

УДК 334.72:338.245](06)

ISBN 978-966-695-602-9

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

МІНІСТЕРСТВО РОЗВИТКУ ГРОМАД ТА ТЕРИТОРІЙ УКРАЇНИ

ХАРКІВСЬКА МІСЬКА РАДА

ХАРКІВСЬКА ОБЛАСНА ДЕРЖАВНА АДМІНІСТРАЦІЯ

ХАРКІВСЬКА ОБЛАСНА РАДА

ВГО «СОЮЗ УКРАЇНОК»

FACULTY OF ECONOMICS VŠB-TECHNICAL UNIVERSITY OF OSTRAVA

DEPARTMENT OF ECONOMICS INSUBRIA UNIVERSITY

ТБІЛІСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ІВАНЕ ДЖАВАХІШВІЛІ, ГРУЗІЯ

ПІВНІЧНО-СХІДНИЙ НАУКОВИЙ ЦЕНТР НАН І МОН УКРАЇНИ

**ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ МІСЬКОГО
ГОСПОДАРСТВА імені О. М. БЕКЕТОВА**

ПІДПРИЄМНИЦТВО ТА БІЗНЕС-АДМІНІСТРУВАННЯ У ВОЄННИЙ ЧАС: СУЧАСНІ ВИКЛИКИ, ТРЕНДИ ТА ТРАНСФОРМАЦІЇ

МАТЕРІАЛИ

міжнародної науково-практичної інтернет-конференції

(01 – 28 лютого 2024 року)

Харків – 2024

УДК 334.72:338.245](06)
ПЗ2

Редакційна колегія:

Бубенко П. Т. – д-р екон. наук, проф. кафедри підприємництва та бізнес-адміністрування Харківського національного університету міського господарства імені О. М. Бекетова;

Палант О. Ю. – д-р екон. наук, проф. кафедри підприємництва та бізнес-адміністрування Харківського національного університету міського господарства імені О. М. Бекетова;

Рудаченко О. О. – д-р екон. наук, проф. кафедри підприємництва та бізнес-адміністрування Харківського національного університету міського господарства імені О. М. Бекетова

Рекомендовано до друку Вченою радою Харківського національного університету міського господарства імені О. М. Бекетова, протокол № 8 від 23 лютого 2024 р.

Підприємництво та бізнес-адміністрування у воєнний час: сучасні виклики, тренди та трансформації : матеріали міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., Харків, 01 – 28 лютого 2024 р. / [редкол. : П. Т. Бубенко, О. Ю. Палант, О. О. Рудаченко] ; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова [та ін.]. – Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2024. – 372 с.

ISBN 978-966-695-602-9

У збірнику наведені матеріали міжнародної науково-практичної інтернет-конференції «ПІДПРИЄМНИЦТВО ТА БІЗНЕС-АДМІНІСТРУВАННЯ У ВОЄННИЙ ЧАС: СУЧАСНІ ВИКЛИКИ, ТРЕНДИ ТА ТРАНСФОРМАЦІЇ», яка проходила з 01 лютого по 28 лютого 2024 року в Харківському національному університеті міського господарства імені О. М. Бекетова. Розглядалися питання та здійснювалась розробка рекомендацій з вирішення проблем управління економічними процесами в сучасних економічних умовах.

УДК 334.72:338.245](06)

ISBN 978-966-695-602-9

© Колектив авторів, 2024

© ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2024

СЕКЦІЯ 1

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СТАРТАПІВ, ПІДПРИЄМНИЦТВА, ТОРГІВЛІ ТА БІРЖОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

ЩОДО ПЕРСПЕКТИВ РОЗВИТКУ ЕКОСИСТЕМИ СТАРТАПІВ В УКРАЇНІ

І. В. ПОДРЕЗ-РЯПОЛОВА, к.ю.н., зав. наук. відділу

*Науково-дослідний інститут правового забезпечення інноваційного розвитку
Національної академії правових наук України*

Екосистема стартапів України знаходиться на етапі активного становлення, і протягом останніх років її розвиток відзначається позитивною динамікою, спостерігається зростання загальної кількості стартапів, яке супроводжується збільшенням числа суб'єктів життєзабезпечення екосистеми і водночас їх більш активною участю в екосистемі, при цьому підтримка стартапам, хоча різною мірою, надається за такими напрямками, як державне регулювання, фінансування, навчання, інфраструктура та інформаційне просування [1]. Разом з цим, в умовах воєнного стану інноваційна політика, зокрема щодо стимулювання діяльності відповідних суб'єктів, повинна здійснюватися з урахуванням реальних потреб інноваційного ринку та безпеки країни.

