваційного розвитку підприємств є актуальним.

Вперше поняття «інновація» було розглянуто у економічних працях Й. Шумпетера в якості чинника економічного розвитку. Науковець стверджував, що інновації є певними змінами, проведення яких відбувається з метою впровадження нових споживчих товарів, нових виробничих і транспортних засобів, ринків і форм організації в промисловість і їх практичного використання [1]. Слідуючи за Й. Шумпетером, інші науковці теж розпочали дослідження інновацій у своїх працях, отже, базуючись на їх думках можна виділити основні підходи до визначення поданої дефініції [2]: 1. Процесний підхід – інновації аналізуються у якості процесу застосування технологій, технічних та організаційних рішень, інтелектуальної продукції. Даний підхід дозволяє дослідити зв'язок інновацій та господарської діяльності, проте суб'єкти інноваційної діяльності недостатньо розкриті; 2. Фінансово-інвестиційний підхід – інновації є системою створення основних методів виробництва, що достатньо чітко відображає мотиви рушійних сил інноваційних процесів; 3. Суб'єктивний підхід – інновації зображено у якості розвитку, метою якого є підвищення науково-технічного рівня виробництва. Особливість підходу полягає у тому, що він зображує тісний зв'язок між інноваціями та інвестиціями, однак не виявляє економічні відносини у інноваційній діяльності; 4. Утилітарний підхід – інновації зображено як певні нововведення, відповідно має місце виробництво нової або вдосконаленої продукції, послуг, новітні технології. Даний підхід розкриває вплив інновацій на структурні зміни первісного об'єкту; 5. Об'єктивний підхід – інновації є результатом у процесі вкладення капіталу у новітні технології. Особливістю підходу є недостатня увага до економічних відносин у інвестиційній діяльності, проте підхід є достатньо простим у практичному використанні.

Таким чином виявлено, що досліджувана дефініція є багатокомпонентним і більш складним поняттям, що окрім вдосконалення окремих аспектів діяльності включає в себе конкретні виробничі, комерційні, адміністративні та інші управлінські рішення. Дослідження інновацій тісно пов'язано із дослідженням розвитку підприємства, адже існуючий рівень конкуренції вимагає від підприємств певні зміни у всіх видах діяльності. Саме тому, інноваційний аспект є визначним для вдосконалення організованості системи і стрімкого розвитку підприємства. З огляду на вищесказане можна зробити висновок, що у сучасному світі інновації є основною рушійною силою задля гармонійного розвитку підприємства. Поняття «інновації» розглядалось багатьма вченими, завдяки чому можливо сформулювати різні підходи до визначення дефініції. Розвиток підприємств прямопропорційно залежить від інноваційної діяльності, завдяки чому можливо здобути вигідні конкурентні позиції.

1. Шумпетер Й. Теория экономического развития: исследования предпринимательской прибыли, капитала, кредита и цикла конъюнктуры / Й. Шумпетер; пер. с англ. Л. И. Кравченко. – М.: Прогрес, 1982. – 455 с

2. Волобуєв Г. С. Сутність та передумови інноваційного розвитку підприємств. *Економічний вісник Донбасу*. № 3(45), 2016. С. 213-217

Дмитришин Є. О.

Арзянцева Д.

кандидатка економічних наук, доцентка,

Хмельницький університет управління та права імені Леоніда Юзькова,

РОЛЬ СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНОГО БІЗНЕСУ В РОЗВИТКУ ТЕРИТОРІЙ

Після початку реформи децентралізації громадянське суспільство розпочало досить швидко розвиватись і це однозначно позитивно впливає на розвиток території. Протягом останніх декількох років все більше підприємств беруть участь в соціальних проектах на території, на якій вони працюють. Світова практика свідчить про значущість даного механізму в умовах обмеженості бюджетних ресурсів та необхідності стимулювання інвестиційної діяльності з метою залучення приватного капіталу. Ще в 1995 році в країнах ЄС активно почали популяризувати принципи соціальної відповідальності, поступово це явище набуло популярності і в 2017 році були прийнята директива, яка передбачає, що всі компанії, де більше 500 працівників повинні публікувати свої звіти про нефінансову діяльність. Відповідно до наявних статистичних даних кількість соціально відповідальних підприємств протягом 2005-2017 років зросла в 21,5 рази. Проте протягом 2018-2020 років прослідковується тенденція до спаду активності [1, с. 292].

Аналізуючи український досвід потрібно відзначити, що перші кроки було здійснені ще у 2005 році в компанії «Систем Капітал Менеджмент». Згодом до такої діяльності також долучились такі компанії як «Оболонь», «ДТЕК», «Київстар», «Укрсоцбанк», «МТС України», «Метінвест», «КМС». До 2010 року вже 38 компаній почали вести соціальну діяльність. Крім цього, потрібно зазначити, що протягом останніх п'яти років більше сотні компаній декларують свою соціальну відповідальність, яка стосується втілення різноманітних соціальних проектів. Частіше за все такі проекти стосуються реалізації благодійних заходів, розбудови інфраструктури, створення спортивних та культурних заходів і забезпечення робочими місцями людей з інвалідністю [2 с.71]. Соціально відповідальний бізнес отримує ряд переваг, коли реалізує соціальні проекти. Реалізація проектів - це можливість підвищити довіру суспільства до компаній в цілому та її продукції, підвищити кваліфікацію персоналу та розвинути його потенціал, не менш важливою є можливість створення безпечного середовища для діяльності та розвитку. Ефективне управління територією може здійснюватися тільки за умови взаємодії органів державної та місцевої влади, громадянського суспільства і соціально відповідального бізнесу, тому що така співпраця буде сприяти підвищенню інвестиційного клімату та соціального добробуту населення.

Отже, інститут соціально відповідального бізнесу сприяє підвищенню ефективності територій та розвитку інфраструктури. Забезпечення соціально-економічного розвитку певної території вимагає ефективного механізму співпраці між владою та бізнесом, залучення підприємницьких структур в розвиток територіальної громади можуть здійснюватися у різноманітних формах: соціального підприємництва, публічно-приватне партнерство, фонди соціально відповідальних інвестицій, фонди місцевих громад тощо.

Перелік посилань:

1. Захаркіна Л. С., Новіков В. М. Огляд тенденцій розвитку соціально відповідального бізнесу в ЄС. Вісник СумДУ. 2021. С. 289-294
2. Решетняк Н. Б., Назаренко О. В. Соціальна відповідальність бізнесу в Україні: сучасний стан та шлях. Вісник НТУ «ХПІ». 2018. С. 69-72.

ПРОБЛЕМИ ВПРОВАДЖЕННЯ РЕФОРМ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ В УКРАЇНІ

На сучасному етапі економічного та цифрового розвитку нашої країни питання впровадження реформ цифрової трансформації набувають особливої актуальності.

Одним з проєктів Міністерство цифрової трансформації України є система «Дія», призначенням якої є переведення надання адміністративних послуг та документообігу в цифровий режим [1]. Станом на жовтень 2021 року електронні документи в системі «Дія» приймають небагато установ, а саме: 19 державних установ, 37 судів, 5 управлінь соціального захисту населення, 6 наземних перевізників, 13 аеропортів та авіакомпаній, 52 готелі, 13 банків, 3 страхові компанії, 3 платіжні системи, 3 поштові компанії, 11 медичних установ, 4 музеї, 6 університетів, 33 комунальні установи, 11 організацій з питань нерухомості та центри надання адміністративних послуг усіх областей [2]. Складність впровадження прийому цифрових документів полягає у відсутності в більшості закладів систем для зчитування QR-кодів, згенерованих застосунком «Дія» та інтегрованої системи електронної ідентифікації id.gov.ua, призначеної для електронної ідентифікації користувачів, а саме перевірки цифрових підписів та генерації підпису установи.

Важливою інновацією в рамках розвитку інфраструктури українських міст є впровадження електронної транспортної системи (ЕТС), що передбачає введення єдиного електронного квитка для проїзду в транспорті міста. Основною проблемою впровадження ЕТС є те, що органи місцевої влади повинні самостійно вирішувати, у які строки, як саме та за які кошти це робити, визначити форми носіїв для застосування електронного квитка та порядок його використання. Дане рішення стосується не лише комунальних підприємств перевізників, а й приватних підприємств, що залишає відкритим запитання – хто має сплачувати введення систем зчитування електронного квитка у транспортних засобах приватних перевізників. Одним із напрямків цифрової трансформації в медичній сфері є впровадження медичних інформаційних системи (МІС), що дозволяють автоматизувати роботу суб'єктів господарювання у сфері охорони здоров'я та проводити обмін інформації з центральною базою даних. На даний момент МІС впроваджені тільки у 1939 закладах первинної медичної допомоги та 1122 аптечних закладах [3]. На жаль, матеріально-технічна база закладів охорони здоров'я України виявилась неготовою до цифрової трансформації, проте слід зазначити, що зараз медичні заклади активно реєструються в державних програмах впровадження МІС.

Таким чином, проблема відсутності інфраструктури для проведення цифрової трансформації в Україні залишається відкритою. Вирішення даної проблеми потребує затвердження законодавчих актів для встановлення єдиного порядку проведення цифрових реформ та чіткого врегулювання питання фінансування даних реформ, а саме визначення рівня фінансування (державний, обласний, міський, районний) для коректного ухвалення бюджету та розподілу коштів між організаціями.

Перелік посилань:

1. Проєкти Міністерства та Комітету цифрової трансформації України. URL: <https://thedigital.gov.ua/projects> (дата звернення: 18.10.2021)
2. Партнери МКЦТУ, що приймають Дію. URL: <https://thedigital.gov.ua/projects/partners> (дата звернення: 18.10.2021)
3. Електронна система охорони здоров'я в Україні. URL: <https://ehealth.gov.ua/> (дата звернення: 18.10.2021)

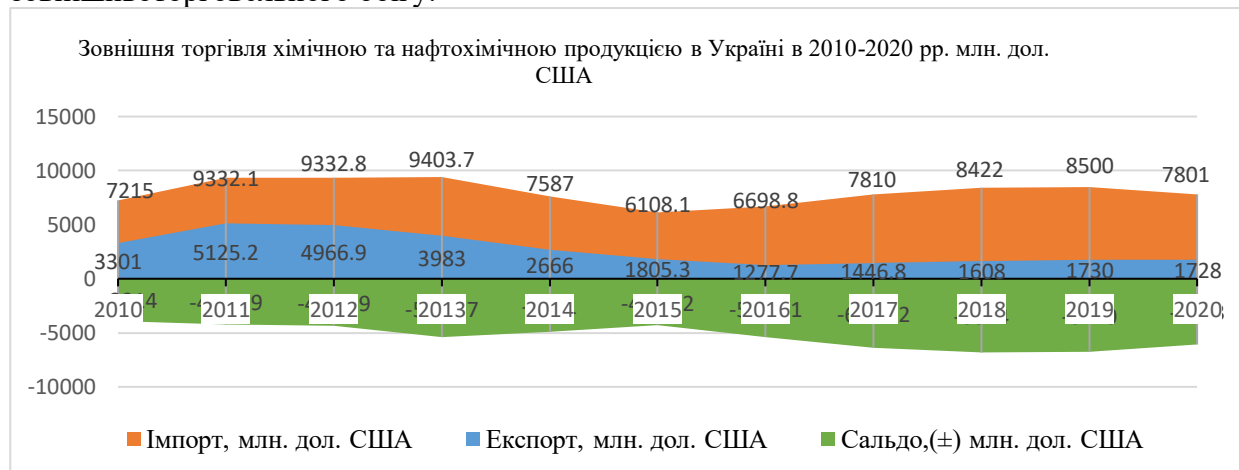
ТЕНДЕНЦІЇ ЕКСПОРТУ ТА ІМПОРТУ У ХІМІЧНІЙ ПРОМИСЛОВОСТІ ПІД ЧАС ЕКОНОМІЧНОЇ КРИЗИ СПРИЧИНЕНОЮ COVID

Сучасний стан зовнішньоторговельних операцій хімічної продукції є складний та неоднозначний, оскільки Україна має на меті зміну географії зовнішньої торгівлі та переорієнтацію експортно-імпортних потоків, спричинену російською окупацією. Зазначимо, що за останні роки Україна розширила та збільшила експорт у деякі країни Північної та Південної Америки. Разом з тим, експортна орієнтація хімічних підприємств все ще залишається сировинною, а не товарною, що впливає на стабільний експорт з країнами ЄС. Причиною низьких обсягів експорту вважається невідповідність експортної хімічної продукції, технічним, санітарним та споживчим нормам.

У 2020р спостерігалось негативне зовнішньоторговельне сальдо у сегменті хімічної продукції, але дещо зменшилось на фоні збереження значних обсягів імпортних поставок хімічної продукції, навіть за умов стагнації внутрішнього ринку. Водночас дисбаланс в обсягах імпортних та експортних поставок хімічної продукції у певній мірі набув вже незворотного рівня та поширився практично на усі основні товарні сегменти хімічної галузі і деяка зміна на краще у зовнішньоторговельному обігу хімічної продукції в 2020 році принципово ситуацію не змінила.

Зменшення негативного зовнішньоторговельного обігу в сегменті хімічної продукції у 2020 році було обумовлене, з одного боку, стабільністю експортних поставок на фоні деякого зменшення імпортних поставок хімічної продукції, з іншого боку, просіданням внутрішнього товарного ринку хімічної продукції (з 11,6 до 10,6 млрд. дол. США), яке є ситуаційним та обумовлене особливостями функціонування ринку в 2020 році спричиненої економічно кризою викликану COVID 19.

Слід також взяти до уваги, що у 2020 році під тиском значної частини контрверсійних чинників відбулися суттєві зміни у світових цінах на хімічну сировину (напівсировину) та хімічну продукції, що також вплинуло на вартісні показники зовнішньоторговельного обігу.



Для збільшення експорту хімічної продукції та зменшення торгового сальдо і підвищенню доступності до ринків ЄС, США та інших країн хімічним підприємствам необхідні стратегічні зміни вектору торговельних відносин та переорієнтація експортно-імпортних потоків України через науково-аналітичне обґрунтування нормативів, зміну складу та номенклатури виробництва продукції, її якості та сертифікації. Водночас покращення виробничих потужностей сприятиме забезпеченню високого ступеня обробки продукції та її конкурентоспроможності на зовнішніх ринках особливо в часи економічної нестабільності спричиненою пандемією COVID 19.

АНАЛІЗ ПЕРСПЕКТИВ ХІМІЧНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ

Доля хімічної промисловості у формуванні ВВП України становить 7-8%, сільськогосподарства 9,3%, машинобудування 6,4% [1]. Споживачами продукції основної хімії є сільське, лісове та рибне господарства (40%), виробництво гумових і пластмасових виробів (9%), виробництво деревини і поліграфія (7%), виробництво харчових продуктів (7%) [2]. Але доля хімічної галузі в обсязі реалізованої продукції України нестабільно зменшується (рис. 1).

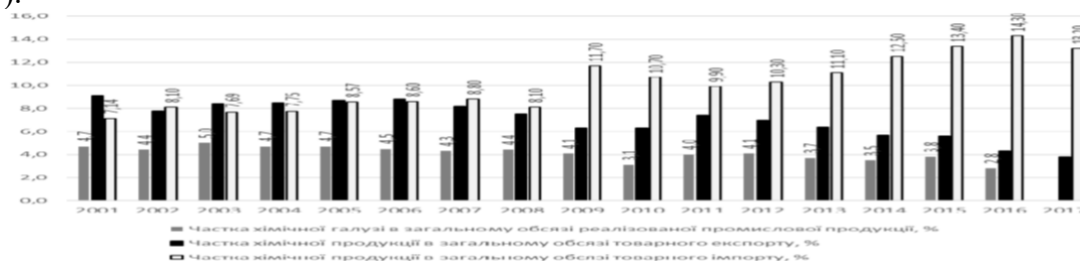


Рис. 1 Динаміка змін експортно-імпортного потенціалу хімічної промисловості України [2]

У 2021 р. доля хімічної продукції в експорті країни складає 3,96% і 13,4% в імпорті [3]. Друга половина 2021 р. характеризується стрибком цін на енергоресурси і скороченням обсягів виробництва мінеральних добрив в Україні, що стимулює їх неконтрольований імпорт [2]. За даними [3] вітчизняне виробництво добрив покриває до 30% потреби агросектору, який на вітчизняному ринку виробництво добрив посідає ключову позицію (рис.2).

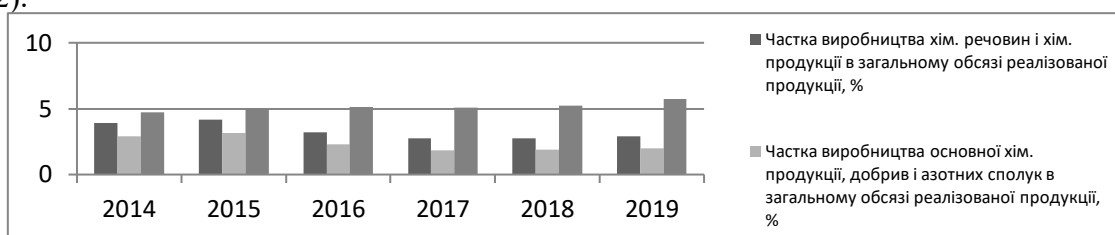


Рис.2 Частки обсягу реалізованої промислової продукції за видами діяльності*

*Розраховано автором на основі даних Державної служби статистики України [3]

При падінні виробництва основної хімії Україна посідає провідну позицію за кількістю хімічних підприємств і поступається лише країнам-лідерам ЄС. Але обсяг реалізованої хімічної продукції на одного працівника в Україні в 2,7 рази менший, ніж у Латвії (в якій найнижче значення цього показника серед країн ЄС) [2]. Домінування основної хімії та мінеральних добрив в Україні підтверджується і зростанням приросту експортних поставок їх у 2021 р. порівняно з 2020 р. на 144% у вартісному вимірі [3]. Світові тенденції зростання агросектору виступають локомотивом розвитку основної хімії. Перевагою вітчизняної хімічної промисловості є сировинна база, вже наявні хімічні підприємства, транспортна інфраструктура, географія території. Завантаження наявних потужностей вимагає інвестицій не стільки у технологічне переобладнання, скільки у створення соціальної інфраструктури територій розташування підприємств. Територіальні громади можуть шукати порозуміння з власниками підприємств у розвитку територій в обмін на дозволи кар'єрних видобутків.

Перелік посилань:

1. Стан промисловості України.//Аналітичний центр економіко-правових досліджень і прогнозування. – 2020. Електронний ресурс. – URL: https://fru.ua/images/doc/analitics/Stan_promyslovosti_1-2020.pdf
2. Переробна промисловість регіонів України: проблеми та перспективи розвитку : монографія; ДУ "Інститут регіональних досліджень імені М.І. Долишнього НАН України"; наук. редактор д.е.н., проф. С. О. Іщук. – Львів, 2020. – 341 с. (Серія "Регіони: моніторинг, прогнози, моделі"). URL: <https://ird.gov.ua/irdp/p20200002.pdf>
3. Державна служба статистики України. 2021. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>

СИСТЕМНО-ЦІЛЬОВИЙ ПІДХІД ДО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

У контексті досягнення відповідності умовам стрімкого розвитку, турбулентності та інформатизації вітчизняної економіки необхідно мати комплексну та системну програму дій щодо забезпечення економічної безпеки будь-якого підприємства. Така програма дій покликана сприяти економічному розвитку підприємства на засадах конкурентоспроможності, стабільності та економічної безпеки.

Розробка такої програми повинна здійснюватись, виходячи з того, що в основі створення кожного підприємства лежить досягнення його мети щодо отримання оптимального рівня прибутку та капіталізації підприємства за умов мінімізації ризиків та створення оптимального рівня економічної безпеки.

Дослідженню проблеми удосконалення управління економічною безпекою підприємства приділено увагу в роботах багатьох вчених та практиків. Практично всі дослідники відзначають складність як самого поняття «економічна безпека підприємства», так і особливостей практичного забезпечення економічної безпеки підприємства.

З метою досягнення оптимального рівня забезпечення економічної безпеки підприємства необхідно мати детально сформульовані цілі підприємства, а також науково обґрунтований інструментарій їх досягнення – розроблені стратегічні і поточні плани.

Так, система забезпечення економічної безпеки кожного конкретного підприємства має певні специфічні особливості і базові умови впровадження.

Специфіка таких умов полягає в різних значеннях базових характеристик:

- розмір фінансових, матеріальних, нематеріальних, інформаційних та інших видів ресурсів;
- умови використання та особливості певних ресурсів;
- кадровий та інтелектуальний потенціал;
- виробничо-технологічні та технічні особливості діяльності підприємства;
- маркетингові умови: ринкова частка підприємства, його конкурентна стратегія та конкурентні переваги, характер ринкового позиціонування, доступність інформації про перспективні ринки;
- логістичні характеристики;
- специфічні умови наявності, якості, обсягу та доступності необхідної інформації;
- політика підприємства щодо забезпечення його економічної безпеки.

Основним теоретичним базисом є формування мети, політики та стратегії. Важливо зупинитись на визначенні поняття «політика забезпечення економічної безпеки підприємства». Така політика, з нашої точки зору, – це науково обґрунтована система практичного забезпечення ефективного здійснення всіх функціональних напрямів, що формують рівень економічної безпеки підприємства з метою досягнення підприємством оптимального рівня його економічного розвитку та конкурентоспроможності.

Забезпечення економічної безпеки підприємства – це комплексна та всеохоплююча система заходів щодо формування стратегії, проведення діагностування, розробки планів, формування організаційно-економічного механізму, його впровадження, регулювання, мотивації та контролінгу процесів, що складають економічну безпеку в межах підприємства. Ці заходи в умовах становлення інформаційної економіки, маючи спрямування на інформаційно-інноваційну та інтелектуально-когнітивну складові функціонування підприємства сприятимуть підвищенню його конкурентоспроможності.

ЦИФРОВИЙ МАРКЕТИНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УМОВАХ COVID-19

Зазвичай відносно стабільне зовнішнє середовище для будь-якої підприємницької діяльності дозволяє використовувати стратегічне планування, коротко та довгострокові прогнози розвитку, але пандемія COVID-19 внесла свої корективи до маркетингових стратегій. Вона призвела до значних змін в суспільстві та підприємстві. Карантин привчив бізнес працювати онлайн. Наразі компанії почали використовувати багато джерел, які до цього ігнорували. З огляду на сказане справедливим вважаємо ствердження, що цифровий маркетинг в сучасних умовах є важливим інструментом розвитку підприємництва, а відтак, обраний напрям дослідження є актуальним та своєчасним.

Мета дослідження полягає у обґрунтуванні гіпотези що цифровий маркетинг є інструментом розвитку підприємництва в умовах COVID-19.

Виходячи з власних спостережень, дійшли висновку, що за період 2019-2021 рр. велика кількість підприємців перейшли на віддалену роботу, цифрові форми виробництва та обслуговування клієнтів. Компанії перерозподілили бюджети на активних працівників, розробили заходи на утримання клієнтів.

Про це також відмічається у дослідженнях Н.Н. Молчанова, Ю.В. Нікітенко, які зазначають, що за період 2019-2020 рр. майже на 40% скоротилися персональні зустрічі, і навпаки збільшилася кількість зустрічей ZOOM або SKYPE. Зросло використання мобільних пристроїв і ПК для комунікацій, а також інтернет маркетингу. Це онлайн доставка, навчання, розвага т.д. [1].

Широкого розповсюдження отримали такі інструменти, як пошукова оптимізація (SEO); контент-маркетинг; маркетинг у соціальних мережах, який орієнтований на залучення аудиторії та створення контенту (SMM); онлайн реклама; мобільний маркетинг; e-mail маркетинг та ін. [2]. Варто відмітити, що пандемічний період сприяв формуванню нового маркетингового тренду, суть якого полягає у бажанні споживача стати частиною бренду та який проявляється у зацікавленості клієнта не лише в продукті, а й у отримання інформації про бренд або бізнес. Зазначені тенденції обумовлені тим, що цифровий маркетинг дозволяє досягти максимального результату, не зважаючи на сучасні виклики.

Таким чином, дійшли висновку що цифровізація це не просто тренд, а обов'язкова умова існування підприємництва в майбутньому. Відтак, цифровий маркетинг є беззаперечним дієвим інструментом, що сприяє подальшому розвитку підприємництва та зростанню національної економіки будь якої країни.

Перелік посилань:

1. Молчанов Н.Н., Никитенко Ю.В. Об эффективности инструментов digital-маркетинга с учетом влияния COVID-19. Экономика и управление. 2021. 27 (6):437-447.
2. Martynovych N., Boichenko E., Vivchar O., Myskova N., Popovych O., Kasianenko O. Formation of Educational Level of the Population of Ukraine in the Conditions of Formation of Information Society. International Journal of Engineering and Advanced Technology (IJEAT). 2019. 9(1) : 6406-6410.

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВ

В сучасних жорстких конкурентних умовах передові вітчизняні підприємства можуть успішно діяти створюючи ефективний механізм забезпечення стійкого становища на ринку. Під ефективним механізмом стійкості підприємства розуміється сукупність економічних, екологічних і соціальних факторів зовнішнього середовища. Економічна стійкість може забезпечувати досягнення необхідного рівня стійкості й в інших сферах функціонування підприємства. На конкурентних ринках економічна стійкість підприємств поєднується із забезпеченням виконання інноваційної стратегії підприємства. Цей підхід є основою стратегічного менеджменту будь-якого підприємства, що турбується про успішне довготривале функціонування. У більшості вітчизняних підприємств відсутність інноваційних стратегій, що є суттєвим недоліком, зумовлена, зокрема, браком розуміння їх керівництвом безальтернативності інноваційного типу стратегічного розвитку та неврахуванням особливих факторів впливу в галузях промисловості України. Зокрема, характеризуючи вітчизняне виробництво можна відмітити: високу трудомісткість та брак фахівців, що приймають участь у науково-дослідних та дослідно-конструкторських роботах та досвідчених і кваліфікованих робітників; високу фондомісткість виробництва та суттєве моральне і фізичне зношення основних виробничих засобів; суттєві енергозатрати на виробництво продукції; значну територіальну розкиданість постачальників; значне відставання науково-технічного рівня більшості вітчизняних підприємств від конкурентів із економічно-розвинутих країн Західної Європи, а також США та Японії; низьку конкурентоспроможність більшості видів продукції вітчизняних підприємств та значну імпортозалежність ринку України; нездатність багатьох виробничих підприємств до адаптації до ринкових економічних умов. Інноваційна стратегія підприємства розглядається як базис для всього кола питань і проблем, що постають перед товаровиробником. Формування ефективної інноваційної стратегії розвитку підприємства передбачатиме оцінювання усіх форм та напрямів інноваційної діяльності підприємства, що мають проявлятися у нововведеннях різного типу. На практиці дотримання цього положення досить ускладнене, адже інноваційний процес на підприємствах повинен охоплювати усі кола господарської діяльності та бути складовою частиною всіх підрозділів підприємства.