Слід погодитись, що стартапи визнано ключовими гравцями венчурного ринку і головним двигуном інноваційного розвитку, підприємницької діяльності, що підвищує інтерес до всебічного дослідження відповідної екосистеми [2]. Правильно визначено, що високий рівень розвитку, продуктивності та ефективності національних екосистем стартапів в країнах Європи, має цілком певні причини та передумови, вивчення яких є корисним для розвитку аналогічної екосистеми в Україні, так, варто поглиблювати співпрацю університетів та науково-дослідних установ із акселераторами та венчурними фондами, внести зміни в законодавство, яке б давало паритетні гарантії як інвестору, так і засновникам стартапу та безпосередньо налагоджувати зв'язки між елементами української екосистеми стартапів та екосистем європейських країн на рівні університет–університет, університет – акселератор, акселератор – венчурний фонд тощо [3].

В умовах глобальних викликів, незважаючи на існування ускладнених умов функціонування суб'єктів інноваційної діяльності, що пов'язано з триваючим воєнним станом в країні, національна екосистема стартапів має високий комерційний потенціал та конкурентоспроможність на певному рівні та зростаючу привабливість для бізнесу. Отже, наразі нагальним питанням постає створення належних умов для повноцінної розбудови екосистеми стартапів в Україні на підставі дослідження європейського досвіду, що є доцільним враховуючі наявне ефективне функціонування екосистем стартапів

європейських країн та прагнення України до повної інтеграції та вступу в ЄС. Окрім цього, потребують посилення заходи щодо підтримки та розвитку інфраструктурного забезпечення інноваційної діяльності з метою прискорення відбудови національної економіки. Перспективами подальших наукових досліджень є аналіз законодавства ЄС, що регулює питання функціонування стартапів задля розробки наукових рекомендацій щодо вдосконалення основних напрямів розвитку та побудови національної екосистеми стартапів.

Список використаних джерел:

1. Ситник Н. І. Сучасний стан та перспективи розвитку екосистеми стартапів в Україні. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2017. Випуск 27. Частина 2. С. 117–120. URL: http://www.ej.kherson.ua/journal/economic_27/2/30.pdf.

2. Хаврова К. С., Плужнікова Л. М. Значення стартапів у підприємницькій діяльності. *Науково-виробничий журнал «Бізнес-навігатор»*. 2021. Випуск 2 (63). С. 110–114. DOI: <https://doi.org/10.32847/business-navigator.63-19>.

3. Дума О. І., Завтура К. О. Екосистема стартапів в Європі: кращі практики та уроки для України. *Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку*. 2021. №3(1). С. 119–130. URL: <https://science.lpnu.ua/sites/default/files/journal-paper/2021/jun/23780/menedzhment121-121-132.pdf>.

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

М. О. РИБАК, аспірант

Поліський національний університет

В умовах ринкового середовища економічний розвиток має виконувати надзвичайно важливе економічне завдання, що полягає в створенні та функціонуванні належних умов, щоб економічна стратегія держави була ефективною. Національна економіка має можливість зайняти одне з провідних місць у світі в таких умовах. Одним із найважливіших завдань економічної політики є створення та підтримка сприятливого конкурентного середовища, щоб стимулювати інноваційний бізнес в Україні.

Економічний розвиток і зростання країни в майбутньому залежать від її здатності та відповідності адаптуватися до нових технологічних і технічних досягнень, а також підтримувати розвиток інноваційної сфери [1].

Сьогодні пріоритетом є швидке збільшення інновацій і економічного розвитку за допомогою економічних знань і практичних навичок. Основою є інтелектуальні здібності, інтелектуальні можливості, інтелектуальний фактор, розвиток науки, створення та обмін наукових результатів у нові матеріальні та духовні виробництва. Процес ефективного використання інтелектуального ресурсу становить близько 50% у розвинених країнах [2].

Підвищення та покращення якості життя кожної людини є основною метою сучасного інноваційного підприємництва, яке прагне підвищити конкурентоспроможність вітчизняних компаній як на внутрішніх ринках, так і на світовій економічній арені. Інноваційне підприємництво — це бізнес, який займається створенням нових товарів, технологій і послуг, а також створенням відповідних методів організації та управління.

Наразі підприємництво, особливо інноваційне, потребує державного регулювання та підтримки для існування в економічному середовищі. Наступні обставини вимагають державної підтримки: складність організації наукових досліджень; відсутність прагнення бізнес-структур до досягнення соціального ефекту; і відсутність вільної конкуренції серед інноваційних підприємств у нашій країні.

Основними факторами, які прискорюють розвиток підприємницької діяльності, є такі: активізація інтенсивного відтворення виробництва завдяки впровадженню досягнень науки та техніки; провідна функція наукової діяльності у створенні нових продуктів і технологій; швидке фізичне та моральне старіння основних засобів виробництва; неможливість для вітчизняних виробників працювати без державної підтримки.

Сучасне інноваційне підприємництво - це особливий тип новаторського бізнесу, який намагається знайти нові можливості для бізнесу. Цей тип підприємництва відрізняється особливою поведінкою підприємця, яка включає новаторське управлінське мислення, зміну стилю правління та повну готовність брати на себе фінансову відповідальність за виконання нового проекту.

Підвищення наукового потенціалу та науково-технічного потенціалу, створення висококваліфікованих продуктивних сил, створення належної законодавчої бази, залучення інвестицій в інновації та створення розвиненої ринкової інфраструктури є основними умовами сучасного інноваційного підприємництва.

З вищезазначеного випливає, що для розвитку інноваційного підприємництва в Україні потрібні державні ініціативи, такі як впровадження податкових і неподаткових стимулів із залученням досвіду інших країн, вдосконалення нормативно-правової бази для забезпечення зобов'язань щодо розвитку інноваційної діяльності та створення державного реєстру науково-технічних досліджень і розробок для інформування суб'єктів господарювання.

Список використаних джерел:

1. Ткаченко Т.П., Тульчинський Р.В. Розвиток інноваційного підприємництва в Україні. Економічний вісник НТУУ "КПІ" 2010. № 7. С. 223-229.
2. Паладій М. Інноваційний шлях розвитку українського суспільства потребує нової економічної стратегії. URL: <http://patent.km.ua/ukr/articles/i385> (Дата звернення 13.01.2023).

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ СУБ'ЄКТІВ РИНКОВОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ В УМОВАХ ВІЙНИ

Ю. О. ТАРАРУЄВ, к.е.н., доц.

Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова

Розвиток економіки в сучасних умовах господарювання значно ускладнюється негативними процесами, які є непередбачуваними та мають глобальний характер. Йдеться про епідемію COVID-19 та її наслідки, економічні кризи, що періодично виникають та потребують значних зусиль для мінімізації їх руйнівного впливу та ін. Але для України зараз найбільшою загрозою є воєнні дії ініційовані сусідньою терористичною державою. При цьому, негативний вплив війни на економіку нашої країни проявляється не лише у скороченні реального сектору економіки, а зачіпає також ринкову інфраструктуру, що приводить до значного зниження активності суб'єктів підприємницької діяльності. Таким чином, для адаптації економічної системи в умовах воєнних дій, необхідно систематизувати основні проблеми, що стосуються суб'єктів ринкової інфраструктури.

Ринкова інфраструктура є дуже широким поняттям, бо позначає усі сфери економічної діяльності, де забезпечується зв'язок і взаємодія між основними суб'єктами економічної системи. Тому у цій публікації пропонується обмежитися проблемами банківського сектору та страхової сфери та, що виникли останнім часом та частково обумовлені воєнними діями.

Банківський сектор. З метою забезпечення безперебійності банківської системи НБУ приймає постанову «Про роботу банківської системи в період запровадження воєнного стану» [1]. Згідно з документом банки забезпечують роботу відділень у безперебійному режимі в умовах відсутності загрози життю та здоров'ю населення, але з огляду на певні обмеження, які стосуються і зняття готівки. Серед негативних тенденцій за час воєнного вторгнення варто відзначити скорочення загальної кількості банків України з 71 до 63 (з них з іноземним капіталом – з 33 до 28) [2]. Серед інших проблем вітчизняних банків варто відзначити високу монополізацію ринку. Як зазначають Ситник Н.С. та Прицак Я. М. [3], п'ять найбільших банків протягом останніх років зосередили у власності 60-64 % сукупної вартості активів національної банківської системи. Також означені автори вказують на низький рівень безпеки (з огляду на незадовільне співвідношення кредитів та депозитів), низьку рентабельність активів та приховування доходів з метою мінімізації оподаткування. Однак, останнє явище досить поширене і набуло загального характеру і стосується переважної більшості економічних суб'єктів. Разом з тим, одна з основних проблем банківської системи в цілому – поступове зменшення доходів населення під час війни на тлі доволі високих відсоткових ставок обумовлених значною інфляцією. Така тенденція приводить до зниження вільних коштів у потенційній клієнтів банківських установ, що у свою чергу обумовлює зменшення обсягів їх кредитування.