Формування інноваційної стратегії підприємства повинно базуватися на взаємоузгодженні «ресурсів», «процесів», «товарів (послуг)» та «ринків» для виконання місії підприємства та ефективного досягнення його довгострокових цілей. Насамперед, існує необхідність визначення відповідності наявних ресурсів можливостям здійснення інноваційного розвитку підприємства на конкретних ринках. Відтак, необхідно здійснити аналіз спроможності підприємства щодо здійснення процесів, які необхідні для створення чи покращення продукції, що могла б задовольнити потреби покупців, на яких воно зорієнтовано. Окрім цього, потрібно також проаналізувати, чи здатне підприємство заохотити на ринку певну категорію покупців придбати нову або удосконалену продукцію, вироблену саме ним.

Чітке розуміння суті та елементів інноваційної стратегії підприємства дасть змогу здійснювати правильний її вибір, що сприятиме ефективному розвитку виробничого підприємства.

Перелік посилань:

1. Тульчинська С.О., Вовк О.М. Еволюція модернізації економічних систем в контексті інноваційного розвитку. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2018. Т. 2. Вип. 6. С. 284-289.
2. Mishchuk Ievgeniia, Pohrebniak Anna, Lyshchenko Elena, Skliar Nadiia, Tiulenieva Yuliia Provision of economic security of entrepreneurship on the basis of strategic alignment considering future parameters of the business environment . - International Journal of Entrepreneurship. - Volume 25, Issue 4, April 2021, Pages 1-9. EID: 2-s2.0-8510498086

ПОТЕНЦІАЛ СТВОРЕННЯ БІОТЕХНОЛОГІЧНИХ СТАРТАПІВ В УКРАЇНІ

Провідні країни світу (США, Китай, Японія, Німеччина тощо) взяли курс на розвиток біотехнологічного сектору промисловості [1]. У зв'язку з цим, Україні теж потрібно рухатися в цьому напрямі, щоб зміцнити соціально-економічне становище.

Створенню успішного підприємства передують становлення ідеї та її просування, тобто розробка стартап-проекту [2]. Стартапи у біотехнологічній сфері є найбільш перспективними, особливо в останні роки, що пов'язано із пандемією COVID-19 та проблемами екології, харчування сільського господарства в сучасному суспільстві [3].

Найпершим кроком у роботі над проектом є створення ідеї. Формування стратегічного мислення починається на етапі навчання спеціалістів-біотехнологів. У провідних ВНЗ країни до навчальних програм магістрів спеціальності 162 включено дисципліну «Розроблення стартап-проектів», «Інтелектуальна власність та інноватика» тощо. Вони допомагають сформувати уявлення про створення конкурентоздатної продукції чи послуги. Кількість випускників другого рівня вищої освіти, що прослухали дані курси становить більше 100, а це аналогічна кількість потенційних проектів, готових до впровадження [4]. Завершенням цього кроку є розвиток ідеї, її корегування відповідно до визначених цілей та вимог ринку та формування кінцевого варіанту проекту [5].

Надалі проект потребує незначних інвестицій для створення первинних макетів чи прототипів кінцевого продукту. Основними інвесторами наразі вважаються власне стартапери, їх друзі чи родичі. Більш популярним є залучення коштів ангел-інвесторів (фізичні об'єкти або представники юридичних осіб). Цей початковий капітал дозволяє проводити пошук так званих «інкубаторів» стартапу [2, 5]. В їх ролі виступають науково-технічні парки, конференції, виставки, центри розвитку тощо [5]. В Україні створено біотехнологічний кластер для колаборації науки та бізнесу, де молоді науковці мають можливість проявляти власні ідеї [6]. Крім того, на базі КПІ ім. І. Сікорського проходить Фестиваль інноваційних проектів «Sikorsky Challenge», що надає змогу представляти думки широкому загалу у сферах агробіотехнології, екобіотехнології, біоенергетики, медичної біоінженерії тощо [7]. Український Фонд Стартапів надає фінансову підтримку на стадіях «pre-seed» та «seed». Проекти в галузі біотехнології мають змогу отримати гранти для їх зростання та підвищення конкурентоспроможності на ринку України [8].

Завершальним етапом є продаж стартапу або його реалізація в промислових масштабах [5]. Найоптимальнішим варіантом є впровадження інновацій на базі промислових гігантів біотехнологічної сфери (Фармак, Дарниця, Ензим тощо).

Отже, в Україні наявні всі необхідні умови для розвитку біотехнологічного сектору промисловості: наукова (ідейна), інвестиційна та реалізаційна бази. Тому, є можливість розробки успішних стартапів у даній галузі для стимулювання розвитку економіки.

Перелік посилань:

1. Martin D.K. et al. A brief overview of global biotechnology // *Biotechnol. Equip.* 2021. Vol. 35, № sup1. P. S5–S14.
2. Shevchuk N.A., Vapnichna V.V. development and introduction startup project on the example of the geosynthetic module-formwork // *Сучасні проблеми економіки і підприємництво*. 2019. Vol. 23. P. 32–40.
3. 50 Best Biotech Business ideas & Opportunities for 2021 [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.profitableventure.com/biotech-business-ideas/>.
4. Вступна кампанія 2021 [Електронний ресурс]. Режим доступу: https://vstup.edbo.gov.ua/offers/?qualification=2&education_base=620&speciality=162.
5. Salamzadeh A., Kawamorita Kesim H. Startup Companies: Life Cycle and Challenges // *SSRN Electron. J.* 2015.
6. «Компанія ЕНЗИМ» стане учасником біотехнологічного кластера у львові [Електронний ресурс]. 2018. Режим доступу: <https://enzym.com.ua/kompaniya-enzym-stane-uchasnykom-biotehnologichnogo-klastera-u-l-vovi>.
7. Всеукраїнська Інноваційна екосистема “Sikorsky Challenge Україна” [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.sikorskychallenge.com/>.
8. Ukrainian Startup Fund [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://usf.com.ua>.

ФОРМУВАННЯ ЦІНИ НА ТОВАР ТА ОБҐРУНТУВАННЯ СТРАТЕГІЇ МАРКЕТИНГОВОГО ЦІНОУТВОРЕННЯ КОМПАНІЇ «АВК»

Комплексу складних питань маркетингового ціноутворення в умовах сучасної маркетингової бізнес-взаємодії присвячені праці фахівців-маркетологів, таких як: Ф. Котлер, Н. Артюхова, С. Борковські, С. С. Гаркавенко та ін. Значущим в умовах посилення конкуренції є аналіз процесу формування ціни на товар та обґрунтування стратегії маркетингового ціноутворення «АВК». У зв'язку із цим доцільно визначати цілі ціноутворення, аналізувати попит на кондитерські вироби, порівнювати ціни конкурентів, проводити вибір найадекватнішого методу ціноутворення, вибирати цінову стратегію та встановлювати остаточні ціни на шоколадні цукерки [1; 2]. Методологічна база, що використовується при виконанні дослідження, спирається на напрацювання дослідників щодо різних методів та підходів маркетингового ціноутворення.

Для того, щоб проаналізувати попит на продукцію компанії АВК, нами вирішено обрати «хіт» компанії – цукерки лінійки «Королівський шарм», яких налічується 9 різновидів і продаються в 26 магазинах Ашан, 6 фірмових магазинах компанії АВК, 1228 магазинах АТБ, 101 магазині Vagus та 272 магазинах Сільпо [3]. Для порівняння варто дослідити схожу продукцію конкурентів і оскільки «шарм» – це продукція, яку найбільше намагається просувати АВК, то товар конкурентів доцільно обирати за таким же критерієм.

Розрахунок еластичності попиту за ціною полягає у встановленні розуміння, наскільки підприємство чутливе до змін цінової політики конкурентів та коливань попиту на ринку через зміну поведінки споживачів. Отже, розрахуємо еластичність попиту за допомогою формули:

$$E_p = \frac{\Delta Q}{\Delta P} * \frac{P_1}{Q_1},$$

де P_1 – початкова ціна на товар, грн.;

Q_1 – попит на товар за вихідної ціни, нат. од.;

ΔQ – зміна попиту, нат. од.; ΔP – зміна ціни, грн [1].

Обчислимо коефіцієнт еластичності попиту за ціною для цукерок кондитерської фабрики АВК лінійки «Королівський шарм»: $E_p = 14697/4*30/14697 = 7,5$ [3].

Еластичність попиту за ціною є вище 1 і це означає, що попит стабільний та еластичний. А, отже, підприємство має достатній рівень конкурентоспроможності і маркетингова цінова політика компанії застосована успішно [1; 2]. Для відновлення своїх позицій «АВК» рекомендуємо орієнтуватися на зміцнення своїх позицій на ринку порівняно з конкурентами, тобто збільшення частки ринку з 7,60% до 8,00%. Слід застосовувати маркетингову цінову стратегію диференційованого ціноутворення.

Перелік посилань:

1. Гаркавенко С. С. Маркетинг: підручник. К. : Лібра, 2002. 712 с.
2. Касян Сергій, Борковські Станіслав, Артюхова Надія. Маркетингове управління цінами і просуванням підприємств при їх виході на ринки ЄС. *Формування ринкової економіки в Україні*. Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2020. Випуск №44. URL: <http://publications.lnu.edu.ua/collections/index.php/economics/article/view/3449>
3. Офіційний сайт ПрАТ «АВК». URL: <https://www.avk.ua/ua/uk>

**Кикоть Ю.О.,
Темченко О.А.**

професор кафедри економіки та підприємництва,
доктор технічних наук

Державний університет економіки та технологій

ОЦІНКА ВПЛИВУ COVID-19 НА ВІТЧИЗНЯНУ ЕКОНОМІКУ

На сьогоднішній день однією з найактуальніших проблем економіки не тільки України, а й усього світу – пандемія коронавірусної хвороби. Коронавірусна хвороба 2019 (англ. Coronavirusdisease 2019, аббревіатура COVID-19 затверджена як офіційна скорочена назва) — інфекційна хвороба, яка вперше виявлена у людини в грудні 2019 року в місті Ухань, Центральний Китай. Хвороба почалася як спалах, що розвинувся у пандемію. Причиною хвороби став коронавірус SARS-CoV-2 (стара назва 2019-nCoV), циркуляція якого в людській популяції була до грудня 2019 року невідомою. Пандемію цієї хвороби Всесвітня організація охорони здоров'я (ВООЗ) визнала надзвичайною ситуацією в галузі міжнародної охорони здоров'я та внесла заходи з боротьби проти неї до тимчасових рекомендацій згідно з Міжнародними медико-санітарними правилами 2005 року [1].

Для боротьби з COVID-19, Міністерство фінансів України щороку виділяють великі кошти з держбюджету України. У 2020 році був створений фонд боротьби з гострою респіраторною хворобою COVID-19, спричиненою коронавірусом SARS-CoV-2, та її наслідками. Міністерство фінансів на постійній основі забезпечує висвітлення інформації про фінансовий стан Фонду, отримувачів коштів, цілі та обсяги їх використання. Він був створений для фінансування додаткових видатків на охорону здоров'я та соціальних видатків, безпосередньо пов'язаних із епідемією COVID-19. Термін дії Фонду розрахований на період карантину і наступні після його офіційного звершення 30 днів. Держаудитслужба здійснює безперервний контроль за використанням коштів, які спрямовуються в межах Фонду, задля уникнення чи виявлення можливих зловживань і з використанням коштів Фонду [2]. Спираючись на дані, що були опубліковані на офіційному сайті Міністерства фінансів України, у 2020 році з державного бюджету було виділено 80,6 млрд грн на боротьбу з COVID-19, касові видатки склали 66,5 млрд грн.

За даними Держслужби зайнятості, станом на 1 липня 2020 року в Україні було зареєстровано 517 284 безробітних, на 1 червня цей показник становив 511388 осіб, на 1 травня – 457 005 осіб, на 1 квітня – 349 424 особи [3]. За декілька місяців карантинного періоду (з квітня 2020 року до липня 2020 року) кількість безробітних збільшилася на 48%, що також значною мірою негативно вплинуло на економіку України.

На сьогоднішній день більшість областей України знаходяться у «червоній» зоні карантинних обмежень. Тому одна з найбільших проблем як державних, так і приватних підприємств є обов'язкова наявність «зеленого» сертифікату про повний курс вакцинації або ПЛР тесту у працівників. Це стало вигідним компромісом для вітчизняних підприємств, замість повного локдауну, проте багато працівників змушені бути тимчасово відсторонені від роботи через відсутність зазначених документів.

Боротьба з гострою респіраторною хворобою COVID-19, спричиненою коронавірусом SARS-CoV-2, та її наслідками значною мірою негативно вплинула на економіку України. Щороку Міністерство фінансів України виділяє великі кошти з держбюджету, щомісяця сотні людей втрачають роботу, щодня підприємства потерпають від карантинних обмежень. Єдиним рішенням даної проблеми, як ми вважаємо, є запобігання нових спалахів захворювання та масова вакцинація населення.

Перелік посилань:

1. Представництво "Пфайзер Експорт. Бі. Бі. " в Україні (2020). Retrieved from <https://www.pfizermed.com.ua/public/covid19-first>
2. Міністерство фінансів України <https://www.mof.gov.ua>
3. Державний центр зайнятості. Аналітична та статистична інформація - <https://www.dcz.gov.ua/analytics/68>

РИЗИКИ, ЩО ВПЛИВАЮТЬ НА ПІДПРИЄМСТВО В УМОВАХ ЗАГРОЗ ТА НЕВИЗНАЧЕНОСТІ

В умовах настання загроз та невизначеності виникає необхідність врахування можливості виникнення критичних ситуацій на підприємстві, які можуть негативно вплинути на ефективність процесу практичної господарської діяльності започаткованого бізнесу. Під ризиком розуміється ймовірність виникнення непередбачених фінансових втрат (зменшення прибутку, доходів, збитки капіталу) у випадку невизначеності умов діяльності [1, с. 56]. Для уникнення можливих збитків від настання непередбачуваних ситуацій існує необхідність проведення ретельного аналізу усіх можливих ризиків, їх впливу на стан загальної ситуації у разі виникнення та способів і джерел їх вирішення або взагалі уникнення. Виходячи з цього здійснимо характеристику основних чинників ризиків:

1. Кредитний ризик. Виконання інвестиційних операцій з облігаціями пов'язано із ризиком невиконання підприємством зобов'язань із своєчасного погашення номінальної вартості або виплати доходу, що може бути спричинено цілим рядом причин, зокрема тими, які пов'язані з операційною діяльністю підприємства чи можливими змінами у законодавстві України. У тому разі, якщо підприємство не виконує своїх зобов'язань, власник облігацій має можливість звернутися до суду для стягнення заборгованості підприємства.

2. Ринковий ризик. Процес інвестування в облігації пов'язаний із ризиком змін ціноутворення та ризиком виникнення неліквідного ринку. Операційна діяльність підприємства, його здатність обслуговувати свої борги, рівень ринкових процентних ставок значною мірою впливають на формування ціни облігацій. Інвестор може потрапити у ситуацію, коли поточна ціна на облігації буде нижче за ціну їх придбання. Окрім цього, навіть короткострокові інвестиції в облігації можуть призвести до значних збитків для підприємства у разі неліквідного ринку, коли ціна на покупку значно нижче ціни на продаж облігацій.

3. Ризики, пов'язані з операційною діяльністю. Операційна діяльність будь-якого підприємства в умовах загроз та невизначеності схильна до звичайних ділових ризиків, котрі властиві кожному іншому суб'єктові господарської діяльності, який веде бізнес чи виробничу діяльність в Україні.

4. Ризики, пов'язані з мінливістю національного законодавства. Україна має складні, нестабільні і часто суперечливі норми законодавства.

Виходячи із наведеного, на підприємстві доцільно впровадити систему раннього попередження та реагування для зменшення рівня ризику. Особливість такої інформаційної системи складається в тому, що вона надає керівництву повідомлення про наявність потенційних ризиків та незгод, котрі можуть підступати до підприємства як з боку зовнішнього так і внутрішнього середовища. Тому, треба зазначити, що першочерговою задачею системи в таких умовах буде своєчасне виявлення ознак та індикаторів ризиків та загрози банкрутства на підприємстві, а, з іншого боку, можуть проявитися додаткові можливості для суб'єкта господарювання.

Отже, для формування механізму впровадження системи раннього попередження та реагування на загрози та ризики на підприємстві, вирішення складних задач зовнішнього середовища, можемо виділити п'ять функціональних блоків: формування інформаційної бази для аналітичної обробки; визначення доцільності проведення заходів щодо ризиків; формування програми ризику; впровадження виробленої програми ризику, перевірка.

Перелік посилань:

1. Корецький М. Х. Стратегічне управління. Навчальний посібник / М.Х. Корецький, А.О. Дегтяр, О.І. Дацій. . – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 240 с.

СВІТОВИЙ ДОСВІД ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ

СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА З ВИКОРИСТАННЯМ АВІАЦІЇ

Сільськогосподарська авіація є потужним елементом забезпечення підвищення ефективності врожайності в агропромисловому комплексі. Аналіз зарубіжного досвіду в даній області показує, що за результатами розробок провідних фірм сформувався тип спеціалізованого літака, за своєю компонованістю істотно відмінний від Ан-2. Це моноплан суцільнометалевої конструкції з низькорозташованим крилом великого розмаху, одним газотурбінним двигуном і баком для хімікатів, розташованим в центроплані [1].

Провідним виробником авіатехніки для авіахімробіт є фірма Air Tractor Inc. (США). Треба відзначити, що газотурбінні двигуни мають досить високу вартість, практично виключає рентабельну експлуатацію повітряного судна в сфері авіахімробіт. Успішний розвиток сільськогосподарської авіації в Сполучених Штатах базується на дії цільової програми. В рамках цієї програми армія США (US Army) безоплатно передає газотурбінні двигуни сімейства "Pratt & Whitney Canada" PT-6, (зазвичай від вертольотів УН-1 «Ірокез»), після першого ремонту і конвертації їх в турбогвинтові, в розпорядження авіабудівних фірм, що спеціалізуються в області сільськогосподарської авіації. Двигун при цьому набуває статусу «національного надбання», його вартість не включається в собівартість оснащеного їм повітряного судна, а саме воно заборонено до експорту з США (допускається, правда, короткострокова оренда за межами країни) [2].

Очевидно, подібна програма – це оптимальний спосіб забезпечити розвиток сільськогосподарської авіації на сучасному технологічному рівні.

Крім найбільш поширених в авіазагоні літака Ан-2 і вертольоту Мі-2, все більшої популярності у аграріїв набуває надлегка авіація (НЛА), призначена для внесення малих (до 10-15 л / га) доз препаратів. Досвід застосування НЛА показав ряд переваг перед традиційними і більш важкими літаками і вертольотами: невисокі витрати по використанню і нескладні вимоги по наземного забезпечення, досить висока продуктивність і точність обробок [3].

Максимальна цифровізація і автоматизація всіх процесів в сільському господарстві на правах усвідомленої необхідності входить в стратегії розвитку найбільших агропромислових і машинобудівних компаній в світі. Прискорити зростання продуктивності сільського господарства, забезпечити стабільний результат впровадження інновацій та підвищити конкурентоспроможність підприємств в локальному і світовому масштабі дозволяють в першу чергу величезні обсяги зібраної інформації і просунуті системи управління даними (data science і data management). Крім того, за допомогою систем автоматизованого управління сільським господарством можна контролювати 2/3 чинників, що призводять до втрат врожаю.

Також, у світі все частіше застосовуються дрони для сільськогосподарських робіт, але, як правило, вони обмежуються об'єктами, які відносно невеликі за площею або довжиною. Отже, з чого почати використання дронів у сільській місцевості? З аерофотознімків полів із високою роздільною здатністю об'єктива. Це дозволить агроному краще оцінити стан врожаю, а також наслідки в кінцевому результаті. Також агроном зможе точніше визначити необхідність зрошення та підживлення врожаю.

Але, коли потрібно швидко покрити велику площу, пілотований літальний апарат буде економічно вигіднішим. Пілотовані літаки можуть залишатися в повітрі експоненціально більше часу, ніж безпілотник та охоплювати значні площі за розміром на відміну від БПЛА. Звичайно, у кожного із цих двох способів є свої особливості, свої переваги та недоліки. Замовник та виконавець авіаційної роботи підбирають той тип ПС, який покриває усі потреби та є економічно вигіднішим.

Розрахунок собівартості льотної години є основою для формування тарифу та оцінки ефективності виконання авіаційних робіт. Аналіз собівартості льотної години дає змогу підприємству ефективно обирати тип ПС та значно зменшувати вартість льотної години при наданні послуг, щоб успішно конкурувати на ринку таких послуг.

Отже, сільськогосподарське підприємництво з використання авіації має економічні магістралі подальшого розвитку в Україні, що підтверджується світовим досвідом.

Перелік посилань:

1. Про затвердження Правил організації та виконання авіаційних робіт у сільському та лісовому господарстві [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0286-07#Text>.
2. Білосор Л. В. Особливості інноваційного розвитку в аграрній сфері. *Вісник Сумського національного аграрного університету*, 2020. № 2. С. 111-113.
3. Данько Ю. І. Інноваційні підходи до забезпечення конкурентоспроможності малих аграрних підприємств. *Проблеми економіки*. 2020. № 3. С. 153–158.

Kovalenko Nadiia,
PhD of Pedagogic Sciences, associated professor,
Associate Professor at the Department of Management and Economic
Stoliarchuk Nataliia,
Senior Lecturer at the Department of Management and Economic
Flight Academy of National Aviation University, Kropyvnytskyi

BUSINESS PLAN AS A TOOL OF ENTERPRISE ENTREPRENEURSHIP IN THE CONDITIONS OF A PANDEMIC CRISIS

Covid-19 intercontinental pandemic has led to the regulation of civil aviation in unpredictable and harsh conditions. Since February 2021, and especially in the spring, airlines have significantly reduced the number of flights, and some have even stopped flights.

The decrease in traffic in early June 2021 led to the loss of airlines' share of aircraft fleet due to lack of funds to pay lease payments, losses revealed the inability of companies to operate flights, pay salaries to employees [1].

A generalizing aspect of the identified problems of domestic airlines is the inability to adapt to the requirements of the international aviation market, namely, in the absence of a clear mechanism for economic analysis, planning and strategic management in a crisis. Such shortcomings lead to the airline's lack of a clear line of business in the future, the impossibility of rational use of resources and the attraction of public investment funds in order to improve operating conditions.

Examining the experience of global airlines, it should be noted that the formation and development of a market economy in Ukraine in a pandemic requires fundamentally new approaches to the organization of strategic business management of civil aviation, special attention in this process is occupied by management using a business plan [2].

It is established that the majority of representatives of the world aviation business, including Ukraine, have shown unpreparedness and inability to overcome the consequences of the pandemic crisis, avoid bankruptcy and withstand competition. It is specified that the development of the market management system in Ukraine in a pandemic requires fundamentally new approaches to the organization of strategic management of business activities of civil aviation, special attention in this process is strategic management using a business plan [3].

It is determined that despite numerous studies on the economics of planning, air transport management and foreign economic activity, the issues of strategic management of civil aviation enterprises with the help of business planning elements are insufficiently considered both at the theoretical and methodological levels.

It is proved that the business plan, as a basis of strategic management, allows to analyze all elements of the airline, identify factors of negative impact, threats and opportunities, consider alternatives, forecast financial results and determine the amount of investment, which in turn will optimize the operation and minimize the impact of the epidemic crisis.

Prospects for further research in this area are the definition and justification of the principles and methods of strategic management of civil aviation enterprises of Ukraine in accordance with the aspects and requirements presented in the business plan.

References

1. 100% of Global Destinations Now Have COVID-19 Travel Restrictions, UNWTO Reports UNWTO. URL <https://www.unwto.org/news/covid-19-travel-restrictions> URL <https://www.unwto.org/news/covid-19-travel-restrictions> (дата звернення 4 жовтня 2021 р.).
2. Several airlines not expected to survive after coronavirus crisis. URL <https://www.unwto.org/news/covid-19-travel-restrictions> (дата звернення 3 жовтня 2021 р.).
3. Касьянчик В.Д., Олесюк Є.А. Ефективність експлуатації міжнародних авіаліній. Л.: Брідж, 2020. 216 с.

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РИНКУ ПОЛІГРАФІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ УКРАЇНИ

Галузь поліграфії є досить популярна в сьогоdnішньому світі. Паралельно з розвитком виробництва необхідно відзначити високий рівень конкуренції в галузі, який веде до перенасичення ринку товаром та падіння загального рівня рентабельності. Змінюються і переваги споживачів: зростають вимоги до якості продукції та обслуговування.

Стан галузі на даний час можна характеризувати наступними рисами: збільшенням кількості суб'єктів підприємницької діяльності; більш швидким темпом збільшення кількості юридичних підприємств, порівняно з фізичними особами; поєднанні на підприємствах декількох видів діяльності одночасно; зниженням випуску друкованої продукції, збільшенням випуску упаковок, реклами, картонної продукції тощо; стабільним збільшенням обсягу реалізованої продукції; збільшенням обсягів закупок сировини та матеріалів [3].

Сучасний ринок поліграфічних послуг є неоднозначним і багатогранним. З одного боку, розвиток технологій та поява нових машин для друку, дозволяють компаніям реалізовувати більш якісні послуги. З іншого боку, в пошуку «своїх» клієнтів, операторами створюються нові продукти, опрацьовуються нішеві напрямки, змінюються тренди в дизайні. Якщо ще 10 років тому основним напрямком діяльності було виробництво журналів, книг, офісної поліграфії, то сьогодні на перші місця виходять рекламна продукція і упаковка. Все більше уваги приділяється турботі про зовнішнє середовище та екології. Багато компаній при виборі матеріалу, в основному для упаковки, надають перевагу тому, який в подальшому можна безпечно переробити.

Ринок поліграфічних послуг останнім часом показує ріст. Виходячи з експертної оцінки та даних Державної статистики України, за останні п'ять років, кількість підприємств, які займаються поліграфічною діяльністю, скоротилася на 14,9%. Серед основних причин можна виділити нестабільний фінансово – економічний стан багатьох підприємств. Але в той же час, обсяг реалізованих товарів і послуг виріс на 64% [1].

Особливістю ринку поліграфічних послуг є сезонність виробництва і цін. У літню пору друкарні отримують найменше замовлень, тому в цей період спостерігається зниження цін на товари і послуги. Мінімальна завантаженість дозволяє виконувати замовлення клієнтів швидше. У той же час найбільш завантаженим вважається останній квартал на рік. Це пов'язано зі збільшенням замовлень на новорічну продукцію. До того ж в цей час багато підприємств замовляє корпоративну продукцію – календарі, блокноти, значки, оновлені каталоги тощо.

Ринок поліграфічних послуг залежить від загальної економічної ситуації, доходів населення та розвитку бізнес-сегменту. У 2020 р. через карантинні обмеження багато людей втратили роботу, що призведе до перегляду їх витрат, та зниження частки витрат на харчування поза домом, а також купівлю товарів не першої необхідності. У результаті споживання багатьох продуктів харчового сегмента може скоротитися. Крім цього, було скасовано багато конференцій, громадських заходів, що знизило попит на візитівки, флаєри, постери, квитки, буклети та іншу рекламну продукцію.

Перелік посилань:

1. Державна служба статистики України. URL: <http://ukrstat.org/uk>.
2. Кожемяченко О.О., Бойко Т.О. Сучасний стан видавничо-поліграфічної галузі України. Сучасні проблеми економіки і підприємництва. URL: <http://sb-keip.kpi.ua/article/view/46967/43125>.
3. Фаріон І. Д. Стратегічний аналіз: навч. посіб. для студентів і аспірантів. Т.: THEU, 2009. 635 с.

УПРАВЛІННЯ ЕФЕКТИВНІСТЮ НАФТИ ЯК ПАЛИВА І ЯК СИРОВИНИ

Коливання та нестабільність цін на нафту (основні періоди – 2008р., 2014-2016 рр.) формують економічні ризики країн світу. Суб'єкти ринку як страхування ризиків формують довгострокові контракти, впроваджують диверсифікацію податкової бази. Дослідження показали, що нафтовидобувна і нафтопереробна промисловості взаємопов'язані і ціноутворення для їх продукції має складне управління. Нафтопереробна промисловість підпадає під вплив як зовнішніх (нестабільність регіональних нафто-енергетичних балансів та енергопостачання), так і внутрішніх факторів (енергетична потужність технологічних процесів, ефективність енергоспоживчого та енергогенерувального обладнання, рекуперація теплової енергії, ступінь регенерації технологічного потоку). Дослідники пропонують удосконалення як диференціальні, так і комплексні. Диференціальні: забезпечення енергоефективності підприємств (теплової енергії у тому числі), удосконалення енергомістких процесів (ректифікація, наприклад). Так авторами [1] запропоновано підвищити енергоефективність за допомогою агрегату ELOY-AVT, який забезпечує безперервну ректифікацію при різних тисках і поділ низькокиплячих вуглеводнів при підвищеному тиску та висококиплячих вуглеводнів - при вакуумі. Доцільним є і використання енергетичного потенціалу відходів теплової енергії: низькотемпературну (менш як 230 °С) теплову енергію використовують для підігріву носіїв і опалення; середньо- (230÷650 °С) і високотемпературну (вище 650 °С) – для вироблення електричної енергії, пари для технологічних процесів на НПЗ. До комплексних удосконалень віднесли формування економічних систем нафтовидобування і нафтопереробки. Дослідження показали, що галузеві особливості нафтопереробки формують суперечливе ставлення до показників оцінки ефективності процесів. Так стратегія оновлення основних фондів НПЗ обирається на підставі складних розрахунків з урахуванням як ефективності використання фондів, так і інтегрального впливу економічних, науково-технічних, інституційних факторів зовнішнього середовища [2]. Реальна оцінка ефективності використання нафтогазових ресурсів спотворюється високою доданою вартістю. Нерівномірність розподілу прибутку між взаємозалежними галузями негативно впливає на оцінку ефективності використання ресурсів: переробні підприємства знаходяться на точці беззбитковості, а видобувні отримують прибуток. У роботі [3] автори запропонували три сценарії перерозподілу коефіцієнта зростання цін. Ефективним виявився сценарій III (підвищення ціни на нафтопродукти на 27,48% за умови зменшення ціни на видобуток нафти і газу на 25,6 %), який мінімізував рівномірний розподіл доданої вартості між видобувними та переробними підприємствами нафтогазового сектору (рис. 1).

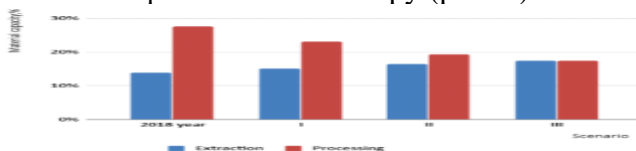


Рисунок 1. Співвідношення долі доданої вартості у видобувній і переробній промисловостях [3].

Отже, можна застосувати різні підходи та методи для збільшення ефективності використання нафти як палива і як сировини для стійкого економічного зростання, у тому числі незалежно від доходів нафтової промисловості.

Перелік посилань:

1. V. Markov et al (2019). Improvement of energy efficiency of motor fuel production at oil refinery. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science* 337.
2. Gajfullina, M. M. (n.d.). Formation of strategy of effective management of fixed production assets of oil company. *Atlantis Press*, 38, 185-190. Retrieved from (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>).
3. Nadiia Shmygol et al (2020). Economic assessment of the implementation of the resource-efficient strategy in the oil and gas sector of the economy on the basis of distribution of trade margins between extracting and processing enterprises. *ENERGY POLICY JOURNAL*, 23(3), 135-146.

ЕЛЕКТРОЕНЕРГІЯ ЯК НЕВИЗНАНА ГЛОБАЛЬНА ВАЛЮТА ТА ПОКАЗНИК ЕКОНОМІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ДЕРЖАВИ

У 2021 році економікам країн Європи довелося зіткнутися з паливною кризою. Згідно з даними The Wall Street Journal ціна маркерного сорту нафти Brent сьогодні складає рекордні за останні 5 років 84,6 доларів за барель, а спотові ціни на природний газ збільшилися вдвічі. Наповненість європейських газосховищ нині сягає 71% порівняно зі звичними для минулих років 90%. Оскільки Україна імпортує третину обсягу природного газу, що споживає, підвищення його ціни на європейському ринку неминуче залишить свій відбиток і на вітчизняній економіці. До причин безпрецедентної кризи відносять різке збільшення споживання електроенергії промисловими секторами держав, які відновлюються після локдауну, спричиненого поширенням вірусу COVID-19; несприятливі погодні умови минулого року; вплив паливної кризи в Китаї. У другій за обсягом ВВП економіці – китайській – енергетична криза розпочалася ще раніше у зв'язку з уведенням обмежень щодо видобування вугілля на шахтах. У таких умовах постає питання про значення електроенергетики у світовій економіці.

Якщо порівняти показники рівня ВВП на душу населення з показниками обсягів споживання електроенергії країнами світу (за даними Всесвітнього банку та Міжнародного енергетичного агентства відповідно), можна помітити закономірність: ці показники майже повністю збігаються, тобто країни з більш розвинутими економіками використовують більше енергії. Отже чи значить це, що багатші країни, закономірно, використовують більше енергії для забезпечення розкішнішого способу життя? Чи навпаки: країни з кращою енергозабезпеченістю природним чином стають багатшими?

Виділяють три основних види споживання електроенергії: житлове, комерційне й промислове. У випадку житлового сектору (опалення жилих осель) споживання енергії відбувається як результат багатства; промислові та комерційні сектори, у свою чергу, перетворюють енергію на багатство. Це свідчить про те, що енергія є дійсно унікальною економічною категорією, оскільки виступає і причиною, і наслідком економічного багатства: вона корисна для створення багатства та має важливе значення для його визначення. У цьому сенсі енергію майже можна розглядати як невідому глобальну валюту. Валюта – це спосіб ефективно зберігати та використовувати вартість. На відміну від сучасних фіатних грошей, що набувають цінність лише в процесі обігу, енергетична «валюта», якби така існувала, має справжню цінність, оскільки може слугувати інструментом для надання цінності іншим речам.

Таким чином можна зробити висновок, що енергозабезпеченість та економічне багатство держави мають двояку взаємозалежність. Чим більший об'єм електроенергії країна спроможна виробити, тим більшим економічним потенціалом вона володіє; чим багатша країна, тим більше енергії вона споживатиме. Із даних міркувань випливає закономірність: розвиток економіки завжди супроводжується збільшенням вироблення електроенергії, а отже і її споживання. В Україні за часів незалежності стабільно спостерігається динаміка зменшення як сукупного споживання енергії, так і споживання з розрахунку на душу населення [2]. Зважаючи на вичерпність традиційних паливних ресурсів та виснаження надр, оптимальним шляхом розвитку країни для забезпечення економічного зростання є переорієнтація на альтернативні джерела енергії та модифікація промисловості, у тому числі паливно-енергетичного комплексу, для зменшення витрат енергії у виробничому процесі.

Перелік посилань:

1. Енергетична криза у Європі: чому вона виникла та як подолати (2021). [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://suspipline.media/173918-energeticna-kriza-u-evropi-comu-vona-vinikla-ta-ak-podolati/>
2. Ukraine: Energy Country Profile – Hannah Ritchie and Max Roser. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://ourworldindata.org/energy/country/ukraine>

ECO-INDUSTRIAL PARKS AS SUSTAINABLE INDUSTRIAL ZONES OF UKRAINE

Key words: eco-industrial parks, circular economy, sustainable manufacturing

Introduction. Ensuring the safety of the environment and the involvement of secondary resources in industrial circulation is an extremely important task for modern society. Year to year the population of the cities increases and new industries appear, which causes a growth of the volume of waste. In modern conditions, there is a need to form eco-industrial parks (EIP) as highly efficient complexes for the preservation of material and energy resources and the formatting of a circular economy.

Objectives. The main task is to research eco-industrial parks; define their pros, prospects and ways of application.

Methods. EIP is defined as “A community of manufacturing and service businesses located together on a common property. Member businesses seek enhanced environmental, economic, and social performance through collaboration in managing environmental and resource issues. By working together, the community of businesses seeks a collective benefit that is greater than the sum of individual benefits each company would realize by only optimizing its individual performance.” When using waste products from one enterprise as a production factor in another the exchange of materials between dissimilar industries should be simplified to form a completely closed circulation of materials.

Results. The most problematic element of EIPs is the development of symbiotic exchange relations between the members. The barriers to the establishment of exchanges could be numerous and they classified them as: technical, when exchanges are technically not feasible; economic, where they are economically unsound or risky; informational, where the appropriate people do not have the relevant information at the right time; organizational, where exchanges may not fit with corporate structures; and regulatory or legal, where exchanges are not allowed to occur. However, membership in an EIP can potentially bring economic benefits to companies by improving their efficiency, reducing their infrastructure requirements, providing access to better information about their customers and suppliers, and reducing their costs for regulatory compliance. More specific, the EIPs may improve the economic efficiency of member firms by improving the utilization of resources among the members, taking advantage of economies of scale and scope, improving the flow of information between customers and suppliers.

Such a turnover should involve highly liquid and profitable industrial waste such as scrap and waste of ferrous and non-ferrous metals, part of the mineral waste from the electric power industry, metallurgy, chemistry, as well as commercially attractive fractions of solid domestic waste. It is possible to involve up to 80% of the generated waste, using them as secondary resources

Conclusion. The development of “sustainable” sites is a complicated process, involving a range of stakeholders and economic, social and environmental considerations. As time progresses and more research is undertaken some important factors should be implemented to improve the success of EIPs.

References:

1. Dorohina, E.Y. (2018), “Industrial and eco-industrial parks as a means to overcome regional conflicts in the use of natural resources”, *Regional Environmental Issues*, vol. 2, pp. 113-118.
2. Hongru Hong and Alexandros Gasparatos (2020) “Eco-industrial parks in China: Key institutional aspects, sustainability impacts, and implementation challenges”, *Journal of Cleaner Production*, vol. 274.
3. Romain Farel, Benoit Charrie`re, Charlotte Thevenet and Jeremy H. Yune (2016) “Sustainable Manufacturing Through Creation and Governance of Eco-Industrial Parks, *Journal of Manufacturing Science and Engineering*”, *Journal of Manufacturing Science and Engineering*, vol. 138

ЗОВНІШНЯ ТОРГІВЛЯ ХІМІЧНОЮ ПРОДУКЦІЄЮ У КИТАЇ

Долучення України до наміру уряду КНР щодо розбудови нового шовкового шляху зумовлює актуальність проведення досліджень у напрямку оцінки потенціалу розвитку вітчизняного експорту хімічної продукції до КНР, адже метою цієї ініціативи проголошено посилення торговельних потоків та стимулювання довготривалого економічного зростання всіх учасників [2, с.18-19]. Про будівництво економічного поясу шовкового шляху та морського шовкового шляху XXI століття було зазначено ще у 2013 році. Ці дві ініціативи з того часу отримали назву «Пояс і шлях» (англ. Belt and Road Initiative (BRI) і надалі «Один пояс та один шлях» (англ. One Belt and One Road Initiative (OBOR)). Тема є актуальною на сучасному етапі розвитку економіки нашої країни.

У минулому році Китай зберіг своє лідерство в зовнішній торгівлі в сегменті хімічної продукції у регіональному вимірі. Епідемія COVID-19 та світова економічна криза не мали негативного впливу на обсяги імпорту продукції хімічної промисловості з КНР до України. Так, у 2018 році він сягнув 1227 млн дол. США, у 2019 році – 1204 млн дол. США, а у 2020-му зріс на 23 млн дол. США (рис.1). Чого не можна сказати про експорт хімічної продукції з України до Китаю. Він залишається мінімальним, хоча і збільшився у 2020 році з 8 до 23 млн дол. США. Експортні поставки України до КНР незначні – це інертні гази, поліетилен, поліхлоридвініл, каталізатори, діагностичні реагенти.

Баланс торговельних відносин з Китаєм є негативним для України (1213 млн дол. США) та найвищим показником серед аналогічних торговельних партнерів в частині хімічної продукції.

У 2020 році зберіглася тенденція девирсифікації імпорту хімічної продукції до України. Найбільшу частку в експорті Китаю до України складають пестициди та регулятори росту рослин, синтетичні волокна, каучук та гумові вироби, товари з пластмаси, широкий асортимент продукції органічної хімії.

З КНР до України імпортується найширша лінійка хімічної продукції, в цьому і криється особливість торговельних відносин між двома країнами [1].

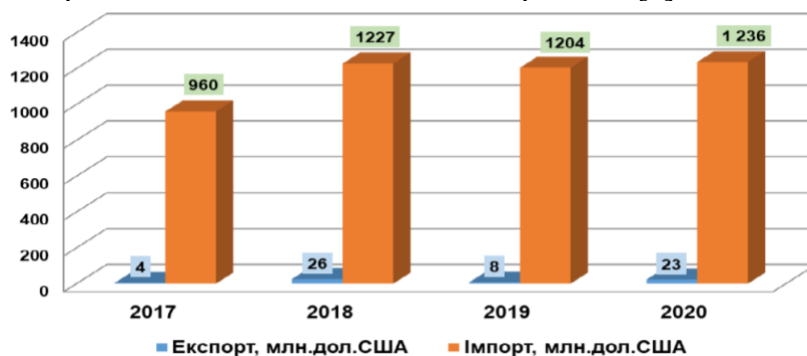


Рис.1 Динаміка торгівлі в сегменті хімічної продукції між Україною та Китаєм в 2017-2020 рр.

Перелік посилань:

1. Ковеня Т. В. Хімічна промисловість та хімічний ринок України у 2020 році: факти, оцінка стану, тенденції, прогноз / Т. В. Ковеня. – Черкаси: Черкаський НДІТЕХІМ, 2021. – 54 с.
2. China. Trade Policy Review, Revision, WT/TPR/G/375, 14/09/2018. WTO, Trade Policy Review Body. URL: https://www.wto.org/english/tratop_e/tpr_e/tp_rep_e.htm#bycountry.

АНАЛІЗ МІСЦЯ ЛІСІВ В ПЕРЕЛІКУ РЕСУРСІВ УКРАЇНИ

Україна є країною з низьким залісненням [1]. Ліси як ресурс має декілька форм: ресурс екологічної безпеки, рекреаційний ресурс, економічний ресурс для різних видів економічної діяльності (мисливство, лісове господарство та лісозаготівля, оброблення деревини та вироблення виробів з деревини, виробництво паперу та паперових виробів, виробництво хімічних речовин, будівництво і спеціалізовані будівельні роботи [2]). Дослідження показало, що Україна – країна, що експортує найбільшу кількість нелегальної деревини в Євросоюз на суму більше одного млрд євро [3], більше 60% вирубок порушують законодавство як України, так і ЄС, але доведення факту нелегального видобутку лягає на країну походження сировини [4]. Світові зміни клімату, руху посушливих територій на північ планети, зменшення прісноводного дзеркала поверхневих вод, міграції фауни і людей у пошуках придатної території для існування [5] загострюють питання. Але незаконна рубка формується попитом. Так компанія ІКЕА поширила свій ринок і на українського споживача [6]. Через подібні компанії деревина повернулася на Батьківщину, але вже не як ресурс для життя, а як продукція, товар комерційного призначення у вигляді стільців та столів.

Адміністративно-територіальна реформа в Україні передала права на землі і ліси 1469 територіальним громадам [7]. Таким чином, лісові ресурси стають ресурсами поповнення місцевих бюджетів. І залежно від свідомості мешканців можуть стати разовим джерелом такого поповнення, або набути статусу постійно діючих рекреаційних територій. Тільки контроль за кількістю лісів надасть відповіді на питання: скільки лісових ресурсів ми отримуємо за певний період, яка кількість їх потрібна державі для задоволення потреб, яку частину ми можемо перетворювати на інші продукти (папір, та ін.), яку кількість можемо експортувати і що ми з цього отримаємо, чи вигідна певна співпраця для нас. Співпраця з тією ж ІКЕА, є перспективним варіантом для розвитку економіки. Вираховуючи затрати на зруб лісу, його відтворення, транспортування ресурсів формується ціна на товар та комерційна складова ефективності співпраці територіальних громад з компаніями-переробниками. Певну ціну та умови співпраці громади можуть запропонувати і будівельним компаніям. Ми можемо виробляти власний папір, при чому екологічний, крафтовий і технічний для реалізації споживачам ринків широкого вжитку і товарів проміжного споживання. Формування балансу державного лісового ресурсу і деревини як ресурсу виробничого, лісів для внутрішнього споживання і експорту є необхідним кроком стабілізації економіки територій в рамках вітчизняного законодавства.

Перелік посилань

1. Державна служба статистики України. Статистична інформація. - Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/> - Заголовок з екрану
2. Класифікація видів економічної діяльності./ Електронний ресурс. - URL: <https://evrovektor.com/kved/2010/>
3. Розвиток експортної політики торгівлі деревини в Україні в умовах Євроінтеграції. // Будь експортоздатним. - Електронний ресурс. - URL: https://www.dnu.dp.ua/docs/ndc/konkyrs_stud/ES/2019/8.pdf
4. Єгорова Т.П. Європейське лісове законодавство як інноваційний елемент удосконалення національної лісової політики.// Збірник праць конференції 28.05.2015. - Електронний ресурс. - URL: https://ndipzir.org.ua/wp-content/uploads/2015/05/26.05.15/Conf_26.05.15_15.pdf
5. Зміна клімату.//Центр перспективних ініціатив та досліджень. - Електронний ресурс. URL: [Зміна клімату - Центр перспективних ініціатив та досліджень \(cpis.org.ua\)](http://cpis.org.ua)
6. Це ІКЕА./ІКЕА. - Електронний ресурс. URL: <https://www.ikea.com/ua/uk/this-is-ikea/>
7. Про схвалення Концепції реформування місцевого самоврядування та територіальної організації влади в Україні./ Розпорядження КМУ №333-р від 1.04.2014. - Електронний ресурс. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/333-2014-%D1%80#Text>

ПРИЧИНИ ТА НАСЛІДКИ ТІНЬОВОЇ ЕКОНОМІКИ

На сьогоднішній день економіка України знаходиться на стадії становлення та розвитку. Загострення кризових явищ в економіці, що мають негативний вплив на суспільство, зумовлені дією ряду факторів внутрішнього та зовнішнього середовища найбільш вагомими з яких є військові дії на Сході України та пандемія COVID-19. Така ситуація сповільнює процеси детінізації економіки України.

Високий рівень тіньової економіки впливає на економічні й соціальні процеси. До причин її виникнення варто віднести не коректну приватизацію, що була проведена в перші роки незалежності України й триває досі. Також причиною є низький дохід, адже в такій ситуації люди починають шукати різні способи заробітку, серед яких часто є нелегальні. Впливає і податкова ставка: в періоди кризових явищ вона підвищується, що спонукає населення до ухилення від сплати податків. Є і політичні причини, де головною є корупція. Через корумпованість влади та тісні зв'язки влади і крупного бізнесу держава та уряд перестає повною мірою виконувати покладені на них регуляторні функції, що в свою чергу поглиблює процес тінізації економіки. Ще однією із важливих причин є те, що законодавство країни не є досконалим. Тіньовий сектор значно впливає на економіку країни. За результатами дослідження української економіки, 846 млрд гривень або 23,8% від офіційного ВВП за 2018 рік, перебувало в тіні, з них:

- 19,7% ВВП (702 млрд грн) становила готівкова тіньова економіка,
- 4,1% ВВП (144 млрд грн) - домашнє виробництво товарів для власного

кінцевого використання, тобто негрошова тіньова економіка [2].

Тіньова економіка є наслідком неефективної макроекономічної політики. В свою чергу, високий рівень тінізації економіки негативно впливає на життя суспільства, що перш за все може проявлятися в зростанні рівня інфляції. Тіньова економіка деформує податкову та бюджетну сфери. Витрати починають переважати над доходами, скорочуються соціальні виплати, збільшується державний борг. Тіньова економіка впливає і на кредитно-грошову сферу. В результаті відбувається падіння довіри населення до кредитно-фінансових установ. Серед негативних наслідків тіньової економіки виділяються також зниження попиту на інвестиційні товари, несправедлива ринкова конкуренція та інші. Тіньова економіка справляє не лише негативний, а й позитивний ефект. Вольф Шефер стверджує: «Тіньовий сектор можна класифікувати як ринкову систему, в якій майже без тертя здійснюється координація попиту і пропозиції» [1]. Зростання тіньового сектору відкриває нові можливості для зайнятості населення, породжує легальну економічну діяльність. Отриманий прибуток від тіньової діяльності громадянин може використати для ведення легального бізнесу та сприяти росту ВВП країни. Проаналізувавши причини тіньової економіки та висвітливши її найважливіші наслідки, робимо висновки: 1) населення отримує досить велику частку доходу із тіньової економіки; 2) негативні наслідки тіньового сектору переважають над позитивними; 3) уряду потрібно підвищити ефективність регуляторного впливу для скорочення тіньового сектору.

Перелік посилань:

1. Тіньова економіка: сутність, причини, соціально-економічні наслідки та шляхи подолання в Україні [Електронний ресурс] / С. О. Баранов // Вісник НАДУ – 3'2015 – режим доступу: <http://visnyk.academy.gov.ua/wp-content/uploads/2015/10/08-3-2015.pdf>
2. Дослідження тіньової економіки в Україні: майже чверть ВВП - або 846 млрд гривень - перебуває в тіні [Електронний ресурс] / Національний банк України – 2020 – режим доступу: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/doslidjennya-tinovoyi-ekonomiki-v-ukrayini--mayje-chvert-vvp--abo-846-mlrd-griven--perebuvaye-v-tini>

МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

В умовах ринкової економіки для забезпечення економічного розвитку підприємства змушені постійно здійснювати контроль за певними показниками діяльності, щоб забезпечити відповідний рівень ефективності підприємства. Поняття ефективності як економічної категорії ґрунтовно досліджувалося в економічній літературі, однак на сьогодні немає однозначного і чіткого трактування сутності даної категорії та єдиних критеріїв, за якими вона може оцінюватися кількісно і якісно. У першу чергу це пояснюється складністю і багатогранністю категорії ефективність.

Аналітична оцінка економічної ефективності підприємства має базуватися на результатах комплексного аналізу діяльності підприємства за певний період. Основними об'єктами економічного аналізу більшості підприємств виробничого спрямування є: 1) організаційно-технічний рівень і обсяг виробництва; 2) використання основних фондів та матеріальних ресурсів; рівень продуктивності праці; 3) рівень продуктивності праці; 4) собівартість продукції, рентабельність та прибутковість; 5) фінансова стійкість підприємства.

На сьогодні в економічній практиці використовують два методи комплексної оцінки ефективності діяльності підприємства: 1) порівняльний аналіз діяльності підприємства та інших суб'єктів господарювання, які пропонують однакові або подібні вироби; 2) аналіз господарської діяльності та фінансових результатів з використанням еталонної моделі підприємства, тобто визначення певних первинних показників і порівняння з ними фактично досягнутих у тому або іншому розрахунковому періоді [1].

Необхідно зазначити, що в процесі побудови еталонної моделі треба розрізняти категорії ефективність (вимірює співвідношення необхідних і фактичних витрат ресурсів та оптимізацію процесів на підприємстві) та результативність (вимірює досягнення цілей підприємством у зовнішньому середовищі) [2].

Також, слід зазначити, для того, щоб здійснювати якісний аналіз ефективності діяльності підприємства слід використовувати оцінку економічної ефективності на основі розробки та моделювання інтегральних показників. Зокрема, методичні підходи до оцінки ефективності діяльності підприємства мають базуватись, перш за все, на визначенні оптимальних рівнів вхідних ресурсів, які, в свою чергу, зможуть забезпечити якісну роботу на підприємстві.

Загалом, висока оцінка ефективності діяльності підприємства дозволить йому бути конкурентоспроможним серед інших підприємств. Оцінка ефективності, також, вплине і на ефективність виробництва, що, в свою чергу, зможе принести дохід підприємству.

Перелік посилань:

1. Верхоглядова Н.І. Економіка підприємства [Текст]: Навчальний посібник для студентів вищ. навч. закл./ Н.І. Верхоглядова, Д.М. Ядранский, Н.А. Іваннікова: МОН України – Київ: Професіонал, 2008. – 384 с.
2. Питерс Т. В поисках эффективного управления [Текст]: Т.Питерс, Р. Уотерман: - М.: Прогресс, 1986 – 428 с.

ВПЛИВ ПАНДЕМІЇ COVID-19 НА ЕКОНОМІКУ КРАЇН СВІТУ

Тема є актуальною на сучасному етапі розвитку економіки країн. Макроекономіка світу вже сьогодні зазнала кардинальних змін через вірус COVID-19 і кожного дня продовжує модифікуватись, тож важливою метою дослідження є виокремлення наслідків розповсюдження пандемії, аналіз тенденції функціонування процесів та явищ в економіці різних країн і дії урядів щодо подолання криз, спровокованих введенням обмежень через розповсюдження хвороби.