Страхова сфера. Як і у попередньому випадку, Негативний вплив воєнних дій на страховий ринок проявляється у скороченні їх кількості. Зокрема, з кінця березня 2022 р. по кінець березня 2023 р. загальна кількість страхових компаній скоротилася зі 145 до 122. Разом з тим, протягом 2020-2022 рр. спостерігалось зростання страхових резервів з 34,1 до 41,1 млрд. грн. на тлі скорочення страхових премій з 45,2 до 39,6, млрд. грн. При цьому розмір страхових виплат знизився з 14,9 до 13 млрд. грн., а їх рівень лишився стабільним і становив близько третини від розміру премій [4]. За результатами аналізу А. Мариної та М. Пеценко [5] можна зауважити, що воєнні дії також привели до появи і поширення таких страхових ризиків як: пошкодження транспортного засобу осколками, ризик прильоту ракети, інших об'єктів; підрив на міні, прямиї обстріл; влучення снарядів, мін, куль, обрушення будівель, наслідки пожежі, мінування територій, однак страхове відшкодування за цими страховими випадками є незначним з огляду на їхню поширеність. Власне, відсутність належного страхування від воєнних ризиків в умовах війни і є однією з найбільших проблем страхового ринку, продукти якого потребують актуалізації відповідно до потреб нашого суспільства.

Варто відзначити, що воєнні дії спричинили і низку проблем для економіки в цілому серед яких найбільш важливими є: скорочення кількості підприємств та обсягів виробництва продукції робіт і послуг; значне скорочення експорту українського зерна та іншої продукції сільського господарства, міграція громадян до країн ЄС (що обумовлює зниження кадрового потенціалу економіки), брак фінансових ресурсів та зростання рівня інфляції та ін. Очевидно, що в умовах воєнних дій вирішити перелічені проблеми в повній мірі надзвичайно складно і виконання цього важливого завдання потребує консолідації зусиль суспільства у поєднанні з належною реалізацією найбільш раціональних законодавчих ініціатив.

Список використаних джерел:

1. Про роботу банківської системи в період запровадження воєнного стану: Постанова Правління НБУ від 2402. 2022 № 18. URL: https://bank.gov.ua/ua/legislation/Resolution_24022022_18
2. Міністерство фінансів України. Офіційна сторінка. URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/banks/stat/count/>
3. Ситник Н. С., Прицак Я. М. Банківська система України в умовах війни: ризики та оцінка безпеки. Молодий вчений. 2023. № 6 (118). С. 94-98. DOI: <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2023-6-118-19>
4. Національний банк України. Офіційна сторінка. URL: <https://bank.gov.ua/>
5. Марина А., Пеценко, М. (2023). Страховий ринок України в умовах війни. 2023. *Цифрова економіка та економічна безпека*, № 5 (05) С. 44-51. <https://doi.org/10.32782/dees.5-7>

УНІВЕРСИТЕТ-МІСТО-ПІДПРИЄМНИЦТВО: ВИКЛИКИ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

М. Ф. АВЕРКИНА, д.е.н., проф.

Національний університет «Острозька академія»

Існуючі тенденції зумовлені воєнним станом переконують в тому, що для забезпечення розвитку міст менеджери повинні напрацьовувати кращі практики й сценарії швидкої адаптації до непередбачуваних викликів. Ці виклики зумовлюють пошуку нових ідей, технологій та фахівців, які продукуватимуть інноваційні технології для забезпечення розвитку підприємництва в містах. Розвиток інноваційних технологій залежить від концентрації фахівців, які швидко опановують такі технології, що власне й відображено в теорії символічної економіки, представниками якої є Ш. Зукін [1], С. Леш, Д. Уррі й А. Скотт [2].

Відповідно до положень означеної теорії міста все більше поглинають ресурси, інноваційні технології, що призводить до формування груп професіоналів для вироблення нових продуктів. Наявність професіоналів зумовлюватиме підвищення рівня продуктивності використання соціо-еколого-економічних ресурсів, що посилюватиме його раціональність. Підвищення рівня продуктивності екологічних ресурсів також сприятиме скороченню споживання невідновлювальних природних ресурсів. Однак у теорії не пояснено, яким чином місто може набути таких фахівців: чи йдеться про підготовку фахівців у межах міста, чи про їхнє залучення з інших міст. Зазначимо, що підготовка фахівців, які швидко опановують інноваційні технології, потребує вливання інвестицій, а також зацікавленості бізнесових структур, навчальних закладів із підготовки фахівців, органів місцевого самоврядування. Останнє дасть змогу, з одного боку, сформуванню ефективний кадровий ресурс, затребуваний на ринку праці, а відтак підвищити рівень ефективності використання соціальних ресурсів; а з іншого – з огляду на наявність фахівців, які знають інноваційні технології, сприяти раціональному використанню економічних та екологічних ресурсів міста. Загалом у місті має бути забезпечено добір фахівців, які сприяють розвитку інноваційної економіки та підвищенню рівня екологізації в місті, що позитивно позначатиметься на рівні використання ресурсів міста [3].