Такі кроки держав як запровадження санітарно-епідеміологічних заходів, встановлення обмежень виїзду/вїзду до країн та пересування всередині них, встановлення обмеження трудової діяльності, введення нових дистанційних форм праці та освіти спричинили уповільнення економічного розвитку країн та повели за собою наступні наслідки:

А) За даними Світового Банку, падіння ВВП у 2020 році в таких країнах як США порівняно з 2019 становило 2,34%, Канади – 5,4%, Британії – 9,8%, Франції – 4,34%, Німеччини – 1,45%. Світовий ВВП знизився на 4,3%, це найбільш різке зниження виробництва з часів Великої депресії;

Б) Фондові ринки для купівлі і продажу акцій компаній, що впливають на рух світових інвестицій, зазнали змін. Індeksi провідних фондових бірж таких країн як Японія, Британія та США суттєво впали після поширення вірусу у 2020 році. Це значить, що інвестори не впевнені, що уряди країн зможуть тримати пандемічну ситуацію під контролем, стимулюючи зростання економіки. У відповідь на це, центральні банки країн почали знижувати облікові ставки, щоб гроші були дешевшими, а позики – доступнішими, ці дії повинні підтримувати споживчий попит. Серед країн, які пішли на зниження облікової ставки опинилися Федеральна резервна система США та Банк Англії;

В) За словами економічного експерта Андрія Длігача, на першому місці на початку 2021 року стояла фінансова криза, адже через часту емісію в період карантину стало занадто багато «зайвих» грошей в обігу – цифра ще тоді наблизилась майже до 20 трильйонів доларів, що призводить до більш швидкої інфляції та зменшенню купівельної спроможності грошових одиниць, при цьому без відповідного підняття заробітної плати;

Г) Туристична галузь зазнала нищівних втрат – у 2020 економіка міжнародного туризму зменшилась на 80%, зазначається в ОЕСР;

Д) Страх захворіти та урядові заклики залишатися вдома мають катастрофічні наслідки для готельного та ресторанного бізнесу – бронювання практично припинилися;

Є) Зростання обсягів виробництва та продажу товарів фармацевтичної промисловості, у 2020 український фармацевтичний ринок зріс на 13%, зокрема сталося зростання попиту на медичне обладнання.

Виходячи з цього, аби тримати економіку на звичайному рівні уряди держав повинні почати сприяти зростанню малого та середнього бізнесу, розвитку громадянського суспільства та створенню сприятливих умов для іноземців у бізнесі та туризмі наскільки це можливо. Отже, за результатами дослідження видно, що спад економічного розвитку через пандемію відбувся у всіх провідних країнах світу та зачепив усі галузі їхнього життя. Основними наслідками COVID-19 стали зменшення ВВП, падіння індексів фондових бірж, фінансова криза, зниження продуктивності виробництва, зменшення рівня заробітної плати, розвиток фармацевтики, падіння нафти та золота. Задля подолання негативних наслідків, потрібне проведення активної політики з боку уряду держави за участі експертів у сфері подолання криз.

Перелік посилань:

1. Коронавірус в цифрах: як змінилася світова економіка [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-51994936>
2. Криза як можливість зростання фармринку [Електронний ресурс] - Режим доступу до ресурсу: <https://mind.ua/publications/20231404-kriza-yak-mozhlivist-zrostannya-farmrinku>

ЕКОНОМІЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ НАПРЯМІВ ЗРОСТАННЯ ПРИБУТКОВОСТІ

Основною метою діяльності будь-якого комерційного підприємства є отримання прибутку. Прибутковість - це коефіцієнт, який дозволяє оцінити результати діяльності компанії, це основний аспект у фінансовій звітності компанії. Прибутковість є ключовим фактором діяльності підприємства, що характеризує результати та можливості одержати прибуток в прогностному періоді. Отже, однією з важливих передумов довгострокового виживання та успіху фірми є прибутковість фірми.

Розуміння детермінанту прибутковості є ключовим фактором, який допомагає менеджерам розробити ефективну стратегію збільшення прибутковості для своєї компанії, що впливає на економічне зростання, зайнятість, інновації та технологічні зміни в бізнесі. Без прибутковості підприємства не в змозі залучити зовнішній капітал, і бізнес не виживає в довгостроковій перспективі. Коефіцієнти рентабельності показують загальну ефективність і результативність компанії. Таким чином, коефіцієнт прибутковості допомагає забезпечити зворотний зв'язок для прийняття управлінських рішень для довгострокового успіху компанії та допомагає визначити політику, яку слід прийняти для вирішення проблеми та мінімізації негативного впливу на безперервність бізнесу.

Характеристики прибутку полягають в наступному: якщо доходи підприємства дорівнюють витратам, то прибуток дорівнює 0; якщо доходи перевищують витрати, то прибуток є; якщо доходи нижчі за витрати, то підприємство зазнає збитків.

Прибутковість характеризується двома показниками: прибутком та рентабельністю. Прибуток є абсолютним показником, рентабельність – відносним, що в комплексі надають загальну оцінку діяльності підприємства. Основна різниця між цими поняттями полягає в тому, що прибуток можна підрахувати в точних цифрах, а рентабельність ні.

Для підвищення ефективності компанії керівництву необхідно зосередитися на покращенні деяких факторів, які позитивно впливають на прибутковість фірми, таких як:

- Продуктивність. Через створення гарного емоційного стану на робочому місці, щоб працівники відчували себе комфортніше та лояльніше до фірми, це робить їх більш продуктивними і результат праці співробітників стає більш прибутковим для фірми.
- Якість продукту чи сервісу, який пропонує компанія.
- Релевантна ціна, яка відповідає середньоринковій та по якій споживачі готові купувати.
- Аналіз та контроль витрат виробництва та збуту, щоб витрати не перевищували виручку від реалізації продукції.

Підприємства повинні встановлювати та досягати не тільки фінансових цілей, як прибутковість, але й також соціальних цілей. Це гібридний метод планування та управління бізнесом. Так, звісно ж комерційні підприємства завжди повинні фокусуватись на прибутковості в першу чергу, тому що це кінцевий результат діяльності підприємства та збиткові компанії не можуть існувати, але й не треба забувати про соціальний вклад.

Перелік посилань:

1. Валдайцев СВ. Оценка бизнеса и инноваций . - М.: "Филин", 1997. -336 с.
2. Виханский О.С. Наумов А.И. Менеджмент: Учеб. для вузов. - М.: Гардарики, 2008. – 528 с.
3. Гаркавенко С.С. Маркетинг. - К.: Лібра, 2008. - 384 с
4. Економіка підприємства: Навч. посіб. / А.В. Шегда, Т.М. Литвиненко, М.П. Нахаба та ін.; За ред. А.В. Шегди. - К.: Знання-Прес, 2012. - 335 с.

ВТРАТИ І НОВІ МОЖЛИВОСТІ, ОБУМОВЛЕНІ ДИСТАНЦІЙНИМИ ОБМЕЖЕННЯМИ

Коронавірус, або Covid-19, за досить короткий період набув світового розповсюдження, тому є нагальна потреба осмислити унікальний досвід пристосування до нових умов життєдіяльності, який накопичило людство, починаючи з 2019 року.

Метою дослідження є аналіз втрат і можливостей, які виникли внаслідок дистанційних обмежень людських комунікацій.

За нашою оцінкою приблизно 34% ВВП виробляється галузями, функціонування яких до карантинних обмежень відбувалось за безпосереднього контакту із споживачами [1]. До таких галузей можна віднести оптову і роздрібну торгівлю, транспорт, освіту, тимчасове розміщення і організація харчування, мистецтво, спорт, розваги і відпочинок тощо. Всім цим галузям з різною мірою успішності довелося відкоригувати свою діяльність відповідно до нових обмежувальних умов.

Всі сфери національного виробництва, які вносять свій вклад до формування ВВП, в ході дослідження було розподілено на три групи. Перша група склалася із галузей, на які дистанційні обмеження ніяк не вплинули (сільське, лісове, рибне господарство, постачання електроенергії тощо). Друга група складається із галузей, які мали призупинити свою діяльність в нових умовах (роздрібна торгівля, транспорт, сфера розваг тощо). До третьої групи входять галузі, які в нових умовах функціонування отримали нові можливості розвитку (інформація і телекомунікація, поштові послуги тощо). В цілому можна спостерігати зниження рівня суспільного виробництва. **У I кварталі 2021 року реальний ВВП скоротився на 2,2% в річному вимірі**, а порівняно з IV кварталом 2020 року знизився на 1,2% в сезонно скоригованому вимірі [1]. Виходячи з того, до якої групи потрапила галузь, можна спрогнозувати їх стратегію подальшого розвитку. Особливої уваги в цьому дослідженні потребують галузі другої групи. У короткостроковому періоді, коли ці галузі не могли всі свої ресурси пристосувати до змін, вони мали частково чи повністю призупинити свою діяльність. Цей процес супроводжувався скороченням персоналу, частковим або повним згортанням бізнесу. Проте у довгостроковому періоді можна відстежити перші результати адаптації бізнесів до нових умов. Ця адаптація пов'язана з максимальною орієнтацією на різноманітні можливості on-line технологій. Ми є свідками того, як on-line технології успішно використовуються в освіті, торгівлі. Розвиток служби доставки надав можливість розвитку підприємств сфери харчування. Ці можливості підсилюються активним розвитком on-line банкінгу. Внаслідок цього розширилася мережа Інтернет магазинів та інтернет навчання, яке дало можливість освоювати нові професії, удосконалювати свої вміння у використанні всесвітньої мережі та заробляти онлайн. При цьому графік роботи є гнучким, що дозволяє самостійно його налаштовувати. **Починаючи з II кварталу 2021 року економіка повернеться до стійкого відновлення**

Проаналізувавши вплив Covid-19 на стан економіки та суспільства, зроблено висновок щодо поступової адаптації економіки в цілому до нових умов за рахунок використання нових можливостей, які компенсують втрати.

Перелік посилань:

1. Державна служба статистики України. [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/oper_new.html

ПЕРЕОРІЄНТАЦІЯ УКРАЇНСЬКОЇ ЕКОНОМІКИ НА ВІДНОВЛЮВАНІ ДЖЕРЕЛА ЕНЕРГІЇ: ЕКОЛОГІЧНІ ТА ЕКОНОМІЧНІ НАСЛІДКИ

У даній роботі висвітлюється актуальне питання пошуку та використання альтернативних джерел енергії, що дозволяють знизити екологічні ризики на всіх етапах виробничого процесу, здешевити вартість кінцевих продуктів підприємств народного господарства, збільшити енергонезалежність української економіки шляхом зниження обсягів імпорту енергетичних ресурсів та розширити її можливості до зростання та інтеграції у європейський екологічний простір. Перехід на відновлювані джерела енергії є частиною світової стратегії сталого розвитку ООН, що передбачає обмеження зростання глобальної середньої температури повітря шляхом процесу декарбонізації світової економіки.

За прогнозами Міністерства енергетики та захисту довкілля, українська економіка має цілком реальні перспективи досягнення 70% частки відновлювальних джерел енергії до 2050 року, 15% від цієї кількості за прогнозами має припадати на електроенергію, вироблену на дахових сонячних електростанціях приватних домогосподарств та бізнесу. Важливим фактором стимулювання переходу до альтернативних джерел енергії є запроваджений державою «зелений тариф», що працює за схемою викупу надлишку виробленої енергії у виробників за тарифом, що перевищує тариф споживання та залежить від типу виробника. Для заохочення використання вітчизняного обладнання, діють спеціальні пільги на електроенергію, вироблену за допомогою української техніки.

Найбільшим споживачем електроенергії в Україні залишається промисловість, на яку припадає близько 30% від загальної спожитої кількості. На задоволення потреб цієї галузі народного господарства переважно витрачається енергія, вироблена на українських ТЕС, а отже, цей сектор економіки України потребує особливого реформування у сфері енергетичної та екологічної політики. Доцільними заходами переходу на «зелену енергію» та декарбонізації промисловості є: 1) електрифікація виробництва; 2) модернізація виробничого обладнання з метою ощадливого використання енергоресурсів; 3) використання скидного енергетичного потенціалу (вторинних енергетичних ресурсів), тощо.

Важливим стимулом переходу на альтернативні види енергоресурсів є економічна політика держави. За даними Міністерства енергетики та захисту довкілля, для переходу України до кліматично-нейтральної економіки необхідно щорічно забезпечувати залучення інвестицій в середньому на рівні 5% від ВВП. Стрімкому збільшенню загальної частки «зеленої енергетики» в останні роки в Україні (з 4,0% у 2014 р. до 12,4% в 2020 р.,) можна завдячувати сприятливому інвестиційному законодавству. Як результат, за останні десять років у ВДЕ в Україні інвестовано 12,3 млрд дол.. Переважну більшість інвесторів складають приватні іноземні компанії та Євросоюз. Наприклад, завдяки пакету заходів Єврокомісії «A European Green Deal», у квітні 2021 року між НБУ та IFC (International Finance Corporation) було підписано угоду щодо сталого «зеленого фінансування», «Укргазбанк» розширив «зелені» кредити на екопроекти зі сталого розвитку, ВДЕ та енергоефективної модернізації. У майбутньому планується запровадження Євросоюзом додаткових податків на вуглецеємність імпортової продукції галузей з підвищеними витратами неекологічних енергоресурсів, що спонукатиме українського виробника залучати інвестиції для екологічної переорієнтації виробництва з метою підтримання попиту на свою продукцію.

Водночас, ризиками переорієнтації енергетичної галузі України є 1) поява залежності від імпорту обладнання (сонячні батареї, вітрові генератори, інші вироби та їх комплектуючі), та послуг із їх обслуговування; 2) виникнення структурного безробіття у галузях видобувної промисловості та обробки викопних видів палива; 3) порушення макроекономічних балансів між показниками експорту та імпорту продукції і сировини, тощо.

Отже, головним завданням економічної політики України у галузі переходу до відновлюваних джерел енергії є формування вдалої інвестиційної політики та залучення іноземного капіталу з метою підтримки українського підприємництва та створення сприятливих умов для розвитку прогресивних екологічних ініціатив, модернізація та переорієнтація існуючих підприємств енергетичної галузі.

СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВА АГРОПРОМИСЛОВОГО КОМПЛЕКСУ З МЕТОЮ ПІДВИЩЕННЯ ЙОГО КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

Агропромисловий комплекс – це основна галузь української економіки, що головним чином впливає на формування бюджету в країні. У 2021 році ця галузь в Україні переживає деяку революцію, пов'язану з відкриттям ринку для обігу землі. Таким чином, середні та малі підприємства даного сектору економіки стають вкрай незахищеними в умовах жорстокої конкуренції з боку аграрних гігантів, здебільшого, через відсутність виваженої стратегії роботи. Саме тому ця тема є актуальною на даному етапі розвитку економіки нашої країни.

З метою підвищення рівня конкурентоспроможності сільськогосподарського продукту на світовому ринку не тільки з боку великих підприємств, а й з боку малих та середніх суб'єктів господарської діяльності, ми можемо звернутись до аналізу досвіду стратегічного управління іноземних підприємств агропромислового комплексу. Таке запозичення закордонного досвіду має бути економічно обґрунтованим та реалізовуватись з урахуванням сучасних тенденцій розвитку вітчизняної економіки, бути адаптованим до українських реалій розробки управлінських рішень, так як український агропромисловий ринок відрізняється насиченістю малими та середніми учасниками, які в свою чергу не мають достатньо фінансових ресурсів для впровадження зарубіжних моделей розвитку.

В основі розробки стратегії лежить потенціал суб'єкта господарювання, виокремлюються його цілі та конкурентні переваги у довгостроковій перспективі, які коригуються адаптацією до змін зовнішнього середовища за допомогою інноваційних технологій та ефективного антикризового управління. Основне завдання стратегії - отримання переваг над конкурентами на ринку та досягнення нових високих результатів. Зарубіжний та вітчизняний досвід доводить, що один цикл обороту капіталу в агросекторі складає приблизно один рік, а отже інвестування з коротким терміном окупності є найліпшим варіантом для даної галузі економіки [1]. Пріоритетними напрямками інвестування повинні бути: технічне оснащення виробництва, покращення інфраструктури та логістики, придбання земель сільськогосподарського призначення відповідно до нових умов обігу такого роду земель.

Взагалі, у провідних країнах світу в сфері агропромисловості, ключову роль в формації агросектору відіграють ТНК, адже вони мають змогу організовувати виробництво замкненого циклу – від сировини до готової продукції та її експорту. Малі та середні підприємства в Україні мають змогу залучити досвід зарубіжних конкурентів в межах своїх масштабів. Підприємства агропромислового комплексу, можуть масштабуватись, робити виробництво інтенсивнішим та ефективнішим за рахунок здобутків наукового прогресу - інноваційні технології, біо-селекція, органічне виробництво, альтернативна обробка, автоматизація етапів виробництва тощо. Жодна стратегія роботи сучасного підприємства агропромислового комплексу не зможе обійтись без переосмисленого підходу до процесу виробництва продукції. Екологічність, висока ефективність, якісність – основні критерії відбору такого процесу.

Таким чином бачимо, що стратегічне управління підприємством є важливою складовою розвитку усього аграрного сектору країни, а отже відповідальність за ефективність такого розвитку лежить не лише на суб'єктах господарювання, але і на відповідних органах державної влади, дії якої мають бути направлені на соціальний захист і добробут населення, та процвітання усіх секторів економіки країни.

Перелік посилань:

1. Джумакєєва. Д.Д. Імплементация зарубіжного досвіду стратегічного управління на вітчизняних підприємствах аграрного сектору / Д. Д. Джумакєєва, А. В. Гречко // Економічний вісник НТУУ "КПІ". – 2021. – №18.

ПРОБЛЕМА ПРАЦЕВЛАШТУВАННЯ МОЛОДІ В УКРАЇНІ

В Україні, як і в багатьох країнах, існує проблема працевлаштування і найбільш актуальною вона є для юнацтва, адже воно є однією з вразливих груп на ринку праці. Незважаючи на законодавчі дії щодо створення однакових можливостей у виборі професії та забезпеченні молоді робочого місця, такі як закон України «Про зайнятість населення», економічні передумови не створюють повної реалізації її трудового потенціалу. Метою цієї роботи є виділення основних проблем працевлаштування молоді та напрямів їх вирішення.

В Україні протягом останніх років рівень молодіжного безробіття був стабільно високим. Найбільше до безробітних відноситься молодь віком від 15 до 24 років, що станом на 2019 рік становить близько 23 %. Це зумовлено тим, що більшість юнаків не мають необхідних професійних навичок і досвіду. Представники цієї вікової категорії, які не працювали, не навчалися і не отримували професійного досвіду, проте активно шукали роботу або намагалися почати власну справу, складають близько 40%.

Можна виділити кілька проблем працевлаштування молоді, які є ключовими: неповноліття працівника, завишені вимоги до молодих спеціалістів та їх незнання предмета роботи. Причиною труднощів з пошуком роботи для юнаків може бути відсутність внутрішньої впевненості у своїх діях та мотивації в нових умовах й складність у зміні попередніх установок. Також велику роль у пошуку роботи для молоді відіграє відсутність досвіду, який не можливо отримати при постійних відмовах. Таке замкнуте коло не дає змоги забезпечити рівні можливості у працевлаштуванні.

Молодіжне безробіття може призвести до багатьох проблем всередині країни. Тому на ринку праці виникає дисбаланс попиту й пропозиції серед молодих фахівців.

Враховуючи всі проблеми, можна виділити певні напрями для зменшення безробіття та підвищення рівня зайнятості молоді: підтримка прагнення молоді щодо працевлаштування на регіональному рівні та рівні навчальних закладів; створення умов для розвитку кар'єрного росту молодих працівників; проведення у центрах зайнятості та підприємствам навчально-практичні заходи для навчання молоді; проведення стажування юних фахівців; дослідження ринку праці й попиту, щоб виділити професійні навички, якими повинні володіти випускники, враховуючи знання отримані в учбових закладах; лояльність до молодих спеціалістів.

Таким чином можна зробити висновок, що проблеми працевлаштування молоді в Україні мають свої особливості. Для вирішення даних проблем існує багато методів, дотримуючись яких молодий фахівець зможе отримати роботу, відповідно до своєї кваліфікації та вмінь. Та для ефективного забезпечення ринку праці молоді в Україні необхідним є формування системи, яка б забезпечувала якісне навчання, продуктивну зайнятість молоді та створювала необхідні умови для отримання та використання професійних навичок для юнацтва.

Перелік посилань:

1. Працевлаштування молоді в Україні: проблеми та шляхи їх вирішення [Електронний ресурс] / А. А. Бакал. – 2015. – Режим доступу до ресурсу: http://elar.naiu.kiev.ua/bitstream/123456789/8873/1/%D0%A1%D0%A2%D0%90%D0%9D%2C%20%D0%9F%D0%A0%D0%9E%D0%91%D0%9B%D0%95%D0%9C%D0%98_p145-147.pdf.
2. Стан та проблеми працевлаштування молоді в Україні [Електронний ресурс] / Т. І. Павлюк – Режим доступу до ресурсу: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/12_2020/99.pdf.

ДОСЛІДЖЕННЯ ЯВИЩА ШЛЮБНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

З появою нових технологій інтернету поняття роботи, як такої, трансформувалося. У пошуках заробітку молоді люди знаходять нові можливості та шанси. Таким варіантом є отримання фіксованої суми грошей у результаті договірної шлюб. З урахуванням глобалізаційно-інтеграційних процесів до цього долучається і іноземний елемент [1], що вимагає нового погляду на формування цивільно-правових відносин [2]. Міграційна присутність українців в ЄС станом на 2018 рік становила 1,2 млн. осіб і скоротила безробіття в Україні на 36,7 % [3]. Факторами міграції жінок зокрема є бідність, рівень зарплат та пенсій, домашнє насильство, пошук роботи, бажання досліджувати нові країни, шлюб з іноземцями, самореалізація, майбутнє для дітей. Країною основного потоку української міграції [3] стала Польща, а також Італія, Німеччина, Іспанія. Україна також є привабливою для мігрантів з менш розвинутих країн. Серед іноземців в Україні, користується попитом проєкт Міністерства юстиції «Шлюб за добу» [4]. Процедура укладання шлюб з іноземцем на території України не відрізняється від шлюб громадян України. Єдиний нюанс - іноземний громадянин на момент реєстрації шлюб має легально перебувати в Україні і особисто з'явитися на реєстрацію. З 2015 р. дата шлюб реєструється on-line, при реєстрації не потрібна участь свідків, з документів необхідні паспорт (його переклад для іноземця) й документ про завершення останнього шлюб, якщо він був. Вартість одруження становить від 7500 грн (протягом 3 днів) [5]. Після реєстрації шлюб іноземець може оформити візу (навіть якщо її не було) на основі свідоцтва про шлюб (термін отримання до 90 днів). «Шлюбна» віза дозволяє іноземцю через два роки подати документи на посвідку на постійне проживання або отримати повноцінне громадянство України. Важлива наявність у подружжя реєстрації а однією адресою. Дослідження показало, що в мережі інтернет є пропозиції на укладення фіктивного шлюб з україною з розцінками від \$700 до 4000 [6] при середній заробітній платі у Києві 17500 грн. (\$670) [7]. Таким чином, українські жінки вигідно допомагають друзям із-за кордону. В ході виконання дослідження не вдалося визначити кількість бюро чи агенцій, які допомагають майбутньому подружжю знайти одне одного й підготувати необхідні документи для проведення процедури. Але попит породжує пропозицію. Отже, фіктивні шлюби є інструментом отримання вигоди з обох сторін: для легального перебування, отримання громадянства чи прописки з однієї й заробітку з іншої. Також фіктивний шлюб є способом вирішення інших питань: поліпшення житлових умов (для молоді сім'ї передбачена субсидія), працевлаштування (одружених вважають вартими довіри й відповідальнішими), просто спрощення умов життя для обох учасників.

Перелік посилань:

1. В. Ткаченко. Колізаційні питання реалізації права на шлюб у міжнародному приватному праві. 2020. - Електронний ресурс. URL: <https://doi.org/10.32849/2663-5313/2020.6.47>
2. Закон України про державну реєстрацію актів цивільного стану. – Електронний ресурс. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2398-17#Text>
3. Міграція в Україні, 2019, с.20. - Електронний ресурс. URL: https://iom.org.ua/sites/default/files/iom-ukraine_facts-ukr_2019.pdf
4. Зареєстровані шлюби з іноземцями у рамках проєкту «Шлюб за добу» за 10 місяців 2020 року.- Електронний ресурс. URL: <https://minjust.gov.ua/news/ministry/5-864-shlyubi-z-inozemtsyami-zareestrovano-v-ramkah-pilotnogo-proektu-shlyub-za-dobu-za-10-misyatsiv-2020-roku>
5. Брак с Иностранцем. Киев/ - Електронний ресурс. URL: <https://migrations.agency/registraciya-braka-s-inostrancem-v-ukraine-kyiv>
6. За шлюб з іноземцями платять./ Інформаційний тиждень. – Електронний ресурс. URL <https://tyzhden.ua/News/60749>
7. Середня зарплата у Києві./ Work.ua. – Електронний ресурс. URL <https://www.work.ua/ru/salary-kyiv/>

Мартиненко В.П.

д.е.н., професор

Кирдан Д.О.

КПІ ім. Ігоря Сікорського

НАПРЯМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

У сучасному ринковому середовищі країни питання конкурентоспроможності підприємств є досить значимим, оскільки її рівень визначає успіх чи кризовий стан у діяльності суб'єкта господарювання. На даний час проблема конкурентоспроможності промислових підприємств є однією із самих актуальних, оскільки в умовах ринкових відносин вона є надзвичайно важливим фактором, який визначає можливість для суб'єкта підприємницької діяльності тривалий час залишатись на ринку. Практика показує, що забезпечення конкурентоспроможності для багатьох підприємств в сьогоднішніх умовах стало проблемою через відсутність конкурентної стратегії, чітко визначених фінансово-економічних цілей та критеріїв.

Вивчення праць вітчизняних науковців дозволяє стверджувати, що для досягнення та постійної підтримки конкурентоспроможності промисловим підприємствам необхідно створювати та підтримувати завойовані конкурентні переваги [1-3]. До таких відносять якісні та цінові параметри продукції, кон'юнктуру, що складається на ринку, ступінь впровадження інновацій, мотивація та кваліфікація персоналу, технічна оснащеність. Ключова увага приділяється удосконаленню продукції, що виробляється, наданню їй більшої споживчої корисності, у тому числі розвитку марочної продукції, розробці бренду, сервісному обслуговуванню. Підвищення цінності товару призводить до підвищення попиту на продукцію та подальшої можливості диференціації виробництва. Тут постає завдання службі маркетингу у тому, щоб регулярно відстежувати споживчі переваги виготовленої продукції, контролювати їх цінність та життєвий цикл товару, що підлягає диференціації. В результаті підприємство може раціонально знижувати витрати на виробництво продукції, збільшувати обсяги виробництва, що забезпечить йому цінове лідерство на ринку, більш повне задоволення ринкового попиту та постійне отримання прибутку.

Стратегічні дії щодо запобігання нових загроз з боку конкурентів передбачають створення для них різноманітних перешкод і бар'єрів. Такими можуть бути: постійне оновлення технології виробництва продукції та технологічного обладнання, здійснення цілеспрямованої діяльності по забезпеченню і підвищенню якості продукції, її диференціація, використання патентів, ноу-хау, скорочення витрат зі зростанням обсягів виробництва, формування прихильності споживачів до торгової марки, стимулювання посередників. Необхідно систематично вести роботи з вивчення купівельного попиту споживачів, бути готовим до швидкого реагування на їх потреби, вміти активно формувати попит.

Для підвищення конкурентоспроможності підприємства повинні розробляти конкурентні стратегії, орієнтовані на забезпечення лідерства на ринку і залучення потенційних споживачів. Однією з важливих цілей стратегічного управління є раціональний розподіл обмежених ресурсів між функціональними складовими підприємства. Тобто важливо визначати, куди вигідніше спрямовувати ресурси, щоб забезпечити високий рівень конкурентної переваги. Варто зазначити, що результат від реалізації конкурентної стратегії прямо пропорційно залежить від рівня загального менеджменту, системи управління фінансовими потоками, що склалася, налагодженої роботи служби маркетингу, інноваційно-інвестиційної складової діяльності підприємства.

Таким чином, реалізація запропонованих напрямів забезпечення конкурентоспроможності дозволить промисловим підприємствам працювати прибутково, суттєво підвищити свою фінансову стійкість, постійно створювати і підтримувати конкурентні переваги і, відповідно, успішно функціонувати у нестійкому ринковому середовищі.

Перелік посилань:

1. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка рівня та напрями підвищення: [монографія / за заг. ред. О.Г.Янкового]. – Одеса: Атлант, 2013. – 470с.
2. Шарко М.В., Васильченко К.Г. Шляхи та напрями підвищення конкурентоспроможності підприємств харчової промисловості //Економіка харчової промисловості. — 2015. — № 1. — С. 38—41.
3. Бугай В. З., Сидоренко В. О. Основні напрями підвищення конкурентоспроможності підприємства. *Modern Economics*. 2019. № 14(2019). С. 33-38.

ВПЛИВ ЗРОСТАННЯ ГЛОБАЛЬНОГО СПОЖИВАННЯ НА ОБСЯГИ ВІДХОДІВ УПАКОВКИ

Ознаками сучасної економіки є зростання обсягів глобального споживання. Зростають як обсяги споживання окремих видів продовольчої продукції, так і змінюється структура споживчого попиту та обсяги упакованої продукції. Зростання обсягів споживання продуктів харчування та напоїв змінює обсяги та структуру пакувальних виробів, які мають різні життєві цикли, можливості та потенціал рециклінгу. Картонні коробки, алюмінієві упаковки, пластикові пляшки, поліетиленові пакети мають короткі життєві цикли, є безповоротними, що в умовах зростання попиту на упаковану та фасовану продукцію призводить до зростання обсягів їх виробництва. Індустрія виробництва продуктів харчування споживає до 45%, індустрія виробництва напоїв – 26% загального обсягу виробництва пакування в світі. Зростання індустрії споживання призводить до збільшення відходів упаковки.

На сьогодні країни Європи, реалізуючи єдину політику управління відходами, відповідно до Директив 2008/98/ЕС про відходи та Директив 94/62/ ЕС про упаковку і відходи упаковки, демонструють різні обсяги їх утворення та перероблення. Так, в до пандемічному 2019 році найбільшими виробниками муніципальних відходів були Данія (844 кг на душу населення), Люксембург (791 кг), Норвегія (776 кг). До групи країн з низькими обсягами утворення муніципальних відходів на душу населення ввійшли Польща (336 кг), Румунія (280 кг), Україна (280 кг), Косово (252 кг). У структурі муніципальних відходів країн ЄС частка упаковки становить 35%.

Виявлено, що в країнах з найбільшими обсягами утворення муніципальних відходів спостерігається найменша питома вага упаковки в загальній кількості муніципальних відходів. Так, у країнах з найбільшим обсягом виробництва відходів, частка упаковки складає близько 21% (Данія, Люксембург, Норвегія), у країнах з найменшими обсягами виробництва відходів – 51% (Польща).

Нова реальність, сформована умовами впливу COVID-19, характеризується змінами структури та темпів роздрібної торгівлі продуктами харчування. На фоні незначного зростання непродовольчих товарів спостерігається як зростання електронної торгівлі продовольчими товарами, так і зростання попиту на упаковану продукцію.

Не всі відходи пакування є об'єктами рециклінгу. На сьогодні технологічні рішення в сфері поводження з муніципальними відходами не дозволяють здійснювати перероблення забруднених та мокрих фракцій відходів. Більшість муніципальних відходів (макулатура, металева тара, шини) підлягають переробленню в повному обсязі утворених відходів. Проблема обсягів перероблення відходів вирішується шляхом організації роздільного збирання відходів, що дозволяє зменшити ступінь забрудненості відходів та їх вологість. Окрім реалізації функції організації роздільного збирання відходів, система управління відходами повинна базуватися на економічному, правовому та інформаційному забезпеченні всіх етапів сфери поводження з відходами.

Починаючи з 2009 року, і до нині в Україні не прийнято закон «Про упаковку та відходи упаковки». Існуюче зволікання з прийняттям даного закону звільняє від юридичної, соціальної, фінансової відповідальності виробників упаковки і не сприяє використанню більш економної та екологічної упаковки.

Досвід європейських країн світу засвідчує залежність кількісних результатів збирання та сортування муніципальних відходів від інформаційної політики в країні. Виховання звички і продовження традицій роздільного збирання відходів та повторного їх використання здійснюється на ранніх етапах формування світогляду індивідуума.

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ СУЧАСНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ СОЦІАЛЬНОЇ РОБОТИ В УКРАЇНІ

В умовах сьогодення для успішного соціально-економічного розвитку України неабиякої актуальності набуває процес якісного управління організаціями соціальної сфери. Для ефективного управління організацією необхідно враховувати існуючі та можливі проблеми в менеджменті.

Слід зазначити, що менеджмент – це наука, котра спирається на об'єктивні закони та закономірності, чіткі правила й технології. Важливими аспектами в менеджменті соціальної роботи є ресурси. Одним із базових ресурсів є людина, котра є висококваліфікованою та знається на своїй справі, а головне, віддається їй стовідсотково. Через безліч економічних та соціальних проблем в Україні дуже

загострилась ситуація з нестачею високопрофесійних і водночас патріотично налаштованих кадрів. Це відбувається, в першу чергу, через більш привабливі умови праці за кордоном, тому наразі в Україні спостерігається так звана проблема «braindrain» - відтоку мізків. [3, с. 86].

Наступна проблема – це нарцисизм, або зосередженість на власній величі. Багато українських керівників думають лише про власний статус, а не про людей, котрі розвивають організацію.

Не менше важливою проблемою сучасного українського менеджменту соціальної роботи є те, що ніхто або майже ніхто насправді не думає про клієнтів. Це зумовлено тим, що наша країна ще не доросла до максимальної орієнтації на клієнта.

Значна проблема українського менеджменту – це зосередженість на цифрах, що називається «нічого особистого». Через зацикленість на цифрах і цифрових показниках ми постійно стикаємося з проблемою у відносинах, через що нерідко можуть виникнути конфлікти.

Наступною проблемою є те, що український бізнес, і не лише український, в більшості випадках зосереджений лише на «заробітку грошей». [1, с.241].

Значною проблемою розвитку менеджменту соціальної роботи є жадібність і конкуренція. Поняття конкуренції саме по собі жорстке і передбачає виграв за рахунок програшу іншого

Слід зауважити, що однією із найважливіших проблем сучасного менеджменту соціальної роботи є небажання що-небудь змінювати, схильність зберігати стабільність, відстоювати свою позицію, посаду та напруження, пишатися минулими заслугами. [4, с. 112].

Отже, досліджуючи сучасні реалії проблемного поля сучасного менеджменту соціальної роботи можна стверджувати, що нині відбувається витіснення актуальних напрямків можливого розвитку, запровадження в подальшому адекватних та оригінальних інновацій в менеджменті соціальної роботи. Концепції, на які нині спирається практична діяльність організацій і які орієнтовані на вирішення соціально-економічних проблем, потребують перегляду.

Перелік посилань:

1. Антоненко С. А., Бідний Б. І. Інноваційний менеджмент. Підручник та практикум. Київ. 2018. 304 с.
2. Будзан Б.П. Менеджмент в Україні: сучасність і перспективи. Київ: Основи, 2001. 349 с.
3. Коргова М. А. Менеджмент. Управління організацією. Київ. 2019. 198 с.
4. Хміль Ф.І. Становлення сучасного менеджменту в Україні: проблеми теорії та практики. Львів: Львівська комерц. Академія. 2012. 206 с.
5. Revko A. Leadership and Emotional Intelligence in Social Management. *Інноваційний потенціал соціальної роботи в сучасному світі: на межі науки та практики* : матеріали І Міжнародної науково-практичної конференції. – Чернігів : НУ «Чернігівська політехніка», 2021. – С. 42-43

АНАЛІЗ УКРАЇНСЬКОЇ ЗАЛІЗНИЧНОЇ МОДЕЛІ

Українська залізниця (УЗ) є монополістом на ринку залізничних перевезень України та має виключне право на використання тягової сили на залізничних шляхах, є власником усієї залізничної інфраструктури. Вона здійснює 100% пасажирських та транспортних залізничних перевезень [1]. Дана система схожа з іншими пострадянськими країнами, але значно відрізняється від Європейської та Американської залізничних моделей. Американська залізнична модель базується на приватній власності на транспортну інфраструктуру, вагони та тягову силу. Дана система добре зарекомендувала себе на практиці, адже нині ключові показники ефективності залізниці є одними з найвищих у всьому світі [2]. Європейська модель є менш успішною та спрямована тільки на часткову приватизацію залізничного сполучення, полягає у розділенні однієї державної компанії на кілька структур, що зберігають значні елементи державного контролю, за принципом поділу майна залізниці на інфраструктурну та рухомий склад (система поділу варіюється від країни до країни). [2]. За результатами фінансової звітності за 2020-й рік УЗ є збитковою компанією [3]. У той самий час обсяг залізничних вантажних перевезень складає 80% від загального [1], отже, з огляду на таку роль в національному господарстві, є необхідність у реформуванні даної галузі. Варто зазначити, що нинішня модель, крім низької ефективності, має ще й значні корупційні ризики, особливо у галузі вантажних перевезень, адже послуги з транспортування надає одна компанія, яка вирішує, коли та куди будуть розподілені ресурси перевізника, що змушує споживачів конкурувати за ці ресурси, а оскільки тарифні схеми є сталими, а ціни на перевезення наперед визначені [4; 1], зростає ймовірність нечесної конкуренції. У той самий час, виключне право УЗ розпоряджатися тяговою силою дозволяє одночасно виконувати транспортування вагонів кількох замовників за допомогою одного локомотива, що зменшує завантаженість шляхів та збільшує ефективність використання наявної техніки у порівнянні з тим, якби власників тягової сили було багато та вони окремо укладали контракти про перевезення. Отже, українська залізнична модель є однозначно недосконалою та потребує змін, але необхідно враховувати особливості вантажних перевезень в Україні, які накладають певні обмеження на реформування галузі. Потрібно детально проаналізувати закордонний та вітчизняний досвід, адже просте копіювання, наприклад американської моделі, може призвести до скорочення вантажопотоку. Тому дана проблема має бути детальніше вивчена в подальших дослідженнях.

Перелік посилань:

1. Основні проблеми функціонування ПАТ "Укрзалізниця" та рекомендовані шляхи їх вирішення / Н. І. Горбаль, М. М. Заремба, С. Б. Романишин // Вісник Національного університету "Львівська політехніка". Логістика. – 2017. – № 863. – С. 34-41. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VNULPL_2017_863_7
2. Тенденції реформування залізничного транспорту : матеріали п'ятої студентської конференції, (Львів, 8 квітня 2014 року) [Електронний ресурс] / Федунь Т.І., науковий консультант Орловська О.В. // ЛФ ДНУЗТ; Львів, 2014. 96 с.,– 2014 – Режим доступу: http://lf.diit.edu.ua/images/Studentu/studconf/5_Conference_2014.pdf#page=84
3. Консолідована фінансова звітність українського акціонерного товариства "Українська залізниця" [Електронний ресурс] : станом на 31 грудня 2020-го року / із сайту uz.gov.ua //– режим доступу до сайту: https://www.uz.gov.ua/about/investors/financial_statements/kfz_msfz/
4. Збірник тарифів на перевезення вантажів залізничним транспортом у межах України та пов'язані з ним послуги [Електронний ресурс] / Наказ Міністерства транспорту та зв'язку України №317 – (станом на 15.11.2021) – Режим доступу : https://www.uz.gov.ua/cargo_transportation/tariff_conditions/transportation_in_ukraine/collection_rates/

СУТНІСТЬ ТА ОСНОВНІ АСПЕКТИ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Сучасні економічні системи характеризуються надзвичайною непередбачуваністю та нестабільністю стану, швидко мінливими внутрішніми і зовнішніми змінами середовища, коливаннями та циклічністю ринкових умов та величини прибутку і витрат. Велика кількість організацій та підприємств знаходяться у непростих ситуаціях, коли їх витрати перевищують доходи, а замість прибутку отримують збитки, стаючи фінансово нестабільними і неплатоспроможними. При цьому їх ділова діяльність погіршується. Дуже часто такі суб'єкти господарювання знаходяться у кризовій ситуації, яка потім закінчується їхньою неплатоспроможністю та банкрутством.

Специфічною рисою антикризового управління є необхідність прийняття складних управлінських рішень в умовах обмежених фінансових ресурсів та високого рівня ризикованості. Менеджери, які вирішують управлінські проблеми, стикаються з необхідністю діяти ефективно, швидко та грамотно тому, що постійно зростає рівень їх відповідальності.

Функціонування господарюючого суб'єкта з використанням антикризових заходів означатиме контроль можливостей появи антикризових ознак при нормальному перебігу подій у компанії. Антикризове управління спрямоване не тільки на виживання організації у кризових ситуаціях, але і на зникнення таких ситуацій, тобто на моніторинг фінансового стану компанії, регулярне проведення діагностики показників організації, а також зовнішнього середовища щодо запобігання подіям, які ведуть до розвитку кризових ситуацій.

Таким чином, можна зробити висновок, що антикризовий менеджмент – це управління, яке може, по-перше, запобігти виникненню кризи, використовуючи системи докризової підготовки та впровадження внутрішніх стабілізаційних резервів, а у разі кризової ситуації – керувати виходом економічного суб'єкта з існуючого стану з мінімальними втратами.

В зарубіжній практиці поняття crisis-management (антикризове управління) не пов'язано виключно із проблемами банкрутства. Навпаки, це більш широке визначення, яке включає цілий комплекс проблем: стихійні лиха, землетруси, повені. В той самий час у зарубіжній практиці розроблено та апробовано технологію антикризового управління, яка є досить універсальною і дозволяє вирішувати будь-які соціально-економічні, фінансові та організаційні проблеми.

Загальне вирішення проблем антикризового управління передбачає наявність трьох ресурсів і двох обмежень. Перший ресурс – це час, достатній для усунення проблеми; другий ресурс – це знання, вміння та повноваження особи, відповідальної за прийняття управлінських рішень; третя – фінанси, достатні для вирішення проблеми. Що стосується обмежень, по-перше, кількість жодного із ресурсів не повинна дорівнювати нулю, а, по-друге, відсутність одного із ресурсів має доповнюватися збільшенням решти.

В рамках антикризового управління необхідно проаналізувати різні сценарії і виробити курс дій на випадок можливого загострення протиріч всередині підприємства або з зовнішнім середовищем. На основі узагальнення підходів до визначення змісту антикризового управління пропонуємо свою інтерпретацію цього поняття.

Антикризове управління – це система управління, яка спрямована, перш за все, на виявлення суперечностей підприємства із зовнішнім середовищем або його внутрішнього середовища із урахуванням бізнес-процесів підприємства з метою запобігання кризових ситуацій на підприємстві. Тобто, у разі ймовірності виникнення кризового стану, задача – реорганізувати здійснення певних бізнес-процесів відповідно до поточних умов ведення бізнесу; на випадок кризового стану – розробити механізм подолання кризи, передбачивши впровадження відповідних інструментів та процедур й детальне переосмислення принципів діяльності підприємства.

THE ADVERSE EFFECT OF CORRUPTION ON FOREIGN BUSINESS DEVELOPMENT IN UKRAINE

With the exception of Ukraine's attractiveness for foreign businesses - such as its vast geographical location, containing 19 free trade agreements with 46 countries, 40 million highly educated young population with English proficiency, and 'home to the largest IT engineering force in Eastern and Central Europe' [1] - lamentably, there are significant levels of corruption happening in Ukraine. By virtue of new business rules in the world of Ukraine's corrupted system, numerous foreign businesses faced significant dilemmas, making it hard for foreigners to comprehend the aphorism amongst investors in Kyiv - 'Ukraine wants foreign money, not foreign investors' [2].

Considering the history of Ukraine's communist system - public ownership of the means of production, government controlling economic and political power, and the disappearance of social classes - we can easily understand the corruptive perspective which is planted in the mentality of Ukrainian businessmen. For instance, during the Soviet Union foreign companies (if allowed to operate), were forced to keep their profit within the country [3]. Practices of suborning officials to get construction permits, to receive certain privileges, and other business ethics that were used during Soviet Ukraine, have strongly transported into the lives of Post-Soviet Ukrainians, along with minor changes. As stated by Magoroh: "socialism breeds bribery and corruption because services and things are more important and therefore preferred to money" [4]. Hence, during Soviet Ukraine, countless needs and wants could not be bought for money, as they were distributed by the privileged to the privileged. Ukraine is experiencing such corruption, since currently, money can easily flow in and out of pockets without governmental controls, and it can buy anything and anyone.

A shift from communism to socialism and later to capitalism, has created a corrupt government system staffed with former communist officials, causing uncertainty and a chaotic business environment for foreign businesses. Thus, a westerner struggling to do business in Ukraine, had to attain an export license 4 times in 4 months; 'the law changed faster than his licenses expired. To receive his last license, he had to get permission from 25 different people. During the process, he paid one high official's son a salary, and sent another man's two sons on a holiday in America [5]. Some of America's largest companies, such as Motorola and Marathon Oil, have come to Ukraine, surveyed the business landscape and gone elsewhere. Unscrupulous capitalists will not help grow the country's foreign business development, unless foreigners play along with their rules and ethics. In summary, Ukraine has countless and significant resources to attract foreign businesses, however, offering these resources require power, money and new business rules and ethics. Is Ukraine making its place in the global scale for creating new rules for conducting businesses? Can foreigners study and learn these new rules for creating profitable businesses? There are many questions regarding these coercions that will stay unanswered.

1. Flickner, Charles, William B. Inglee, and John Shank. *Foreign Operations, Export Financing, and Related Programs Appropriations for 1998: Hearings before a Subcommittee of the Committee on Appropriations, House of Representatives, One Hundred Fifth Congress, First Session*. 1st ed. Vol. 5.

2. Washington, DC: U.S. G.P.O., 1997. Accessed October 19, 2021. [https://books.google.com.ua/books?id=XwSmrUNy72gC&pg=RA1-PA23&dq=Ukraine mafia not allowing foreign business&hl=en&sa=X&ved=2ahUKEwiVrfb5zOXzAhXPgf0HHSPbAzsQ6AF6BAGEEAI#v=onepage&q=Ukraine&f=false](https://books.google.com.ua/books?id=XwSmrUNy72gC&pg=RA1-PA23&dq=Ukraine+mafia+not+allowing+foreign+business&hl=en&sa=X&ved=2ahUKEwiVrfb5zOXzAhXPgf0HHSPbAzsQ6AF6BAGEEAI#v=onepage&q=Ukraine&f=false)

3. Leonora Fuxman. (1997). Journal of Business Ethics. Ethical Dilemmas of Doing Business in Post-Soviet Ukraine, 16, 1275–1276. https://www.researchgate.net/profile/Leonora-Fuxman/publication/226789718_Ethical_Dilemmas_of_Doing_Business_in_Post-Soviet_Ukraine/links/5c88508545851564fad9c6d4/Ethical-Dilemmas-of-Doing-Business-in-Post-Soviet-Ukraine.pdf

4. Maruyama, M. (1991). Contracts in Cultures. Human Systems Management, 10(1), 33–46. <https://doi.org/10.3233/hsm-1991-10105>

5. Leonora Fuxman. (1997). Journal of Business Ethics. Ethical Dilemmas of Doing Business in Post-Soviet Ukraine, 16, 1275–1276. https://www.researchgate.net/profile/Leonora-Fuxman/publication/226789718_Ethical_Dilemmas_of_Doing_Business_in_Post-Soviet_Ukraine/links/5c88508545851564fad9c6d4/Ethical-Dilemmas-of-Doing-Business-in-Post-Soviet-Ukraine.pdf

ОБГРУНТУВАННЯ ДОЦІЛЬНОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ СИСТЕМИ КРІ В АНТИКРИЗОВОМУ УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ

Управління підприємствами в сучасних умовах, зокрема в період пандемії COVID-19 вимагає особливого підходу до розробки та впровадження механізму запобігання кризовим явищам, ситуаціям та, в кінцевому підсумку, локальним і системній кризам, що можуть виникати у процесі провадження підприємницької діяльності.

Формування групи показників, що уможливають отримання адекватної і всебічної якісної та кількісної оцінки змін, що відбуваються на підприємстві, потребує застосування сучасного методичного інструментарію оцінки й аналізу показників ефективності діяльності. Однією із методик, яка зарекомендувала себе якнайкраще є система КРІ (Key Performance Indicators), застосувавши яку можна здійснити комплексний аналіз показників ефективності бізнес-процесів, що мають характер основних і забезпечуючих. Цінність такої оцінки полягає в тому, що вона дає змогу кількісного виміру фактично досягнутих результатів діяльності підприємства за визначений період.

Згідно концептуальних засад, оцінка повинна здійснюватися за наступними напрямками [1]: результативність – фактично отримані результати діяльності; витрати – фактичні витрати ресурсів; функціональність – фактичне дотримання послідовності і повноти виконання бізнес-процесів, а також дотримання вимог до їх здійснення; продуктивність – фактично отримане співвідношення результатів діяльності та витрат на їх здійснення за одиницю часу; ефективність – низка загальних показників оцінювання співвідношення отриманих результатів до витрат всіх видів ресурсів.

Слід зазначити, що доцільність застосування цієї методики у антикризовому менеджменті полягає у тому, що з'являється:

Можливість отримання об'єктивних даних щодо витрат ресурсів і реально отриманих вигод, що особливо актуально в період кризи, тобто при нестачі фінансів і часу.

Можливість оцінити ступінь досягнення стратегічних цілей підприємства, що важливо при реалізації ключових положень концепцій антикризового управління, зокрема активного, реактивного, інтерактивного типів.

Можливість застосування системи КРІ як одного з методів для ранньої діагностики кризових явищ на підприємстві, що відповідає основним засадам превентивного антикризового менеджменту, оскільки Key Performance Indicators дають змогу охопити всі групи показників: фінансово- господарської діяльності, організації управлінської діяльності, ресурсного забезпечення і т.ін.

Можливість інтеграції системи бюджетування та моделі управління згідно системи КРІ; визначення центрів відповідальності та закріплення за ними відповідних показників.

Отже, система КРІ може застосовуватися у комплексі з іншими методами оцінки діяльності підприємства за різними напрямками з метою запобігання виникненню кризових явищ і ситуацій [2]. Key Performance Indicators є інструментом виявлення негативних тенденцій в діяльності підприємства, що пов'язано як з внутрішніми, так і з зовнішніми факторами, тому може бути використана в межах комплексного підходу для діагностики ймовірності виникнення банкрутства.

Перелік посилань:

1. Цалко Т. Р. Система ключових показників ефективності як запорука ефективного управління бізнес-процесами в компанії / Т. Р. Цалко, С. М. Невмержицька // Проблеми системного підходу в економіці. 2019. Вип. 6 (74), Ч. 2. С. 160-167.
2. Джеджула В.В. Оцінювання ефективності антикризового управління підприємства за умов інноваційного розвитку / В.В. Джеджула, І.Ю. Єпіфанова, Н.О. Оранська // Інвестиції: практика та досвід № 11. 2017. С.10-14.

ПРОБЛЕМИ ЗАЛУЧЕННЯ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТИЦІЙ В ЕКОНОМІКУ УКРАЇНИ

Загальновідомо, що для забезпечення розвитку економіки будь-якої країни вкрай необхідним є інвестування. З огляду на те, що внутрішні інвестиційні ресурси України на сьогодні є недостатніми для стабільного економічного зростання країни, залишається сподіватися на зовнішні інвестиції. Під зовнішніми інвестиціями розуміють капітал, що вкладається іноземними інвесторами в об'єкти інвестиційної діяльності задля отримання доходів або досягнення певного соціального ефекту.

Протягом тривалого часу головними інвесторами країни є Кіпр, Нідерланди, Швейцарія та Велико Британія. Згідно останніх даних Держстату України інвестиції, що надійшли з цих країн у 2020 році, становлять: 15,1 млрд дол., 9,8 млрд дол., 3,1 млрд дол., 2,9 млрд дол. відповідно [1].

Порівняно з іншими країнами ці інвестування не визнаються експертами як великі і, навіть, достатні. Згідно тих самих даних Держстату після 2014 рівень іноземних інвестицій різко впав, що є цілком закономірним через збройний конфлікт на сході країни. Втім, на сьогодні це далеко не єдина причина інвестиційної непривабливості України. Серед інших факторів несприятливого впливу на інвестиційний клімат, на думку дослідників, такі: політична й економічна нестабільність, неефективна судова система, незахищеність приватної власності, наявність тіньового сектору, корупція, інфляція, високі податки та запутане податкове законодавство, застарілість інфраструктури та ін.[2, 3].

Варто зауважити також, що переважна більшість вкладів надходить в Україну з офшорних зон, які використовуються вітчизняними підприємцями з метою ухилення від сплати податків. У результаті такого самореінвестування у вигляді іноземних інвестицій значно меншими стають суми, інвестовані безпосередньо в економіку країни.

Будь-які інвестиції – це не просто прямі капіталовкладення, але й, як наслідок, інноваційні технології, осучаснені підприємства, розширене виробництво, нові робочі місця та зростаюча конкурентоспроможність на світовому ринку. Усвідомлення цих можливостей має підштовхувати до відповідних дій з покращення інвестиційної привабливості країни, а саме: створення ефективної системи інвестицій (розбудова фондових бірж, посилення ринку цінних паперів, полегшення процедури придбання акцій тощо); спрощення механізму сплати податків; покращення ведення бізнесу в Україні та обмеження виведення капіталу в офшорні зони; забезпечення справедливої судової системи; розвиток перспективних напрямків економіки; покращення інфраструктури; підвищення стандартів освіти; цифровізація та розвиток інформаційно-комунікаційних технологій [3].

Вочевидь, що діяльність з покращення інвестиційного клімату в країні передбачає комплексного вирішення вищезазначених проблем й, відповідно, залучення найкращих фахівців не лише з економіки, але й права, державного управління, бізнесу, освіти. Спільні зусилля сприятимуть не лише залученню, але й грамотному використанню інвестицій.

Перелік посилань:

1. Економічна статистика / Зовнішньоекономічна діяльність [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
2. Городняк І. Проблеми залучення іноземних інвестицій в економіку України / Інноваційні інструменти забезпечення інвестиційного та інфраструктурного розвитку об'єднаних територіальних громад : матеріали наук.-практ. конф. за міжнар. участю, м. Дніпро, 2020 р. / за заг. ред. І. А. Чикаренко. – Дніпро : ДРІДУ НАДУ, 2020. – С. 87-89.
3. Цимбалюк Ю., Корман, І., Ролінський, О. Стан іноземного інвестування в Україні / Економіка та суспільство [Електронний журнал]. – 2021. – Вип. 31. – С. 95-98. – Режим доступу до журн. : <http://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/693>

PROBLEMS OF FUNCTIONING OF AGROCHEMICAL ENTERPRISES IN THE AGE OF DIGITALIZATION

Transformation of national economies caused by new conditions of digital changes are characterized by deepening of interdependence of many world economic processes, in particular, work of industry, agriculture sector, introduction of information and administrative technologies, automation of system-creating business processes. Scientific developments to ensure the adaptability of business to the challenges of intensification of the digital economy are becoming relevant.