Варто наголосити на тому, що умовах воєнного стану управлінці міст та університетів зіштовхнулися з тим, що потрібно здійснювати пошук нових ідей й імплементацію кращих практик для забезпечення життєдіяльності міст й територій. В такому руслі важливим є застосування тренінгів для представників університетів, бізнесу й муніципалітетів, як необхідний інструмент щодо розуміння зацікавлених сторін, поточної ситуації й напрацювання можливих сценаріїв розвитку. Яскравим прикладом доцільності проведення таких тренінгів є короткий курс по Управлінню змінами в непередбачуваному середовищі, який було запропоновано Естонською школою бізнесу й Естонською агенцією розвитку. Цей курс не був типовим, оскільки мав перехід від мікрорівня до макрорівня з використанням інструментів і кейсів дотичних до проблем України

у воєнному стані. В цьому курсі прийняли участь 307 українців (представники бізнесу, професори, доценти, студенти). В ході проведених семінарів було відмічено особливості сприйняття нової інформації та реакції на формування нових ідей. Цікавим був той факт, то для представників бізнесу було досить важко сприймати новий матеріал і було помічений під час перших двох семінарів певний супротив до сприйняття нового матеріалу, однак вони досить швидко формували ідеї щодо усунення негативних ситуацій. У представників університетів були спостережені протилежні тенденції. Відтак, можна зробити висновок, що потрібно напрацьовувати сценарії щодо тісної взаємодії між університетами і бізнесом.

Не менш важливим питанням є повернення українських учених і фахівців з метою їхнього залучення у формуванні нових ідей та розробленні нових технологій для бізнесу. Так, 28 листопада Агентство у справах біженців ООН оцінило кількість громадян України, зареєстрованих як біженці у країнах Європи, у понад 4,75 мільйона людей [4]. Однак, процедура повернення учених та професіоналів повинна формуватися на рівні держави з відповідно сформованим механізмом.

Отже, на підставі викладеного вище матеріалу можемо стверджувати, що подальший розвиток міст та бізнесу буде детермінований тим, як буде забезпечуватися взаємозв'язок між університетами, органами місцевого самоврядування та представниками бізнесу. Така взаємодія визначатиме вектор розвитку нових ідей й інноваційних технологій, які можуть бути використані в бізнесу. Також, необхідно звертати увагу на наявність концентрації науковців та фахівців в містах для забезпечення розвитку підприємництва. Також на рівні держави повинна бути відпрацьована процедура повернення висококваліфікованих працівників.

Список використаних джерел:

1. Zukin Sharon Loft Living. Rutgers University Press, 1989.
2. Lash S. Economic of Signs and Space / Lash S., Urri J. – London, Sage, 1994.
3. Аверкина М. Ф. Забезпечення стійкого розвитку міст та агломерацій: теорія, методологія, практика : монографія / М. Ф. Аверкина. – Луцьк : РВВ Луцького НТУ, 2015. – 496 с.
4. Підтвердження оцінки про 8 мільйонів біженців з України немає – директорка Інституту демографії <https://suspihne.media/396044-pidtvrdzenna-osinki-pro-8-miljoniv-bizenciv-z-ukraini-nemae-direktorka-institutu-demografii>

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ВІТЧИЗНЯНОЇ ТОРГІВЛІ У ВОЄННИЙ ЧАС

А. А. ПАКУЛІНА, канд. екон. наук, доцент

М. В. ШАПОВАЛОВ, здобувач вищої освіти

Харківський національний університет міського господарства

імені О. М. Бекетова

Актуальність теми розвитку торгівлі в умовах війни стає невід'ємною складовою реалій сучасності, де геополітичні конфлікти та воєнні дії мають вирішальний вплив на економіку країн. У світі, де глобалізація визначає розвиток торгівлі та економічні взаємозв'язки, наявність військових конфліктів породжує низку викликів для бізнесу та торгівлі, що вимагає комплексного вивчення та розуміння можливих шляхів адаптації.

Умови воєнного часу впливають на велику кількість аспектів торгівлі від змін у виробництві та обсягах продажів до питань доступу до інвестиційної та міжнародної торгівлі. Висвітлення цих аспектів стає важливим завданням для розуміння економічних викликів, які виникають в умовах військових конфліктів, а також для визначення можливих стратегій розвитку та інноваційних підходів для подолання цих труднощів.

Виникає необхідність у ретельному аналізі актуальних проблем та перспектив розвитку торгівлі в умовах війни. Дослідження висвітлить вплив воєнних дій на бізнес-середовище та розкриє можливості електронної торгівлі як інструменту для подолання економічних викликів у конфліктних умовах.