In particular, they need a scientific generalization of operational problems under the influence of digital transformations, in particular, agrochemical enterprises as representatives of a promising market in the context of national branding of Ukraine.

Analysis of materials [1; 2], as well as the experience of monitoring the activities of agricultural enterprises provides a possibility to formulate the following challenges generated by the external environment.

1. Seasonality of agrochemical enterprises hinders the well-established system of sales and products transportation.

2. Dependence of profit on yield, which in turn is associated with natural, biological and organizational-technogenic conditions, the control of which is only partially possible. Thus, the activities of agrochemical enterprises are high risk.

3. Environmental problems and cataclysms that occur globally and nationally, including depletion of productive agricultural land, global warming, ozone depletion, etc.

4. Due to the development of globalization processes, there is an exchange of agricultural products, such as seeds, which increases the risk of pests or diseases in other areas.

5. Digital inequality between urban and rural areas is slowing down the pace of digitalization of agrochemical enterprises. The lack of continuous Internet coverage prevents enterprises from using Industry 4.0 tools.

6. Increased food demand (by 60% by 2050) due to population growth and improved quality of life with unchanged areas of agricultural land and the agricultural population can cause a food crisis.

7. Slowing down the pace of digitalization of agriculture due to lack of funding and management knowledge, underdeveloped infrastructure, conservatism in decision-making and lack of digital competencies.

A promising area of further development is to identify economic relationships between the introduction of digital technologies and the economic potential of agricultural enterprises.

References:

1. Abdrakhmanova G. et al. (2021), "Digital transformation of industries: starting conditions and priorities: reports. to XXII Apr. international scientific. conf. on the problems of economic and social development", *Ed. House of the Higher School of Economics*, p. 239. [Online], available at: <https://conf.hse.ru/mirror/pubs/share/463148459.pdf> (Accessed 02 November 2021).
2. Voloshanyuk N. and Somka A. (2017), "The agricultural sector of Ukraine: trends, actors, prospects for reform", *Scientific Bulletin of Uzhhorod National University*, p. 45-49. [Online], available at: http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/13_1_2017ua/12.pdf (Accessed 02 November 2021).

ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МАЛОГО І СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Тема є актуальною на сучасному етапі розвитку економіки нашої країни. Сьогодні малий бізнес - це головний рушій економічного розвитку інноваційної високорозвиненої держави. Економічний стан України залишається досі складним через структурні деформації, наслідки планово-розподільної системи господарювання, підвищення рівня інфляції, затратний механізм ціноутворення, неконкурентоспроможність. Вирішення цих проблем я бачу шляхом розвитку МСП. Вони є найбільш перспективним напрямом розвитку і покращення економіки, фактично є основою формування інновацій, прошарку середнього класу (власники бізнесу), тобто фінансової еліти, і верхівка влади як ніхто має бути зацікавленою у їхньому розвитку. До того ж малі та середні підприємства мають низку переваг: гнучкість виробництва та високий рівень її автоматизації, не значні витрати на управління та обслуговування, є дуже мобільними в управлінні та в створенні нових видів товарів і послуг.

За статистичними даними МСП України станом на 2020 рік МСП займають 99,8% серед усіх підприємств, забезпечують робочими місцями 79% зайнятого населення, та приносять 55% ВВП в економіку країни. Тобто можна зробити висновок, що МСП виконують одну з найголовніших функцій- соціальну, забезпечують робочими місцями населення та визначають структуру і якість ВВП. Як на мене це дивовижні цифри, але у чому ж полягає проблема МСП, і чому при наявності такої кількості МСП Україна не посідає провідне місце серед високорозвинених держав.

Головною проблемою їх розвитку є велике податкове навантаження, ніби цю проблему просто вирізали з Податкового кодексу, і відірвали від реальності життя і просто на просто оминули питання малого і середнього бізнесу. Наступне це корупція, в якій Україна посідає провідне місце в Європі, і дуже соромно чути від політиків, що для українців це генетичне явище. Також це надмірне державне регулювання, але водночас відсутність державної підтримки, підвищення рівня інфляції, відсутність реформ щодо МСП. Варто відзначити, що згідно з розпорядженням Кабінету Міністрів від 24 травня 2017 року було затверджено Стратегію розвитку МСП України і від 10 травня 2018 року План заходів її реалізації. Станом на 2020 рік було виконано 55 заходів із 63 передбачених, проте ряд завдань і заходів залишилися досі не реалізованими. Однак 2020-му року судилося стати знаковим для українських малих підприємств, на початок року бізнес очікував позитивних реформ, держава готувала запуск амбіційних ініціатив з розвитку малого підприємництва, але пандемія внесла свої корективи в плани та пріоритети бізнесу. Близько 80% підприємств повідомили, що втратили до 75% від своїх доходів. Необхідно відзначити проблему фінансування, зокрема активізацію кредитування небанківськими фінансовими установами, це був один із не виконаних пунктів Стратегії розвитку МСП України, який став якраз таки палкою в колесі під час пандемії. В умовах непередбачуваних обмежень підприємці намагалися врятувати свій бізнес і зверталися до держави за допомогою, зокрема через програму «Доступні кредити 5-7-9%», яка б мала стати джерелом дешевих коштів. У результаті ця програма підтримувала лише діючий бізнес і не надавала коштів підприємцям-початківцям, тому від цієї програми відмовився майже кожен четвертий підприємець. Це є прикладом того, як незавершені заходи в минулому можуть стати проблемою у майбутньому.

Таке різке падіння рівня доходу і недоліки державних заходів можуть призвести до катастрофічних наслідків в економіці країни, тому одним з найбільш раціональних виходів із кризової ситуації є проведення реформ щодо МСП, в яких в першу чергу буде зазначено про зменшення оподаткування та підтримку з боку держави.

Перелік посилань:

1. Малий та середній бізнес в Україні: стан та проблеми розвитку [Електронний ресурс]. – Режим доступу : URL : <http://www.economy-confer.com.ua/full-article/3183/>

ДУАЛЬНА ОСВІТА ЯК СПОСІБ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ МОЛОДІ НА РИНКУ ПРАЦІ

Молодь є носієм перспективних можливостей суспільства. Проте її позиція на ринку праці є вразливою, оскільки існує очевидний розрив між знаннями, вміннями, навичками молодих претендентів на робоче місце і вимогами роботодавців. Одним із інструментів подолання цього розриву може стати дуальна освіта.

Метою дослідження є оцінка дуальної освіти як способу підвищення конкурентоспроможності молоді на ринку праці.

Рівень молодіжного безробіття в Україні залишається стабільно високим протягом останніх років. За даними дослідження Державної служби зайнятості України, що проводились у 2021 році, 47% молоді працює не за фахом. Найбільше від безробіття потерпають молоді особи у віці від 30 до 34 років, рівень безробіття яких у 2021 році становить близько 25%. Високим зберігається рівень безробіття і для вікової групи населення 25–29 років у 2021 р. – близько 16,5%, що викликано переважно проблемами пошуку першого робочого місця і трудової адаптацією на ньому. Кожен третій зареєстрований в Києві безробітний – молода людина віком до 35 років.[1]

Аналіз відкритих вакансій на рекрутингових ресурсах показує конкурентну перевагу претендентів з досвідом. Дуальна освіта дає можливість поєднувати навчання з набуттям актуальних практичних навичок за спеціальністю. Така форма навчання дає можливість молоді відчувати виклики, що постануть перед ними у ході майбутньої роботи. Рівень успішного працевлаштування таких студентів зростає, оскільки учасниками дуальної освіти виступають підприємства, які зацікавлені у спеціалістах, підготованих у такий спосіб. Серед переваг дуальної освіти можна виділити наступні: отримання здобувачами освіти тих компетентностей, що вимагають роботодавці; навчання на сучасній матеріально-технічній базі; пришвидшення адаптації випускників до робочого середовища. [2]

Внаслідок проведеного дослідження з'ясовано, що дуальна освіта є ефективною, оскільки за її допомогою мета підвищити конкурентоздатність випускника є досяжною. Дуальна освіта – це спосіб подолання прірви між вимогами роботодавця та можливостями освітніх закладів.

Перелік посилань:

1. Державний центр зайнятості. [Електронний ресурс]. Режим доступу: https://www.dcz.gov.ua/sites/default/files/infofiles/sytuaciya_na_rp_ta_diyalnist_dsz__1.pdf
2. Міністерство освіти і науки України: офіційний сайт. [Електронний ресурс]. Режим доступу: 2018. URL: <https://mon.gov.ua/ua/osvita/profesijno-tehnichnaosvita/dualna-osvita>

GENESIS OF THE CONCEPT OF CIRCULAR ECONOMY

The urgency of developing a circular economy and training in this area is exacerbated by the fact that complexity and uncertainty combined with climate change often paralyze governments at the national and international levels, requiring immediate action to protect societies from the irreversible effects of climate change.

In recent decades, the European Union has introduced broad legislation on waste management. This has led to a sharp reduction in air, water and soil pollution in the EU, while boosting economic growth and creating jobs in waste collection and recycling. The conversion of waste into a resource is one of the most important areas of the circular economy, but equally important is the fight against waste generation. After all, to recycle raw materials, you need to spend energy again.

Circular economy is a trend of the XXI century, which provides:

- raising awareness of socio-economic, energy and environmental sectors;
- formation of approaches to solve the problem "safe environment vs economic development";
- search for a global consensus on the growing importance of environmental factors in the activities of domestic and international companies.

It should be noted that the fundamental provisions of the circular economy are outlined in the scientific work of the Ellen MacArthur Foundation, which made this concept world famous. The main areas of research Ellen MacArthur:

1. Preservation and increase of natural capital due to control of final stocks and balance of flows of renewable resources. Ways to achieve the goal: recovery, virtualization, exchange.
2. Optimization of resource profitability through multiple use of products, materials and components with maximum benefit during technical and biological cycles. Ways to achieve the goal: regeneration, optimization, cyclicity, distribution.
3. Improving the efficiency of the circular system based on the detection and development of negative externalities. Ways to achieve the goal: all of the above.

It should be emphasized that the vast majority of authors in defining the principles of the circular economy uses the prefix "re" (from Latin means "again"), which characterizes the basic essence of the circular economy. Thus, the basic framework of the circular economy "3R" consists of the following components:

"reduce" - reduction - promotes the minimum use of raw materials, which involves reducing waste;

"reuse" - reuse - allows you to reduce resource flows into the production system;

"recycle" - recycling - involves the full use of resources, which leads to a reduction in environmental pollution

A comparative analysis of the concepts of circular and "green" economy, conducted by European scientists on the basis of bibliometric review of scientific articles published over the past three decades, showed that in the "green" economy special attention is paid to sustainable development, "green" investment, tourism, education and employment, development of renewable energy sources, conservation of land resources, reduction of emissions; and within the circular - the features of sustainable development in terms of industrialization and urbanization, reducing the life cycle of products, disposal and reuse of waste, etc.

References:

1. Nahara, M. (2021), "Circular economy: genesis, structure, features", *Ekonomika ta derzhava*, vol. 10, pp. 68–73. DOI: [10.32702/2306-6806.2021.10.68](https://doi.org/10.32702/2306-6806.2021.10.68)
2. Tulchynska, S., Shevchuk, N., Popelo, O., Pohrebniak, A., Kravchyk, Yu. (2021). Operation of Industrial Parks in the Conditions of Sustainable Development and the Paradigm of Circular Economy. *Laplace em Revista (International)*, 7(3C), 238-247. <https://doi.org/10.24115/S2446-6220202173C1602p.238-247>.

ФАКТОРЫ ЭФФЕКТИВНОГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ МАТЕРИАЛЬНЫХ РЕСУРСОВ ПРЕДПРИЯТИЯ

Материальные ресурсы – один из основных факторов производства на любом типе предприятий. Они формируют предметный состав изготавливаемой продукции и непосредственно обеспечивают производственно-изготовительный процесс [1].

Изменение эффективности материалопотребления, уровня материалоотдачи и материалоёмкости, рентабельности материальных расходов формируются под влиянием различным внутренних и внешних факторов.

Первыми рассмотрим внешние факторы эффективного использования материальных ресурсов. Прежде всего к ним относится государственное регулирование ресурсосбережения. Для осуществления экономии ресурсов государство применяет особенную финансовую политику, налаживает и регулирует налоговую систему и закрепляет в уставных документах максимальные и минимальные значения энергоёмкости и материалоёмкости продукции предприятий. Следом идет конъюнктура на рынках материальных ресурсов. Данный фактор определяет соотношение спроса и предложения на рынке материальных ресурсов, а также оказывает влияние на эффективность использования материальных ресурсов на предприятии. Третий фактор – научно-техническое развитие. Он отвечает за появление передовых технологий, различных новых материалов и разнообразной техники, новых знаний и умений. К общеэкономическим макроэкономическим факторам можно отнести факторы, влияющие на стратегию развития предприятия, на процесс использования материальных ресурсов. Сюда входят: экономическая обстановка в стране, государственное регулирование экономики, состояние инфраструктуры экономики государства. Последними в перечне внешних факторов идут экологические, природно-климатические и политические факторы [2].

Внутренние факторы напрямую зависят от внешних, но именно внутренние определяют использование материальных ресурсов на предприятии. Технические факторы действуют еще на стадии проектирования и показывают совершенство состава продукта в аспекте расхода отдельных видов материальных ресурсов. Технологические факторы работают на стадии производства продукции и влияют на уровень потерь и остатков используемых материалов. Сюда относится ввод новейшего оборудования, различных сберегающих технологий, рост уровня автоматизации производства. Организационные факторы отвечают за оптимизацию организации производства, логистики и материально-технического обеспечения на предприятии. Последние в данном перечне – экономические факторы. Они создают условия, способствующие усовершенствованию процесса использования материальных ресурсов, снижению расходов, развитию производства на основе новых технологий, а также за материальное и моральное стимулирование работников предприятия .

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ:

1. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: Учеб. пособие/ Под общ. ред. Л.Л. Ермолович. – Мн.: Интерпрессервис; Экоперспектива, 2001. – 576 с. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.bibliofond.ru/view.aspx?id=486366#text>
2. Факторы и основные направления эффективного использования материальных ресурсов на предприятии [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://ozlib.com/1009249/>

РЕАЛІЗАЦІЯ КЛАСТЕРНОГО ПІДХОДУ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ

Світовий досвід доводить, що кластеризація є ефективним інструментом регіонального та (або) національного розвитку [1-3]. Застосування кластерного підходу до розвитку національних та регіональних економік слід вважати одним із найбільш дієвих та ефективних інструментів розвитку як окремих територій, так і сфер економічної та соціальної діяльності.

На розвиток економіки України все більше впливу здійснює активізація процесу цифровізації світової економіки. Цифрова економіка в Україні – це реальність, яка має ряд передумов, що характеризуються наступними показниками: розвиток інфраструктури задля доступу до Інтернету, зростання кількості користувачів Інтернетом; розвиток ІТ-інфраструктури на вітчизняних підприємствах; розвиток електронної комерції; розвиток ІТ-сфери; розвиток електронного урядування.

Цифровізація економіки впливає на формування та функціонування кластерних структур, що передусім проявляється в зменшенні значущості просторового розташування складових кластерного утворення, так як наразі обмін та передача інформації не залежить від близькості розташування учасників інформаційного процесу. Розвиток сучасних комунікацій, які забезпечуються цифровими технологіями, дозволяє здійснювати обмін неявними знаннями без особистої взаємодії та передачі інформації, дистанційно в онлайн-форматі. Зміни, які несе в собі цифрова економіка мають ряд наслідків для кластеризації. По-перше, основою кластера стає інтелектуальна складова, для ефективного функціонування якої не потрібні матеріальні ресурси чи безпосередня близькість виробничих систем, а можливість якомога краще реалізувати людський потенціал. По-друге, кластерне об'єднання все більше припиняє бути пов'язаним з певним регіоном країни або сусідніми територіями через обмеження у використанні ресурсів та знижує його конкурентоспроможність. По-третє, центральним елементом кластера стає здійснення цифрових інформаційно-управлінських та фінансових трансакцій, які не залежать від географічного розташування учасників та впливають на його конкурентоспроможність.

Таким чином, традиційно промислово-виробничі кластери трансформуються в утворення, що адаптивні до нових вимог цифровізації (цифрові кластери). Розвиток вітчизняної економіки на основі цифрової платформи не тільки не відмінняє переваг від класичної кластеризації, але і додає нові.

Отже, для прискорення процесів цифровізації економіки та підвищення їх ефективності необхідно використовувати всі наявні інструменти, одним з яких є кластеризація. Вона дозволяє об'єднати зусилля всіх учасників кластеру: підприємств, органів влади, наукових установ та закладів освіти задля отримання синергійного ефекту та позитивно вплинути на розвиток регіону та країни в цілому.

Перелік посилань:

1. Porter, M. Building the microeconomic foundations of prosperity: Findings from the microeconomic competitiveness index. In The World Economic Forum's Global Competitiveness Report 2002-2003. Oxford: Oxford University Press. 2002. pp. 23-45.
2. Solvell, O., Lindqvist, G. and Ketels C. The Cluster Initiative Greenbook, Gotheburg. Competitiveness Institute, 2003.
3. Arnold, E., Deuten, J., van Giessel J-F. An international Review of Competence Centre Programmes. Technopolis. 2004. 257 p.

ПРОБЛЕМИ СТАНОВЛЕННЯ СОЦІАЛЬНО-ОРІЄНТОВАНОЇ РИНКОВОЇ ЕКОНОМІКИ В УКРАЇНІ

На сучасному етапі розвитку економіки в Україні одним із можливих варіантів вирішення проблеми економічного занепаду є перехід до соціально-орієнтованої ринкової моделі господарства. Ринок створює умови для ефективного розподілу ресурсів, як наслідок вони спрямовуються на виготовлення продукції, що є максимально корисною для країни.

Якщо розпочати аналіз даної теми з трактування визначення соціальної ринкової економіки, то варто було б загадати, що вперше вона була згадана ще в 1947 році А. Меллером-Армарком. Суть її полягає в симбіозі конкуренції з соціальною компенсацією. Аналізуючи засади ринкової економіки прослідковується чітке трактування продукту саме як товару, який створюють з метою подальшого його продажу. Домінуючим принципом ринкової економіки є вільне підприємництво, а головним регулятором економічних відносин виступає саме ринок. Проте проблема полягає в тому, що ринкова економіка здатна спровокувати ряд негативних явищ, таких як криза та складна соціальна ситуація. Альтернативою є соціально-орієнтована ринкова економіка, що ґрунтується на трьох основних принципах: індивідуальності, солідарності та субсидіарності. В основі соціально-орієнтованої економіки лежить, в першу чергу, рівність можливостей. Йдеться про те, щоб зробити рівні шанси для кожної людини на створення економічного підґрунтя та започаткування власної справи. Економіка країни повинна служити населенню, а люди, в свою чергу, виконувати функцію «виробничого фактору».

На даному етапі функціонування української економіки єдиним ефективним шляхом подолання всепоглинаючої кризи є становлення інститутів соціально-орієнтованої ринкової моделі економіки. Ключовим моментом є розуміння того, що за їх подальшої відсутності криза в нашій країні буде лише поглиблюватись, ефективність економіки падати, адже у економічному житті країни повинне, в першу чергу, бути зацікавлене населення. Відповідно в інтересах держави є створення рівних умов для різного виду економічної діяльності громадян. Отже, вихідним етапом створення рівних можливостей для економічних суб'єктів є ринок праці, адже рівень життя населення залежить саме від ефективності використання власної робочої сили. Другим етапом на становленні соціально-орієнтованої економіки в Україні є запровадження заходів щодо соціального страхування людей від загальних ризиків. Тобто державі слід зрозуміти той факт, що різні хвороби, інвалідність, нещасні випадки – не є відповідальність людей, і вони не повинні залишатись покинутими державою в складній ситуації. Країна повинна піклуватись про економічну рівність таких людей з іншими шляхом компенсування системою суспільної солідарності. Не менш важливим етапом є розформування олігархічної власності та перетворення її у підприємницьку, адже саме олігархія вже довгі роки є основною причиною регресу Української економіки та прикладом нечесної боротьби. Не варто забувати про запровадження прозорої системи оподаткування, орієнтованої на європейські стандарти, що припинить необґрунтоване стягування грошей з населення України.

Отже, підсумовуючи вищезгадане, можна сказати, що Україна здатна вибудувати ринкову економіку, що орієнтується на соціальний чинник. Важливо зазначити, що запорукою успішності цієї операції є запровадження системи заходів, які зорієнтовані на подолання основних перешкод перетворення економіки України на соціально-орієнтовану. Також на початкових етапах становлення цієї моделі економіки важливим є орієнтування на європейські приклади та міри, якими вони її стимулюють.

Перелік посилань:

1. Лановий О. Ринкова система, що приведе Україну до розквіту [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.epravda.com.ua/columns/2016/03/22/586135/>

ВПЛИВ ДІЯЛЬНОСТІ ТНК НА ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК УКРАЇНИ

Дослідження даної теми є більш ніж актуальним в наш час, оскільки в процесі еволюції економіки Україна потребує залучення іноземних інвестицій для подальшого розвитку. Беручи до уваги досвід високорозвинених країн, можна сказати, що ніщо інше не стимулює цей процес так, як функціонування транснаціональних компаній на території країни. Розширення мережі ТНК в державі зумовлює такі процеси, як створення конкурентоспроможності економічної системи та розвиток ринку праці, більше того, цей процес здатен піднімати важливі питання, в особливості щодо підвищення рівня життя населення країни.[1]

Розпочати варто було б із трактування поняття ТНК, отже транснаціональна корпорація – це підприємство, що володіє зарубіжними активами та має значний вплив на певні аспекти економіки тої чи іншої країни в масштабі міжнародного значення. До наймасштабніших належать: ICBC, Apple, Amadeus, Mitsubishi, Microsoft, Google, Amazon, McDonalds, Samsung, IBM, BMW, Nike, Johnson & Johnson.[2] Основними принципами ТНК, на яких вона власне ґрунтується є збереження національності походження підприємства, капіталовкладення, поліетнічність представництв та завойовування відповідного місця на зарубіжних ринках.

Незважаючи на значну кількість проблем економічного характеру в Україні, що роблять її менш перспективною для іноземних вкладень порівняно з іншими країнами, наша держава все ж таки входить до списку країн, привабливих для функціонування ТНК. В першу чергу, іноземних інвесторів цікавить наша природно-сировинна база та дешева і кваліфікована робоча сила. Зарубіжні підприємства вже давно визначили Україну, як країну з великим ринком збуду, тож з часом все більше і більше країн почали брати інвестиційний курс саме на український ринок та розширювати тут мережу своїх ТНК. Як наслідок, ці процеси зумовлюють значні зміни в житті та діяльності України, адже вони мають безпосередній вплив як на економічні так і інші фактори суспільства. Приплив ТНК на територію нашої країни значно позначається, в першу чергу, на її розвитку, що має як позитивні, так і негативні результати. Розпочати пропонуємо саме з позитивних рис, так як вони мають відносну перевагу над негативними. Отже, до них належать наступні: міжнародна спеціалізація на базі взаємопроникнення капіталу; зниження рівня безробіття в Україні, утворення кластерів; вільне поширення товарів та інших факторів виробництва; стимулювання науково-технічного прогресу; активне запровадження інноваційної діяльності; прискорений розвиток виробництва країни; збільшення ролі держави в міжнародному просторі. Ще одним із найважливіших факторів впливу є надання громадянам країни можливості обирати якісніший та дешевший продукт.[3] Щодо негативних рис, то до основних з них належать: знищення вітчизняного виробника шляхом посиленої конкуренції; розташування на території країни виробництв, що становлять небезпеку для екології території; відтік капіталу; вплив ТНК на економічну владу України.[4]

Підбиваючи підсумки, варто зазначити, що розширення мережі ТНК на території України є показником ефективності процесів інтеграції та глобалізації економіки. Було визначено, що функціонування транснаціональних корпорацій на території нашої держави має значний вплив на всі аспекти економічного життя та подальший її розвиток. Аналізуючи суть та співвідношення позитивних та негативних факторів впливу, варто сказати, що ТНК, незважаючи на певні недоліки, стимулює ріст економічної діяльності держави та її удосконалення, вони є одними з рушійних сил науково-технічного прогресу та сприяють максимальному задоволенню потреб суспільства.

Перелік посилань:

1. І. В. Пономаренко, ВПЛИВ ДІЯЛЬНОСТІ ТРАНСНАЦІОНАЛЬНИХ КОРПОРАЦІЙ НА ЕКОНОМІКУ УКРАЇНИ/[Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1798>
2. ТОП-20 НАЙБІЛЬШИХ КОМПАНІЙ СВІТУ/[Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://marketer.ua/ua/top-20-largest-companies-in-the-world/#johnson-johnson>
3. М.О. Іванова ВПЛИВ ТНК НА РОЗВИТОК ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ: ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ/[Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://eurodev.duan.edu.ua/images/PDF/2014/2/11.pdf>
4. Пенська І.О., доцент кафедри державних фінансів Харківського інституту фінансів Українського державного інституту фінансів та міжнародної торгівлі ОСОБЛИВОСТІ ВПЛИВУ ТНК НА ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК УКРАЇНИ/[Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: [http://zt.knute.edu.ua/files/2015/3\(80\)/uazt_2015_3_14.pdf](http://zt.knute.edu.ua/files/2015/3(80)/uazt_2015_3_14.pdf)

МЕТОДИ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

У сучасних умовах загроз та викликів доцільно всім сферам управління підприємства систематично проводити оцінку ефективності управління основними напрямками діяльності, що дасть можливість вчасно виявити низку існуючих проблем та розробити перелік заходів щодо їх усунення. Діагностика ефективності збутової діяльності підприємства є достатньо складним завданням, тому що складно в деяких випадках визначити кількісний ефект, отриманий завдяки маркетинговим заходам. Втім, існує різноманіття підходів щодо рішення даної проблеми, які дозволяють виділити методи оцінки ефективності збуту, що поділяються на кількісні та якісні методи, соціологічні та бальні. Якісні методи передбачають використання маркетингового аудиту, під час якого відбувається всеохоплюючий аналіз зовнішнього середовища підприємства, а крім того, всіх наявних загроз і можливостей. При цьому, необхідно виділити дві сфери маркетингового контролю: маркетинговий контроль з орієнтацією на результати та маркетинг-аудит, тобто оцінка якісних сторін діяльності підприємства.