Протягом останніх років економічне оточення в нашій країні значно ускладнилося через вплив ковіду та війни, що призвело до значних труднощів у функціонуванні внутрішньої торгівлі. Крім того, на цей сектор економіки вплинули негативні тенденції, такі як суперечлива динаміка оптового і роздрібного товарообігу, нераціональна організація торговельної діяльності, неефективне управління підприємствами торгівлі, надходження в торговельну мережу продукції низької якості, що може бути потенційно небезпечною для здоров'я населення, недостатній рівень державного регулювання підприємницької діяльності в галузі, тінізація сфери торгівлі та інші аспекти [1, с. 230].

Однією з основних проблем торгівлі в Україні є недостатньо розвинена та нестабільна регуляторна законодавча база, що призводить до значних труднощів у функціонуванні підприємств. Крім того, існує численні недоліки у системі оподаткування, які призводять до дискримінації малих та середніх підприємств та обмежують їхню конкурентоспроможність. Українські підприємства також стикаються з труднощами у привабленні інвестицій для розвитку свого бізнесу, що обмежує їх здатність збільшувати обсяги виробництва та розширювати продажі. Поточна ситуація в країні, спричинена військовими діями, подальше ускладнює цей стан речей та значно погіршує інвестиційний клімат у державі [2, с. 90].

Навіть при існуючих труднощах торгівля в Україні володіє перспективами для подальшого розвитку. З метою сприяння розвитку галузі необхідно вжити ряд заходів. Одним із ключових напрямків розвитку торгівлі є розширення міжнародних економічних зв'язків. Це сприятиме збільшенню обсягів експорту та імпорту товарів і послуг, поліпшить конкурентоспроможність українських підприємств та надасть можливість входу на нові ринки збуту [2, с. 90].

Ще одним важливим напрямком розвитку торгівлі є привертання інвестицій. Для досягнення цієї мети уряд повинен створити сприятливі умови для інвесторів, забезпечити стабільність законодавства та спростити процедури відкриття та реєстрації бізнесу. Це сприятиме збільшенню обсягів виробництва та розширенню продажів, що позитивно вплине на розвиток економіки країни в цілому. Також важливо підтримувати малий та середній бізнес, забезпечуючи їм доступ до ресурсів, необхідних для успішного ведення бізнесу, таких як фінансові ресурси, консультації, технічна підтримка та інше [3].

Ще одним важливим питанням є зниження рівня корупції та впровадження прозорих та справедливих правил в галузі торгівлі. Це сприятиме створенню конкурентного середовища для підприємств та збільшить довіру інвесторів до української економіки. Зазначається, що «основним завданням держави повинно бути формування конкурентного середовища та протидія монополізму в галузі торговельної діяльності, а також підтримка просування вітчизняних виробників» [4].

У глобалізованому світі прискорення всіх життєвих процесів вимагає швидкого вирішення завдань, що постають перед бізнесом та людьми. Ця тенденція не обминає й сферу торгівлі, яка все ширше використовує досягнення інформаційно-комунікаційних технологій та реалізується у форматі цифрової торгівлі. На сучасному етапі Інтернет став глобальною платформою, де активно здійснюють продаж різноманітних товарів та послуг, проводять багато транзакцій та операцій. В період війни розвиток електронної торгівлі ще більше прискорився, виводячи її на новий рівень. Для бізнесу, який не має присутності в глобальній мережі, втрати можливостей стають значущими, оскільки наявність в Інтернеті дозволяє швидко реагувати на виклики, з якими стикаються в сфері бізнесу, та розширюється потенційна аудиторія. Таким чином, перспективи розвитку впровадження електронної торгівлі не викликають сумнівів.

У висновку, аналізуючи висловлені аспекти, можна визначити актуальні проблеми та перспективи розвитку торгівлі в умовах війни.

На перший погляд, однією з ключових проблем є вплив військових дій на економіку та торгівлю. Зазначено, що війна призвела до значних труднощів у функціонуванні підприємств, втрат робочих місць та змін в робочому режимі. Багато підприємств змушені були припинити свою роботу, що впливає на загальний обсяг виробництва та рівень зайнятості.

Додатковою проблемою є зменшення доступу до інвестицій для розвитку бізнесу в умовах нестабільності та ризику військових подій. Це обмежує можливості підприємств збільшити обсяги виробництва та розширити продажі, що є важливим для подолання економічних викликів.

Незважаючи на ці проблеми, спостерігається розгортання електронної торгівлі як можливості для підприємств в умовах віртуального простору. Відзначається, що віртуальний бізнес стає важливим фактором для виживання підприємств під час воєнних дій, дозволяючи швидко реагувати на зміни у бізнес-середовищі та забезпечувати продовження діяльності.

Таким чином, військові конфлікти негативно впливають на торгівлю та бізнес в Україні, але водночас з'являються нові можливості для розвитку в електронному просторі. Реалізація цих можливостей вимагатиме відповідних стратегій та інноваційних підходів для подолання економічних труднощів та підтримки стійкості бізнесу в умовах воєнного часу.

Список використаних джерел:

1. Сіренко С. Сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку внутрішньої торгівлі України. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*, (2), 2023, с. 230-234.
2. Пашинний А. В. Торгівельна діяльність В Україні: проблеми та перспективи розвитку. *Актуальні проблеми економіки та підприємництва в умовах викликів і загроз*, 2023, с. 90.
3. Кісельов А.П. Основи бізнесу. Київ.: Вища школа, 1997, с. 191.
4. Пашкуда Т., Афенді А. Напрями розвитку торгівлі в Україні в умовах воєнного стану. *Економіка та суспільство*, (43). 2022. Режим доступу: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-43-73>

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ СТАРТАПІВ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ВОЄННОГО ЧАСУ

А. А. ПАКУЛІНА, канд. екон. наук, доцент

А. В. ШЕВЧЕНКО, здобувач вищої освіти

*Харківський національний університет міського господарства
імені О. М. Бекетова*

В умовах воєнного часу, який зараз діє на теренах України, при цій нестабільній ситуації, більшість опинилися на межі розпутьтя: закрити бізнес, переїздити чи відкрити щось нове, більш важливе і прибуткове, зруйнована логістика, немає сировини, чи взагалі виробника і т. д.

В цих тяжких умовах опинилися всі, без виключень, бізнес-підприємства України. Так із низкою викликів зіштовхнулися і українські стартап-спільноти.

Що ж таке стартап? Більшість людей не правильно розуміють це слово. Вони розуміють це як відкриття практично любого бізнесу, наприклад торгової точки на ринку. Але поняття стартапу зокрема в інноваційності, створенні чогось нового, такого якого ще не було, оригінального. І якщо ми будемо говорити про цю ж торгову точку, якщо тут будуть надаватися якісь нові послуги, яких ще до нині не було, і це приносить нам прибуток, то так- це можна вважати стартапом. Отже, стартап або стартап-компанія – це новостворена компанія, заснована одним або декількома підприємцями, яка на основі інновацій або

інноваційних технологій будує свій бізнес, спрямований на впровадження цих інновацій та генерування ідей. Інновації в свою чергу можуть бути: глобальними (в усьому світі) і локальними (інновація в одній країні, але для інших, це вже не інноваційна технологія).

Звичайно, і до повномасштабного вторгнення у стартапу були свої слабкі сторони, зокрема:

- брак фінансування;
- нетривке положення на ринку;
- низький рівень володіння англійською;
- міграція нового бізнесу закордон;
- відсутність належної інфраструктури між стартапами та інвесторами;
- відсутність належної допомоги з боку держави.

А зараз цих сторін ще більше, це і:

- не можливість виїхати за кордон у пошуках нових інвесторів;
- внутрішні інвестори, або збідніли, або направляють свої кошти на волонтерство;
- відсутність інноваційних пріоритетів;
- переїзд українських стартапів, через нестійку ситуацію в країні;
- покидання співробітників компаній.

З цього переліку можна виокремити дві головні проблеми стартапу, це інвестування та інноваційність. Інвестори, як правило, обирають компанію з потенціалом вийти не тільки на національний ринок, але й на міжнародний ринок. Перш за все, вони вимагають від проєктів ідею, що здатна зробити світовий вклад.

Нерідко стосовно інтернет-проєктів застосовують слова саме стартап. І прослідковуючи зразки іноземних ІТ-розробників, вагома кількість українських проєктів досягає апогею інноваційного розвитку, роблячи Україну одним із найбільш професійних ІТ-хабів у світі.

Ну, і не можливо відмітити те, що під час широкомасштабного вторгнення саме ІТ-ринок України тримається стійким чином і продовжує працювати. А держава аналізує діяльність українських стартапів під час війни та сприяє пошуку найбільш ефективних способів індустрії, та визначає пріоритетні напрямки для побудови якісної взаємодії між владою, компаніями, міжнародними фондами та інвесторами.

Можливо, дивно звучить, але саме війна звільнила ще одну ланку в стартапі – саме стартап воєнної тематики. Зараз Збройні Сили України мають кардинально інший спектр озброєння, ніж вони мали до 24 лютого 2022 року. Особливо – у сегменті воєнних технологій. В Україні запустили Defence Tech кластер Brave1. Він стане єдиною платформою для співпраці розробників воєнних технологій з компаніями, державою та армією. Платформа дозволить збільшити виробництво зброї та техніки. В Україні з'явиться інституція, яка реагуватиме на потреби проєктів, стартапів та людей, які розробляють інновації у воєнній сфері. І такі заявки будуть швидко оброблятися. Відповідно, буде швидше відбуватися фінансування і виділення грантів. Тобто, це буде єдина платформа, де будь-яка ідея у цьому напрямку знайде підтримку.