На відміну від якісних, кількісні методи оцінки ефективності збутової діяльності підприємства, перш за все, методологічно пов'язані із визначенням критеріїв та створенням відповідної системи показників в контексті використання ресурсного та витратного підходів. Використовуючи при визначенні ефективності збутової діяльності ресурсний підхід, можемо відмітити, що розрахунки виконуються з метою визначення ефективності діяльності відносно ресурсів підприємства, які були вичерпані. Застосовуючи витратний підхід при оцінці збуту, доведено, що до розрахунків приймаються лише витрати підприємства на збутову діяльність. Тобто, можна зробити висновок, що при проведенні аналізу ефективності збутової діяльності розрахунки проводяться не тільки для основних показників, що дадуть можливість оцінити кількісний ефект збуту, але й, також, для інших показників, котрі не менш вагомими при оцінці діяльності підприємства, але не відбивають саме ефект діяльності підприємства [1, с. 25].

Спрямованість соціологічних методів оцінки ефективності збутової діяльності інша. Вони направлені на застосування інструментів прикладної соціології – розробку програм соціологічного дослідження та відповідно до них проведення самого дослідження. Крім того, на використання інструментів прикладної соціології також орієнтовано оцінку ефективності маркетингових комунікацій (ефективність реклами, стимулювання збуту, зв'язки з громадськістю, особистий продаж, прямий маркетинг). І остання група методів – бальні методи оцінки ефективності збутової діяльності. Її сутність полягає у «виокремленні» ефективності за кожним заходом на дотримання переліку критеріїв відповідності структур та процесів концепції маркетингу з визначенням певного балу по кожному критерію.

Отже, в даний час у сучасному середовищі функціонування підприємств з'являються все більше інформаційних методів оцінки ефективності маркетингу, які найбільш широко розглянуто в мережі Internet. Сутність та значення даних методів полягає в тому, що для оцінки ефективності маркетингу використовуються різноманітні програмні продукти, які є програмним забезпеченням для маркетингових інформаційних систем, а множина показників, необхідних для оцінки ефективності збутової діяльності, має бути закладена в маркетингову інформаційну систему.

Перелік посилань:

1. Абрамович І. А., Методичні підходи оцінки ефективності збутової діяльності переробних підприємств. Агросвіт, № 4. –2014 – С. 25-28.

РОЛЬ ТРУДОВОЇ МІГРАЦІЇ В ЕКОНОМІЦІ УКРАЇНИ

В Україні гостро постає питання міграції населення, а саме зовнішньої трудової міграції, оскільки Україна поступово перетворюється на малолюдну країну. Втрачаючи населення працездатного віку, країна втрачає потенціал економічного, демографічного відтворення нації.

Метою цього дослідження є аналіз стану міграційних процесів в Україні, з'ясування основних її наслідків й ефектів та визначення ролі трудової міграції в національній економіці.

Переміщення осіб за кордон для проживання найчастіше пов'язане з пошуком кращого місця роботи та кращого життя в тих країнах, які мають кращу економічну динаміку і притягують трудові ресурси. Це спостерігається в тих країнах, у яких є певні кризи, нестабільність, що супроводжується невисокою заробітною платою. До таких країн можна віднести й Україну. Відповідно до Закону України «Про зовнішню трудову міграцію», трудовою міграцією називається переміщення працездатних громадян України, що перетинають кордон на певний період з метою оплачуваної діяльності в державі перебування [1]. Точних даних про те, скільки українців працює поза межами нашої країни, немає, оскільки фіксується лише факт виїзду з країни, а не його мета. Проте, за неофіційними даними за кордоном працює понад 5 млн осіб. І цей потік міграції українців не зменшується.

Заробітки працівників-мігрантів стали важливим чинником соціально-економічного розвитку України. Вплив трудової міграції на економіку країни не є однозначним. Такий стихійний рух трудових ресурсів приносить як вигоду, так і втрати. Позитивним чинником є те, що зароблені кошти українці привозять або переказують в Україну, передають сім'ям, що залишилися в країні. За даними НБУ в останні п'ять років перекази в Україну зросли удвічі і досягли у 2019 році відмітки 12 млрд доларів США. Надходження від трудової міграції є одним з основних джерел валютних надходжень для країни. Показовим індикатором розвитку є напрями, куди спрямовуються ці кошти. Перспективою є залучення коштів у створення власного бізнесу, що робить їх засобом економічного розвитку. Хоча повернення трудових мігрантів приведе до збільшення тиску на ринок праці, проте зросте якість робочої сили, використання нових навичок та запозичення нових технологій.

Важливою проблемою є те, що певна кількість мігрантів не мають на меті повернення, що свідчить про подальше скорочення населення та погіршення демографічної ситуації, яка і так є недоброю. В основному покидає країну саме активне населення молодого віку, що призводить до старіння нації. Це створює нестачу потенційно важливих кваліфікованих працівників. Повернення українців на Батьківщину та будівництво свого майбутнього та майбутнього України в її межах – це значущий показник успіху та розвитку.

Зовнішня міграція трудових ресурсів – це природний процес, який не можна припинити. Проте, держава може і повинна приймати міри, створювати стратегічні плани щодо вирішення проблем та пом'якшення негативного соціально-економічного впливу міграції на внутрішній ринок праці та національну економіку в цілому. Перед урядом кожної країни стоїть завдання взяти під контроль вирішення міграційних питань та проблем, розробити механізм регулювання трудової міграції, а також програм повернення емігрантів-працівників із забезпеченням людей робочими місцями.

Внаслідок проведеного дослідження зроблено висновок, що трудова міграція грає провідну роль у розвитку економіки та фінансів України. Наслідки міграції для України були досить позитивними, але якщо значний чистий відплив мігрантів зберігатиметься, Україна врешті зазнає великих втрат.

Перелік посилань:

1. Верховна Рада України. Про зовнішню трудову міграцію. Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/761-19#Text>
2. Савіцька О. П. Особливості міграційних процесів населення в умовах глобалізації/ О. П. Савіцька, В. В. Цоньо // Науковий вісник НЛТУ України. - 2013. - Вип. 23.17. - С. 295-303.

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ КРЕАТИВНИХ КЛАСТЕРІВ В РЕГІОНАЛЬНОМУ ВИМІРІ

Впродовж останніх років в Україні спостерігається процес формування та реалізації ідей значущості культурних аспектів задля розвитку територій, зокрема, міст. А отже, виникає можливість інтенсифікувати процеси децентралізації, відновлення вітчизняних міст саме за рахунок креативних індустрій та кластерів. Реалізація кластерного принципу через формування креативних кластерів приводить до пришвидшення функціонування креативної економіки. Для розуміння сутності креативного кластера здебільшого сьогодні орієнтуються на роботи М. Портера, С. Еванса [1-2] тощо.

Задля реалізації концепції креативних кластерів в Україні необхідно передусім вивчати закордонний досвід їх утворення та функціонування та імплементувати його з урахуванням вітчизняних процесів децентралізації та інтеграції на основі розробки теоретико-методологічних засад та реальних практичних рекомендацій та пропозицій.

Сьогодні процес формування та реалізації вітчизняних креативних кластерів має ряд проблем та труднощів, що приводять до гальмування їх розвитку: відсутність комплексних наукових теоретико-методологічних напрацювань щодо утворення та подальшої діяльності креативних кластерів та їх спрямування на розвиток креативного сектору економіки; відсутність механізму підтримки креативних індустрій та кластерів на місцевому та регіональному рівні; незначний вплив професійних об'єднань; невеликий обсяг інвестицій у креативний сектор, що пов'язано з незначним рівнем об'єднання етапів процесу утворення доданої вартості; брак досвіду реалізації державно-приватного співробітництва в креативних індустріях тощо.

Проте не дивлячись, на зазначені проблеми, необхідно зазначити перспективність розвитку креативної індустрії в цілому, та креативних кластерів, зокрема. За для чого потрібна реалізація наступних заходів: державна підтримка компаній креативних кластерів та їх проектів через надання пільг та зменшення податкового тягара; бюджетне та позабюджетне (приватні інвестори, різноманітні фонди, спонсори, благодійні організації) фінансування; спрямування освітньої сфери на підготовку та випуск креативних, творчих фахівців, підтримку інтелектуального потенціалу; розповсюдження інформації щодо провідного закордонного досвіду відносно креативної діяльності та його використання, налагодження співробітництва з представниками закордонних творчих товариств; допомога з боку органів регіональної влади щодо покращення якості креативного простора через придбання або орендування приміщень для розміщення складових креативних кластерів.

Отже, процес становлення креативних кластерів як організаційної форми креативних індустрій слід вважати складовою інноваційного вектору пристосування міст та регіонів до постіндустріальної епохи розвитку; стратегічним напрямом регіонального розвитку на основі застосування новітніх технологій у культурному середовищі та формування сприятливих умов для креативних та творчих професій через реалізацію кластерного підходу.

Перелік посилань:

1. Porter M. The Massachusetts Higher Education and Knowledge Cluster: The Microeconomics of Competitiveness / M. Porter, N. Ketelhohn, A. Artiganave, J. Kelly, M. Krasniqi, M. T. P. Gi, L. Zhang. - USA : Massachusetts Press, 2010. - P. 30.
3. Simon Evans. Creative clusters: key concepts. – http://creativeclusters.com/clusters.dreamhosters.com/?page_id=1599.

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ МАЛОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ

У сучасних умовах розвитку економіки на діяльність підприємств впливає чимало загроз, наслідком яких є значні втрати та збитки, погіршення економічного стану організації або припинення її діяльності. На сьогодні одним із головних ризиків у SWOT-аналізі підприємств є медична криза - пандемія COVID-19. Поширення коронавірусу стало вагомою причиною світової економічної кризи. За результатами досліджень, кожна п'ята виробнича організація України перебуває під загрозою припинення функціонування. Медична криза змінила погляди та стратегічні напрямки виробництва та підприємств у сфері послуг. Підвищення цін на сировину, транспортні послуги, дефіцит компонентів, карантин змусили переглянути організацію від малих підприємств до світової економіки в цілому. Дефіцит електронних компонентів вказав на необхідності швидкої реформації підприємств. Багато організацій скорочують виробництво через брак мікросхем. Через запровадження карантинних заходів значно скоротився споживчий попит. Кількість населення залишилася без роботи, бо малий бізнес - це тисячі робочих місць. Найбільших збитків зазнав ресторанний і готельний бізнес. Крім цього, значних втрат зазнали ще деякі види економічної сфери, а саме: текстильне виробництво, виробництво продукції машинобудування, металургійне виробництво, виготовлення гумових і пластмасових виробів, меблів, деревообробна та поліграфічна промисловості. Не зважаючи на це, поруч з негативними наслідками медичної кризи відбулася своєрідна компенсація: деякі види підприємницької діяльності виявилися не настільки вразливими, гнучкішими й пристосованими до реалій сучасності, а є такі установи, що залишилися у вигаді в наслідок збільшення попиту на їх продукцію, серед них: фармацевтичне та хімічне виробництво, харчова промисловість, фінансова діяльність і найбільше - сфера охорони здоров'я та ІТ-сектор. До того ж роздрібний сегмент внутрішньої торгівлі за допомогою засобів цифрової економіки зміг ефективно налагодити свою діяльність онлайн (електронний обмін даними, торгівлі онлайн-транзакції, бізнес-процеси в Інтернеті, електронний переказ коштів тощо). Попри це, зараз більшість малих організацій перебувають у доволі скрутному становищі - не зважаючи на значне зниження доходів, власникам необхідно витратити чимало коштів на облаштування умов для ефективної дистанційної роботи. На сьогодні відома така статистика: за даними Спілки українських підприємців, в березні 2020 року розорилися і припинили роботу близько 6% виробничих організацій, що стало неабиякою проблемою для розвитку економіки.[1] Третина підприємців повідомляють, що за перші місяці пандемії рівень доходів скоротився на 90–100 %.[1] Розвиток малого бізнесу - важлива умова ефективного розвитку економіки країни, тим паче після кризи. За даними Мінекономіки, 2019 року частка малих організацій у ВВП країни дорівнювала 16%, а враховуючи ще й середній бізнес - 55%.[2] Отже, тепер необхідно врятувати малу підприємницьку сферу та захистити її від негативного впливу пандемії, бо малий бізнес є важливим фактором розвитку регіонів. Головним із запитань сьогоднішнього бізнесу є: «Як зберегти підприємство в період цієї кризи?». Одним із рішень є диверсифікація своєї діяльності та більше бізнесу онлайн.

Перелік посилань:

1. Електронний ресурс «Спілка Українських Підприємців».
Режим доступу: <https://sup.org.ua/uk>
2. Електронний ресурс «Мінекономіки».
Режим доступу: <https://www.me.gov.ua/?lang=uk-UA>

ЕКОНОМІЧНА ТА КОМЕРЦІЙНА БЕЗПЕКА ПІДПРИЄМСТВА: ВІДМІННОСТІ ТА СПІЛЬНІ РИСИ

Актуальність теми обумовлена необхідністю визначення сутнісних характеристик та відмінностей між економічною та комерційною безпекою підприємств. Часто ці поняття ототожнюють або ж підміняють.

Сутність економічної безпеки є об'єктом міждисциплінарних досліджень, що охоплює всі рівні та суб'єкти економічної системи.

Економічну безпеку підприємства розглядають у двох аспектах: сутнісному та комплексному. Сутнісний вектор визначає її як стан використання ресурсів, захищеності інтересів, розвитку підприємства, економічної свободи, потенціалу підприємства. Комплексний вектор – як систему заходів щодо її забезпечення та гармонізації різних рівнів [1, с.8].

Економічна безпека підприємства – ступінь захищеності виробничого, організаційно-технічного, фінансово-економічного, соціального потенціалу підприємства від негативного впливу зовнішніх і внутрішніх факторів, економічних загроз, здатності адаптації до нових економічних викликів та спроможності суб'єкта господарювання до відтворення.

Економічна безпека підприємства – це запобігання внутрішнім і зовнішнім негативним впливам (загрозам) з метою гарантування його ефективного і стабільного функціонування та динамічного соціального розвитку [2, с.297]. До факторів, що впливають на економічну безпеку підприємства, відносять:

- ступінь досконалості законодавчої бази,
- рівень оподаткування,
- доступ на світові ринки збуту,
- інвестиційна привабливість регіону, держави.

В свою чергу, комерційну безпеку підприємства визначають як стан, за якого гарантується отримання бажаного комерційного результату від діяльності підприємства та формується прихильність споживачів [3, с.108]. Тобто це стан, за якого ефективно здійснюються організація та управління процесами купівлі-продажу, відбувається задоволення попиту споживачів, отримується комерційний зиск, зростає рівень конкурентоспроможності її суб'єкта. Також поняття комерційної безпеки помилково пов'язують з поняттями комерційної таємниці, що передбачає її захист. Хоча комерційна таємниця – це інформація, що не підлягає розголошенню, якою володіє обмежене коло осіб. Тобто захист комерційної таємниці – інформаційна безпека підприємства, що, в свою чергу, є елементом системи економічної безпеки підприємства.

Таким чином, поняття економічної безпеки підприємства є більш широким і всеохоплюючим, що включає в себе поняття комерційної безпеки, оскільки останнє характеризує лише частину відносин, що виникають на підприємстві в процесі розширеного відтворення, а також між суб'єктами господарювання з приводу розподілу ресурсів та потоків готової продукції.

Перелік посилань:

1. Ткаченко Т. П. Генезис розвитку теорії економічної безпеки та системний підхід до її трактування. *Економічний вісник НТУУ "КПІ"*. 2021. № 18. С. 1-10
URL : <http://ev.fmm.kpi.ua/issue/view/13283> DOI: <https://doi.org/10.20535/2307-5651.18.2021.240451>
2. Економіка і фінанси підприємства [Текст] : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / Л. М. Степасюк, Н. М. Суліма, О. В. Величко ; за ред. В. К. Збарського і В. І. Мацибори ; Нац. ун-т біоресурсів і природокористування України. - К. : КОМПРИНТ, 2013. - 335 с. : рис., табл. - Бібліогр.: с. 323-335.
3. Коленда Н.В., Матвійчук Н.М. Поняття комерційної безпеки підприємства та методика визначення її рівня. *Економіка та управління підприємствами*. Випуск 28. 2019. – С. 107-112. URL : http://www.market-infr.od.ua/journals/2019/28_2019_ukr/18.pdf

Tulchynska S.O.

Doctor of Economics, Professor, Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute

Tulchynskyi R.V.

Doctor of Economics, Professor,

Academician Yuri Bugay International University of Science and Technology

CLASSIFICATION SYSTEMS OF COMPETITIVENESS OF THE ENTERPRISE

Today, given the current rapid changes and the impact of globalization processes on all economic entities, we can say that competition is a confrontation of economic entities in the struggle for economic resources, the process of interaction of various enterprises and organizations to ensure the best conditions for sales of its products by meeting the needs of consumers and achieving the main goal of any enterprise - to maximize profits or provide socially necessary services of appropriate quality.

Competitors are enterprises or organizations that produce the same products or products with similar characteristics and qualities and sell it in the same segments of the market. The presence of competing enterprises creates such a phenomenon in the economy as competition.

The competitiveness of the enterprise depends on many factors, which include:

- competitiveness of products or services of the enterprise in domestic and foreign markets;
- types of products and areas of activity of the enterprise;
- ease of access, capacity, homogeneity and market conditions;
- competitive positions of enterprises that already operate in this market;
- opportunities for modernization and innovative development of the field where the company operates and the company itself;
- competitiveness of the region and the national economy, etc.

The nature of competition can be free or regulated. According to the methods of competition, we can distinguish between price competition and non-price competition, when success is achieved by improving the quality of products and services.

There is also a latent pricing competition, when the company introduces new products to the market segment, and the price is set small, disproportionate to the funds spent on production.

Non-price competition highlights the higher than competitors' consumer value of goods (firms produce higher quality, reliable, provide lower consumption prices, more modern design).

Also, according to the degree of intensity of competition are divided into: attractive, when in this market segment the company is able to achieve economic results and meet their needs to a greater extent than in another segment; moderate, when the efforts of a competing company in a particular market segment support the competitive environment; fierce, when one company displaces another from this market segment.

Depending on where the competition takes place, there are such types of competitive levels as: individual, local, sectoral, intersectoral, national and global levels.

Thus, such a variety of types of competition of the enterprise determines the complexity and importance of this process.

References:

1. Тульчинська С.О., Кириченко С.О., Савіцький Н.Ю. Модель TQM як засіб забезпечення підвищення рівня конкурентоспроможності продукції вітчизняних підприємств. *Інвестиції практика та досвід*. № 8. 2018. С. 14-18.
2. Шемет Я.В., Тульчинська С.О. Сучасні підходи до управління конкурентоспроможністю підприємства. *Актуальні проблеми економіки та управління*. Вип. 7. 2013. URL: <http://probl-economy.kpi.ua/pdf/2013-32.pdf>
3. Тульчинський Р.В., Тульчинська С.О., Ружицький А.В. Стратегії конкурентоспроможності підприємств в умовах макроекономічної нестабільності. *Інвестиції: практика та досвід*. 2021. Вип.6. С. 5-9.
4. Якименко Р.А., Погребняк А.Ю. [Оцінка конкурентоспроможності промислових підприємств](https://ela.kpi.ua/handle/123456789/12446). *Актуальні проблеми економіки та управління*, 2013. URL: <https://ela.kpi.ua/handle/123456789/12446>

Тюленєва Ю.В.,
к.е.н., доцент, доцентка
КПІ ім. Ігоря Сікорського
Антошко Т.Р.
к.е.н., провідний спеціаліст ФГВФО

ДЕРЖАВНА ПІДТРИМКА СЕРЕДНЬОГО ТА МАЛОГО БІЗНЕСУ

У 2020 році була запущена державна програма підтримки малого та середнього бізнесу «Доступні кредити 5-7-9%». Дана програма мала стати драйвером зростання підприємницької діяльності за рахунок кредитування бізнесу за низькими відсотковими ставками. Це в свою чергу мало б сприяти зростанню рівня зайнятості, розвитку інноваційних та ефективних підприємства, розширенню податкової бази та збільшенню доходів державного бюджету.

Програма стартувала у період активної фази пандемії, спричиненої SARS COVID– 19, через що умови кредитування урядом постійно змінювалася та враховували необхідність підтримки середнього та малого бізнесу, який зазнав найбільших втрат від пандемії. Так були допущені до участі у програми підприємства, які хотіла рефінансувати свої позики під 0 % чи отримати обігові кошти під 3 % річних.

Максимальна сума кредиту було збільшено до 50 млн грн, а ліміт виручки компанії до 20 млн євро. За підсумками 2020 року 66 % портфеля програма встановила кредити рефінансування під 0 %.

Крім цього, з'явилася можливість поєднувати дану програму з іншими державними програмами, зокрема з державною програмою, яка може надаватися місцевим адміністраціям та органами місцевого самоврядування на підставі регіональних та місцевих програм розвитку малого і середнього підприємництва за рахунок місцевих ресурсів. Дана програма забезпечила дієві інструменти для підтримки бізнесу в період впровадження карантинних заходів.

Найбільшим одержувачем коштів за програмою доступні кредити стали аграрії – на них припадає 51 % виданих позик. Крім даної програма для представників агросектору в Україні діє ще 5 державних програм. У Державному бюджеті України на 2021 рік передбачено за даною програмою лише 1, 6 млрд грн, що зараз за менше ніж у бюджеті 2020 р.

Не дивлячись на те, що бюджет не може покрити всі потреби малого та середнього бізнесу, це дало поштовх для формування більш вигідних кредитних

програм банківським сектором. Зокрема зараз цікавих для підприємства продуктів виділяються партнерські програми кредитування легкових транспортних засобів, яка дає можливість отримати кошти під мінімальний відсоток, та програма фінансування під плаваючу процентну ставку, прив'язана до облікової ставки НБУ.

У 2021 році та в наступних роках актуальною і затребуваною залишатиметься програма «Доступні кредити», адже підприємницький сектор хоче отримувати державну підтримку у вигляді компенсації процентних ставок за кредитами. Фінансові установи, зокрема банки, зі свого боку, будуть вдосконалювати свої кредитні проценти і робити їх більш діджитальними для клієнтів. Для збільшення цих можливостей певні кроки має зробити держава – забезпечити продовження структурних реформ, стимулювати зростання економіки, покращувати інвестиційний клімат в Україні. А підприємство, зі свого боку, має працювати максимально прозоро.

Тюленєва Ю.В.,
к.е.н., доцент, доцентка
КПІ ім. Ігоря Сікорського
Антошко Т.Р.
к.е.н., провідний спеціаліст ФГВФО

ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ БАНКІВСЬКОГО СЕКТОРУ

Covid – 19 став рушійною силою, яка змусила банки, як і решту підприємств, у найкоротші строки максимально переорієнтуватися на дистанційне обслуговування клієнтів та розпочати глобальну діджиталізацію своїх продуктів. Банки підштовхує клієнтів самостійно здійснювати більшість простих і найпоширеніших банківських операцій дистанційно або в зонах самообслуговування 24/7 за допомогою терміналів банкоматів із функціями cash-in.

Оптимізуючи власну мережу та роблячи ставку на дистанційне обслуговування, українські банки скоротили минулого року кількість діючих структурних підрозділів на 872 одиниці, у порівнянні з 2019 роком таке скорочення становили 507 відділень.

Ще одна тенденція минулого року – трансформація відділень для більшої зручності: оснащення зонами самообслуговування, де клієнти виконують операції з погашення кредиту, поповнення рахунків, депозитів чи карток у зручний для них час, без черги до каси. Головна мета – зробити її технологічними, зручним та комфортними для клієнтів.

Завдяки карантину у банківській сфері відбувся стрімкий розвиток дистанційного обслуговування. Щоб максимально задовольнити потреби клієнтів, банки масово почали розробляти або вдосконалювати мобільні застосунки. Головним завданням стало розширення переліку послуг, які клієнт може виконати, не виходячи з дому. На популяризацію онлайн обслуговування також вплинула постанова НБУ, що регламентувала дистанційну ідентифікацію клієнтів.

Апетит українців до діджитал-інструментів продовжує збільшуватися разом із зростанням їхньої готовності здійснювати операції в інтернеті. Причому, ринок стає дедалі більш орієнтовним на мобільний банкінг для виконання повсякденних операцій.

Цифровізація є незворотним процесом, який навряд можливо зупинити чи стримати. Головна причина полягає в тому, що це зручно для клієнтів та вигідно для надавачів послуг. На цій хвилі протягом останніх років почали з'являтися необанки – мобільні або цифрові банки, в яких немає фізичних відділень, А деякі банки почали відмовлятися від карток із магнітною смугою та збільшувати випуск безконтактних пластиком та віртуальних карток.

Для полегшення використання клієнтами нових дистанційних послуг та вирішення питання фінансової інклюзії, деякі банки почали випускати та транслювати на своїх каналах навчальні ролики про те, як завантажувати застосунок, обміняти валюту онлайн та здійснити інші банківські операції, не виходячи з дому.

Державні органи влади також намагаються не відставати від світових тенденцій та підтримати банківський сектор. Активний розвиток діджиталізації зіштовхується зпроблемою низької залученості громадян до фінансової системи, особливо людей похилого віку та жителів сільської місцевості.

Вирішення даної проблеми може бути лише за рахунок системної роботи та участі широкого кола партнерів: профільних міністерств, фінансових регуляторів, міжнародних партнерів, представників банків, небанківських установ, а також представники бізнесу.

АНАЛІЗ СТАНУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ В УКРАЇНІ

Туризм є однією із найважливіших галузей економіки розвинених країн. Туристична галузь України має значний потенціал. Проте існує низка внутрішніх та геополітичних чинників, що стримують його розвиток [2].

Мета цієї роботи – проаналізувати стан галузі в Україні. Статистика кількості іноземних туристів демонструє спадну тенденцію. На рис.1 спостерігаємо, що 2012 року кількість в'їзних туристів складала 1701 ос., а станом на 2019 рік – лише 223 особи.

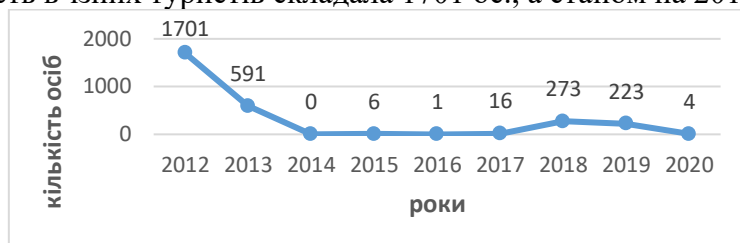


Рисунок 1 - Кількість туристів, обслужених туроператорами та турагентами, в'їзні (іноземні) туристи [1]

За 2014 рік дані по кількості іноземних туристів відсутні. Це пов'язано з військовою агресією і загальною політичною ситуацією в Україні. Політична криза та бойові дії негативно позначились на іміджі України [2]. Значно вплинуло і те, що один із курортних регіонів, Крим, було окуповано. Внаслідок цього обсяги в'їзного туризму до України зменшились із 2014 року. Протягом 2020-2021 років ситуація стала ще гіршою. Це пов'язано із карантинном, був період, коли в'їзд у країну було взагалі заборонено. На рис.1 помітно, що кількість іноземних туристів станом на 2020 рік – 4 особи. Даних за 2021 рік немає, але зрозуміло, що ситуація не покращилась. Проаналізувавши статистику внутрішніх туристів, на рис.2 помічаємо, що в 2014-2019 роках цифра поступово росла. У 2020 році показник зменшився у порівнянні із 2019 роком. Це пов'язано із карантинними обмеженнями, що діяли на території України.

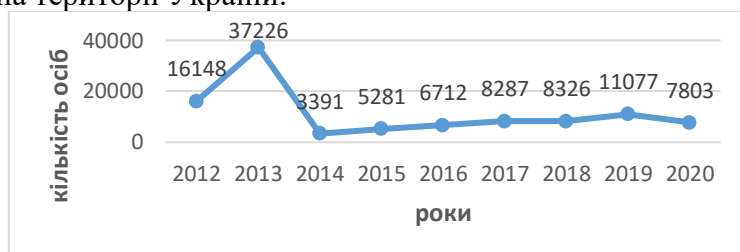


Рисунок 2 - Кількість внутрішніх туристів, обслужених туроператорами та турагентами [1]

Статистичний матеріал доводить, що туристична галузь дуже вразлива: вона реагує як на внутрішні чинники, так і на глобальні. Це пов'язано з тим, що на споживання туристичних послуг впливає безліч мінливих факторів. Жодна країна не впоралась з «провалом» туристичної галузі, викликаній пандемією. Для збереження цієї галузі уряди різних країн реалізують різні програми підтримки, як-то персональну фінансову допомогу працівникам галузі, виняткові правила для туристів, цільова допомога туристичним фірмам тощо.

Внаслідок проведеного аналізу туристичної галузі можна зробити такі висновки: 1) туристичний потенціал України використовується не в повному обсязі; 2) сталий розвиток туристичної галузі в умовах внутрішніх і глобальних загроз потребує державної підтримки.

Перелік посилань:

1. Державна служба статистики України [електронний ресурс] – режим доступу: <http://kh.ukrstat.gov.ua/turystychni-potoky-2000-2011rr>
2. Шацька З.Я., Акульшин М.І. «Актуальні проблеми та перспективи розвитку сфери туризму в Україні» [електронний ресурс] – режим доступу: http://economyandsociety.in.ua/journals/19_ukr/108.pdf

Федоришина О. В.

Арзянцева Д.

кандидатка економічних наук, доцентка

доцентка кафедри менеджменту, фінансів, банківської справи та страхування,

Хмельницької університет управління та права імені Леоніда Юзькова

БЮДЖЕТ УЧАСТІ ЯК НЕОБХІДНА СКЛАДОВА ТЕРИТОРІАЛЬНОГО РОЗВИТКУ

Реформа децентралізації сприяла розвитку територіальних громад в контексті зміни підходу до фінансування та реформи самої системи місцевого самоврядування. Створення прозорої та ефективної системи фінансування підвищує рівень довіри громади. Одним із важливих інструментів громадської участі є бюджет участі (партиципаторний бюджет). Бюджет участі важливий, оскільки він дає реальну можливість жителям певної території брати участь в розподілі бюджетних коштів, які можуть бути спрямовані на підвищення загального добробуту населення. Інститут бюджету участі в Україні був впроваджений в 2015 році в трьох містах – Чернігові, Черкасах та Полтаві. А в 2018 році кількість міст, які впровадили таку практику становила вже 124. Сьогодні більше 160 громад кожного року реалізують бюджет участі. У середньому в 2015-2018 роках громади витрачали на бюджет участі 0,4-0,5% всіх видатків бюджету громади. Водночас, громади з року в рік планували витрачати на бюджет участі в середньому на 52,8% більше, ніж минулого року. Аналогічно, фактичні видатки на бюджет участі зростали в середньому на 50,1% щороку [1, с. 4]. Цікавим є той факт, що жінки набагато частіше є авторами проектів, оскільки 59,5% всіх проектів подані жінками. Якщо аналізувати динаміку реалізації, то потрібно відзначити, що частка реалізованих проектів становить 89,5%. Основними напрямками проектів, які подають громадяни є освіта, спорт та громадянське суспільство. В містах мільйонниках з кожним роком збільшується кількість проектів та все більша частина населення бере участь в голосуванні. Наприклад, в 2019 році в Києві 4,5% населення міста брало участь в голосуванні, в Дніпрі – 3,2%, Львів - 9,9%. В деяких невеликих ОТГ рівень участі населення в голосуванні становить 20-27%, що показує зацікавленість населення в розвитку території [1, с. 49]. У м. Хмельницький за 2019 рік допущено до голосування 29 проектів, які відповідали вимогам, переможцями стало 23 громадських проекти на суму 2938,8 тис. гривень [2].

Проаналізувавши основні статистичні показники потрібно відзначити, що практика впровадження бюджету участі сприяє зменшенню політичної напруги в громаді, активізації громадської участі в питаннях територіальної влади, підвищенню інформованості населення щодо використання бюджету, удосконаленню інфраструктури міста, створенню практики добровільної участі у реалізації проектів за рахунок власних внесків, формуванню нової громадянської культури, підвищенню громадянської освіти, а саме формуванню нових навичок серед жителів щодо участі в громадському житті та зростанню рівня задоволення діями органів місцевого самоврядування [3, с. 114].

Отже, бюджет участі – це інструмент, який варто використовувати в територіальні громаді, оскільки він розвиває громадське суспільство та підтримує його. Крім цього, очевидною є перевага щодо покращення інфраструктури. Територіальний розвиток може бути більш ефективним за умови раціонального використання бюджету участі.

Перелік посилань:

1. Хуткий Д., Аврамченко К. Оцінка впливу бюджету участі в Україні. 2019. 50 с.
2. Звіт щодо реалізації Програми бюджетування за участі громадськості. URL: <https://gp.khm.gov.ua/news/show/zvit-shchodo-realizaciji-programi-byudzhetuvannya-za-uchasti-gromadskosti>
3. Сизоненко О. Бюджет участі в системі публічних фінансів. Світ фінансів. 2019. С. 111-120

АНАЛІЗ МЕХАНІЗМІВ ЗАЛУЧЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНИХ РЕСУРСІВ В ПЕРІОД ПАНДЕМІЇ COVID-19

Поширення коронавірусу COVID-19 внесло істотні зміни в економічну ситуацію в Україні і в світі, спровокувавши нову глобальну економічну кризу. В період економічної кризи інвестиційної діяльності багатьох підприємств суттєво сповільнюється, що обумовлює актуальність проблеми пошуку джерел залучення інвестиційних ресурсів, здатних забезпечити збереження інвестиційних програм підприємств або мінімізувати їхнє скорочення.

При здійсненні інвестиційної діяльності підприємство постійно зіштовхується з вибором: інвестиційних ресурсів, інвестиційного рішення, рівнем інвестиційного ризику тощо. Прийняття рішень при виборі та реалізації інвестиційних проєктів визначає є надзвичайно важливим, а інвестиційний менеджер завжди несе відповідальність за майбутню окупність вкладених у проєкт коштів.

За джерелами залучення інвестиційні ресурси підприємства поділяються на: залучені із внутрішніх і зовнішніх джерел. До інвестиційних власних ресурсів відносяться: грошові кошти, земельні ділянки, об'єкти природокористування, будівлі та споруди, обладнання, прилади та пристрої, техніка, транспортні засоби, винаходи, програмне забезпечення, ноу-хау, товарні знаки тощо [1]. Альтернативним джерелом формування інвестиційних ресурсів підприємства є залучені інвестиційні ресурси, що формуються переважно за рахунок емісії цінних паперів і збільшення розмірів поточних зобов'язань. Також важливим джерелом залучених інвестиційних ресурсів є внески вітчизняних і зарубіжних інвесторів, які розподіляються на прямі та портфельні інвестиції.

Структура капітальних інвестицій в Україні за джерелами фінансування в 2019 році говорить, що фінансування напередодні пандемії відбувалося переважно за рахунок власних коштів підприємств та організацій (70%) [2]. Тоді як структура прямих іноземних інвестицій в економіку України за видами економічної діяльності свідчить, що іноземні інвестори найбільше зацікавлені у фінансуванні промисловості (33%) [2].

Проблема пошуку джерел фінансування для реалізації інвестиційного проєкту актуальна завжди, але особливого значення набуває в період кризи, оскільки головною перешкодою для даного процесу стає скорочення інвестиційної діяльності. Цей фактор безпосередньо впливає на розмір інвестицій в конкретний проєкт і метод їх залучення. Так відбулося і у 2020 році, коли у I кварталі показники іноземних інвестицій в економіку України скоротилися на 29%, а інвестиції у промисловості зменшилися на 30,7% [3]. Очевидно, що така динаміка обумовлена карантинними обмеженнями спричиненими пандемією COVID-19. А внаслідок введення карантину на всій території України вітчизняні підприємства були змушені заморозити виробництво та власні інвестиційні проєкти.

Тому, умовами самофінансування та залучення прямих іноземних інвестицій в українські підприємства є політична, економічна та фінансова стабільність, інвестиційні гарантії, вдосконалення законодавчих актів з регулювання інвестиційної діяльності та загальне покращення інвестиційного клімату, який порушила пандемія коронавірусу.

Перелік посилань:

1. Феняк Л.А. Теоретичні підходи до визначення сутності інвестиційних ресурсів підприємств. Ефективна економіка. 2017. № 6. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5663>.
2. Самотоєнкова О.В. Інвестиційна діяльність в Україні: тенденції та перспективи. Ефективна економіка. 2019. № 5. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7052>.
3. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. - Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.

ПЕРЕДУМОВИ СТАНОВЛЕННЯ КРЕАТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ ЯК КОНЦЕПЦІЇ ПОСТІНДУСТРІАЛЬНОГО СУСПІЛЬСТВА

Сучасне суспільство розвивається у напрямі побудови постіндустріального суспільства. Концепція постіндустріального суспільства набула широкого розповсюдження наприкінці минулого століття. Серед напрямів розвитку суспільства в межах постіндустріальної економіки виділяють економіку знань, інноваційну, інтелектуальну, інформаційну, креативну економіку.

Щодо теорії розвитку креативної економіки, то її основним постулатом є спирання на нестандартні, нові, креативні підходи та рішення щодо економічних процесів, які можуть продукувати індивідууми. Креативність дає можливість оптимізувати економічні процеси, підвищити ефективність та раціональність суспільної діяльності тощо.

Передумови виникнення спрямування суспільного розвитку у напрямі креативної економіки наступні:

- активний науково-технічний розвиток у глобальних масштабах розвитку людства, що забезпечило автоматизацію та комп'ютеризацію виробничих та управлінських процесів ітеративного характеру. Це, у свою чергу, призвело до підвищення цінності та ексклюзивності інтелектуальної та творчої праці, що не позбавлені аналітично-когнітивної компоненти та дають можливість забезпечити додану вартість;
- створення комп'ютерів, комп'ютерних мереж, що стало витоком для розвитку інформаційної економіки;
- підвищення інтенсифікації конкурентних відносин та динамічність кон'юнктури ринку;
- розповсюдження ринкових форм економічних відносин на їх розвиток, що пов'язано із постійним пошуком розширення ринків збуту та залученням нових споживачів;
- глобальні процесом економічного розвитку та поширення транскордонного співробітництва та ведення бізнесу;
- фокусування уваги на інтелектуальному потенціалі, а не на технічних аспектах розвитку економічних систем;
- формування міжнародних фінансових, інформаційних, інноваційних, науково-технічних, кадрових та інших ринків із відповідною правовою регламентацією взаємовідносин;
- поява технологічних засобів мережевого обміну інформацією та розвитку віртуального мережевого простору тощо.

Ці та інші передумови розвитку постіндустріальної економіки стали потужним поштовхом для розвитку концепції креативної економіки, головною особливістю якої виступає культуризація, інтелектуально-інноваційна спрямованість розвитку економічних відносин та розвитку людського капіталу.

Перелік посилань:

1. Тульчинська С.О. Функціонування організаційно-економічного механізму інноваційного процесу. *Стратегічні пріоритети*, 2008. С. 89-95.
2. Змієнко М.О., Тульчинська С.О. Інвестування як елемент реалізації стратегії розвитку національної економіки. *Проблеми підвищення ефективності інфраструктури*. Вип. 29. 2011. С. 182-186.
3. Тульчинська С.О. Інтелектуальний потенціал як ресурс економічного розвитку. *Культура народів Причорномор'я. Научный журнал*. № 9, 2007 С. 109-113.
4. Тульчинська С.О. Тульчинський Р.В. Інституціональні засади становлення нового регіоналізму в Україні *Економічний вісник НТУУ «КПІ»*. Вип. 15. 2018. С. 47-53.

УДОСКОНАЛЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Суть збутової діяльності полягає в організації системи для забезпечення просування продукції задля задоволення потреб споживачів та одержання прибутку. Організація базується на формуванні попиту на ринку визначених товарів або послуг і стимулюванні збуту.

Актуальність даної теми на сучасному етапі розвитку економіки нашої країни полягає у тому, що система збуту є однією з найголовніших ланок у діяльності підприємства. Необхідно постійно удосконалювати збутову діяльність задля зміцнення фінансового стану суб'єкта господарювання. Тому для керівників одним з найбільш пріоритетних завдань є управління збутовою діяльністю.

Для розуміння положення на ринку, виділення конкурентних переваг, виявлення потенційних можливостей підприємства та в кінцевому результаті – підвищення ефективності збутової діяльності необхідно провести дослідження.

По-перше, необхідно здійснити дослідження ефективності чинної політики збуту. Це дасть змогу формалізувати підходи до систематизації потреб споживачів, умов діяльності та розуміти реальну поведінку суб'єкта господарювання на ринку.

По-друге, варто розробити стратегічні рішення, котрі забезпечать більш ефективне функціонування збутової діяльності. Тут необхідно взяти до уваги сильні та слабкі сторони чинної політики.

По-третє, доцільно розробити програму управління клієнтським капіталом (охоплює створені підприємством організаційні компетенції у сфері інтелектуального маркетингу).

Ефективність збутової політики характеризується якістю розробленого і реалізовані заходи, спрямовані на збутову діяльність на забезпечення ефекту, і збутова діяльність - відношення отриманих результатів до витрат на їх досягнення.

Діагностика ефективності збутової діяльності включає аналіз факторів, що впливають на відхилення фактичних показників проти планових, а також співвідношення ціни та якості продукції, коефіцієнти зберігання, збут продукції в умовах найвищої ринкової ціни, дебіторської заборгованості за відвантажену продукцію, витрат на використання технічних засобів обслуговування споживачів, конкурентоспроможність продуктів.

Визначальні принципи для удосконалення ефективності збутової діяльності суб'єкта господарювання формуються на основі економічних, політичних, правових, ринкових, соціальних, інноваційних та культурних чинників і включають чітке формування та виконання функцій, пов'язаних з цілями та діями учасників каналів збуту. Необхідною частиною розвитку збутової діяльності підприємств в Україні є їх адаптація до умов СОТ та ЄС.

Перелік посилань:

1. Балабанова Л.В. Управління збутовою політикою / Л.В. Балабанова, Ю.П. Митрохіна. – К. : Центр учбової літератури, 2011. – 240 с.
2. Рябова Т.А. Поведінка промислових споживачів на ринку з позицій сучасного маркетингу [Текст] / Т.А. Рябова // Науковий вісник ЧДІЕУ. Серія 1, Економіка : збірник наукових праць. – Чернівці : ЧДІЕУ, 2010. – № 1 (5). С. 97 -104.
3. Хрупович С.Є. Економічне оцінювання та управління збутовою діяльністю підприємств / С.Є. Хрупович. – Львів, 2005. – 43. – 76 с

**ФАКТОРИ ТА ШЛЯХИ ЕФЕКТИВНОГО ВИКОРИСТАННЯ ПЕРСОНАЛУ НА
ПІДПРИЄМСТВІ**

Система управління персоналом в умовах мінливості зовнішнього середовища, що базується на ефективному використанні обмежених фінансових ресурсів в процесі виробництва, передбачає проведення систематичного аналізу і оцінки усіх видів діяльності, ініціативних процесів праці та отриманих результатів на підприємстві, а також ґрунтується не лише на вдосконаленні управління робочою силою, але і на заощадженні людського капіталу. Перед усіма категоріями робітників постають проблеми скорочення поточних витрат і нарощення конкурентоспроможності підприємства, отримання спільної вигоди, питання підвищення платоспроможності підприємства та особистих прибутків працівників.

У сьогоdnішньому виробництві ключовим показником економічної продуктивності є високий дохід, який можна отримати внаслідок найбільшого застосування та концентрації всіх виробничих, організаційних та фінансових ресурсів, головним чином, людського потенціалу і підприємницьких можливостей працівників підприємства. В основі аналізу змісту процесу діяльності та оцінки даних виконання завдань цілком ймовірно встановити внесок кожного співробітника або ж окремої групи в спільні результати підприємства. Ключовим аспектом оцінки особистого вкладу працівників повинно бути зафіксовано результативність їх праці, якість виконання поставлених завдань або ж рівень творчої активності [1].

Аналіз і оцінка роботи будь-якого співробітника є основою всієї кадрової політики підприємства й стратегічна програма оптимізації управління персоналом всіх категорій. Для визначення змісту основних видів трудової діяльності та важливих підсумкових результатів може бути використана структурно-діагностична модель управління персоналом, що характеризує механізм взаємодії 3-х головних об'єктів виробництва: людей, чинників і підприємств. В такій моделі зміст і ефективність роботи персоналу підприємства цілком ймовірно визначити, спираючись на дані аналізу робочих місць, набору персоналу, дослідження працівників, дотримання трудової дисципліни, результативності праці, планування кар'єри, оплати праці і т.д.

Продуктивність роботи персоналу вважається одним з показників продуктивності застосування трудових ресурсів. Основне завдання у сфері трудової діяльності – ефективне використання трудових ресурсів з одночасним забезпеченням нарощення обсягів виробництва продукції та рівномірним залученням ресурсів протягом року. Щоб гарантувати оптимальне використання робочої сили підприємства, потрібно визначити потребу в ній для виконання всіх робіт і скласти баланс трудових ресурсів, в якому передбачити абсолютне втягування працездатних до виробництва. Баланс трудових ресурсів – це відображення необхідності в робочій силі та здатності її покриття. Потребу в трудових ресурсах обчислюють розрахунково-нормативним методом, а штатний розклад визначає кількість адміністративно-управлінського персоналу. Баланс праці вважається обов'язковою частиною перспективного і поточного планування виробництва і дозволяє визначити надлишок робочої сили за рік в цілому і по місяцях зокрема.

Таким чином, оптимізація трудових ресурсів дає підприємству можливість скоротити витрати та збільшити прибуток за максимально короткий термін. Навіть при скороченні кількості працівників, підприємство може виготовляти такий самий обсяг як і до скорочення, або навіть більший. Все залежить від кваліфікації працівників, системи мотивації праці та організації використання трудових ресурсів.

Перелік посилань:

1. Економіка підприємства / За ред. Хруща В.П., Харіна П.С. – Тернопіль, 2005.

Шашина М.В.

д.е.н., доцентка

Фалько М.О.

КПІ ім. Ігоря Сікорського

ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ВІРТУАЛЬНИХ АКТИВІВ В УКРАЇНІ

Проблема регулювання віртуальних активів є актуальною для України на сучасному етапі її розвитку. Це пов'язано, по-перше, зі швидким зростанням та розповсюдженням криптовалют, NFT, а також та відсутністю адекватного доступу до фондового ринку фізичних осіб. По-друге, за даними платіжної платформи «Triple A» Україна очолила рейтинг країн щодо активності використання криптовалюти громадянами – 5,5 млн. громадян, або 12,7% [1]. Таку зацікавленість можна пояснити низькими комісіями за переводи з закордону в порівнянні з грошовими переказами. По-третє, Україна зайняла 10 місце у світі по величині прибутку від Bitcoin у 2020 році – \$400 млн. [2]. Та останнє, за даними блокчейн-компанії Chainalysis, в Україні найбільший обсяг транзакцій із віртуальними активами серед учасників ринку у світі [2].

На нашу думку, зазначені вище аспекти повинні стимулювати державний апарат до застосування прямих та непрямих методів впливу на ринок віртуальних активів в Україні.

До методів прямого впливу в першу чергу відноситься розробка та прийняття нормативно-правових актів щодо захисту криптоінвесторів і криптотрейдерів, а також надання повноважень щодо дослідження стану ринку віртуальних активів Національній комісії з цінних паперів та фондових ринків.

До методів непрямого впливу безпосередньо відноситься визначення бази оподаткування та ставки податку для віртуальних активів та підприємств, які займаються розвитком блокчейн-технологій в Україні. Ці заходи призведуть до збільшення дохідної частини бюджету України.

Необхідно також розширити співпрацю уряду з відомими криптобіржами (наприклад, Binance) та розробкою, а потім і запровадження електронної гривні, як способу оплати за товари й послуги на території України та способу придбання віртуальних активів на біржі.

На думку авторів, доцільно запропонувати 2 програми державного регулювання віртуальних активів в Україні та їх можливі наслідки (для розрахунків взято обсяг прибутку від інвестицій в Bitcoin за 2020 рік - \$400 млн.):

1. Лінива програма - державний апарат проводить політику мінімального втручання. Ставка податку дорівнює 5% для фізичних та юридичних осіб - потенційні податкові надходження на рівні 539,2 млн. грн. Така політика призведе до подальшого стрімкого розвитку ринку віртуальних активів в Україні при мінімальних витратах для держави, але це знизить інтерес до класичних фінансових інструментів (акцій та ОВДП) та депозитів, а також інтереси криптоінвесторів та криптотрейдерів будуть не захищені;

2. Розумна програма – сутність полягає у застосування запропонованих методів прямого та непрямого впливу, які були наведені вище. Ставка податку дорівнює 9% для фізичних та юридичних осіб – потенційні податкові надходження на рівні 970,56 млн. грн. Така політика може призвести до незначного зниження темпів розвитку ринку віртуальних активів в Україні, але права учасників ринку будуть захищені та буде впроваджено офіційну державну криптовалюту.

Перелік посилань:

1. Cryptocurrency across the world. Платіжної платформа «Triple A». [Електронний ресурс] Режим доступу: <https://triple-a.io/crypto-ownership/>

2. Украина четвертая в рейтинге глобального индекса использования криптовалют – Минцифры. Інформаційне агентство "Нова Влада".[Електронний ресурс] Режим доступу: <https://novavlada.info/gosudarstvo/novosti/ukraina-chetvertaya-v-reytinge-globalnogo-indeksa-ispolzovaniya-kriptovalyut>

ВПЛИВ БЕЗРОБІТТЯ НА СВІТОВУ ЕКОНОМІКУ СЬОГОДЕННЯ

Проблема безробіття є актуальною у сучасному світі, тому що її прояви наносять значної шкоди економіці не лише окремих країн, а й світу в цілому. Подальший розвиток людства має підкріплюватися вільним функціонуванням різних сфер економіки, а це значно ускладнюється через зростання частки безробітних серед загальної чисельності працездатного населення.

У зв'язку з всесвітньою пандемією COVID-19 рівень безробіття, що мав тенденцію до спадання протягом 2010-2019 років, значно зріс у 2020-2021 роках. Це пояснюється тим, що внаслідок карантинних обмежень протягом 2020-2021 років по всьому світу тисячі підприємств банкрутували або скорочували штат працівників. Середньосвітовий рівень безробіття перевищив у 2020 році 6%, що вкотре привернуло увагу до цієї проблеми.

Проте проблема безробіття обумовлена ще деякими чинниками: політикою держав щодо безробітних, проблемою працевлаштування для осіб з інвалідністю, недостатнім розвитком окремих економічних районів та невідповідністю кількості кваліфікованих кадрів пропозиції робочих місць, особливо у певних галузях. Відповідно, до кожного з наведених чинників можемо навести заходи, що сприятимуть вирішенню проблеми безробіття шляхом подолання її основних джерел. Так країни, які виділяють значну кількість грошей на дотації безробітних, мали б переглянути свою політику стосовно цього питання, щоб мінімізувати кількість осіб, які «паразитують» за рахунок держави. Активна робота комісії безробітних та центрів зайнятості могла б зменшити витрати держави на них і підвищити загальний рівень добробуту, тому що підвищення загального рівня зайнятості сприяє зменшенню кількості правопорушників.

Окрім того, на покращення ситуації з безробіттям суттєво позитивно вплинуло б надання робочих місць особам з інвалідністю. Наразі у школах та дитячих садках активно впроваджується інклюзія, щоб такі люди не залишалися поза суспільством. Щось подібне має відбуватися і на підприємствах, бо створення умов праці для осіб з інвалідністю значною мірою покращить не лише вичерпність використання ресурсів праці, але й суспільні відносини. Про це не варто забувати, тому що відсоток безробітних серед осіб з інвалідністю подекуди перевищує 70% від їх загальної кількості, що є, по-перше, неправильним з точки зору моралі, тому що працедавці упереджено ставляться до них, як до неповноцінних працівників, що виховує відповідне ставлення у інших людей, а по-друге, нераціональним у площині використання ресурсів праці.

У країнах, що розвиваються, варто було б приділяти особливу увагу розвитку малих промислових районів. В Україні, наприклад, є невеликі міста, джерелом існування яких є заводи, що знаходяться на межі закриття. З кожним роком таких підприємств у світі стає все менше, внаслідок впливу різних демографічних та економічних факторів. Це спричиняє поступовий занепад прилеглих територій та збільшення кількості безробітних. Варто впроваджувати політику державної підтримки виробничих комплексів, заохочувати молодь до вступу на технічні спеціальності, що допоможе не лише зменшити рівень безробіття та упередити його зростання, але й покращити стан промисловості завдяки забезпеченню підприємств фахівцями.

Таким чином, подолання проблеми безробіття та усунення його основних джерел сприятиме поліпшенню стану світової економіки. Варто зазначити, що позитивні зміни у цій сфері мають відбуватися шляхом державного регулювання, тому що саме держава може усебічно охопити різні сфери людської діяльності.

Перелік посилань:

1. Global unemployment rate from 2010 to 2020 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.statista.com/statistics/279777/global-unemployment-rate/>
2. Дергалюк М. О., Коваленко А. С. Безробіття в Україні та його вплив на економічне становище держави. *Ефективна економіка*. 2021. № 2. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8666>

Наукове видання

**Матеріали XX Міжнародної науково-практичної конференції
«РОЗВИТОК ПІДПРИЄМНИЦТВА ЯК ФАКТОР РОСТУ
НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ»**

17 листопада 2021 року

Відповідальний за випуск – А.Ю. Погребняк

Підписано до друку 23.11.2020 р.
Формат 60х84/16. Папір офсетний
Друк цифровий. Гарнітура Times New Roman
Ум. друк. арк. 9,2. Обл.-вид. арк 9,5

Надруковано Видавцем ФО-П Піча Ю.В.
04080, Київ, вул. Новоконстантинівська, 1В
Тел. (044) 592-39-36

Свідоцтво
про внесення суб'єкта видавничої справи до
Державного реєстру видавців,
виготівників і розповсюджувачів
видавничої продукції:
ДК №822 від 27.02.2002 р