Будь-який стартап MVP інноваційного продукту та бажання запустити серійне виробництво або незалежний розробник чи компанія з чіткою ідеєю зможуть отримати всю необхідну експертизу цієї платформи. А потім – здобути державний контракт на свій продукт. Генштаб надаватиме воєнну експертизу. Міноборони забезпечить тестування у військах та постановку на озброєння. Мінекономіки допоможе із залученням грантів та інвестицій. Наприклад, були модернізовані безпілотники і тепер вони здатні вражати воєнні об'єкти противника на більшій дистанції. Також був залучений штучний інтелект ще з перших днів вторгнення, який дає можливість автоматично збирати дані про позиції та рух противника. Одним із вдалих прикладів стартапу можна вважати безпілотник PD-1, який створений для розвідки, а потім обладнаний штучним інтелектом. Були розроблені безпечні воєнні платформи «Criselda», «Кропива» та інші. У 2022 році засновник космічного стартапу Promin Aerospace Михайло Рудомінський запустив виробництво рацій Nimera, яких зараз на фронті перебуває понад 2000 шт. І більшість таких стартапів знаходять саме зараз своє визнання. А інвестори готові вкладатися в такі стартапи, тому що розуміють в якій країна ситуації, і більшість країн світу хочуть допомогти. Також наша держава розуміє важливість інвестицій та грантів від уряду для розвитку воєнно-технічних стартапів. Але чи залишиться це на постійній основі, чи буде тривати, поки питання актуальне? Чи, можливо, нам треба проаналізувати ситуацію Ізраїлю. Їх армія швидко і активно реагує на загрози будь-які, як зовнішні так і внутрішні. Головний вид їхньої діяльності: штучний інтелект, кібербезпека, ігри, освітні технології. І вони здатні в повній мірі дати відсіч ворогам.

А в США інвестиції з кожним роком зростають у воєнні стартапи. За перший квартал 2023 року рекордні \$ 14,5 млрд. інвестори вклали у воєнну тематику. І цим прикладам слідує і інші країни.

Висновок: попри війну українські стартапи продемонстрували стійкість та продовжують вести свій бізнес, і для їх подальшого розвитку потрібні довгострокові державні контракти, інвестиції та спрощені процедури.

МОТИВАЦІЯ ПЕРСОНАЛУ ЯК ВАЖЛИВИЙ ІНСТРУМЕНТ ЕФЕКТИВНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

А. А. ПАКУЛІНА, канд. екон. наук, доцент

Д. А. ВЕДЕНЬЄВА, здобувач вищої освіти

Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова

Зміни у світовій економіці та пошук нових моделей інноваційного розвитку вимагають від сучасних підприємств стимулювання менеджменту, впровадження нових ідей та заохочення командної роботи. Саме через це надзвичайно важливим є розуміння процесу отримання компаніями максимальної віддачі від свого управлінського персоналу.

Мотивація - це загальний термін, який описує поведінку та дії людей. Він включає в себе все, починаючи від потреб, інтересів, мотивацій і закінчуючи

цілями. Існує дві основні групи мотиваційних факторів: зовнішні та внутрішні фактори. На зовнішні фактори (стимули) в основному впливає компанія або держава, в якій працює працівник, в той час як внутрішні фактори (мотивація) повністю залежать від самих працівників. Мотивації зазвичай поділяють на три групи: матеріальні, соціальні та статусні мотиви.

Матеріальні мотиви - це ті, що спрямовані на задоволення потреби у важливих для людини товарах і послугах. Основними стимулами для задоволення матеріального мотиву та підтримання певного рівня життя є підвищення основної заробітної плати залежно від стажу або досвіду роботи працівника, а також додаткові надбавки до заробітної плати, включаючи щомісячні премії. Інші пільги (програми участі у прибутках, оплачувані відпустки, оплачувані зовнішні консультації).

Соціальна мотивація (або мотивація соціальної взаємодії) - це спонукання співробітників взаємодіяти один з одним і з бізнес-середовищем, працювати в дружній команді та реалізовувати свій потенціал. Для задоволення соціальних мотивацій основними стимулами є формування колективних форм та організаційних команд, покращення соціальних об'єктів та інфраструктури (наприклад, їдальня, буфет), візуальне соціальне заохочення (соціальне визнання на інформаційних стендах та на офіційному сайті компанії); гарний соціально-психологічний клімат у колективі, організаційна культура компанії, розважальні заходи (екскурсії, фуршети після роботи).

Статусні мотиви - це мотиви, які мотивують працівників виконувати складну роботу, розвивати необхідний набір навичок, здобувати практичний досвід і досягати досконалої або навіть ідеальної кар'єри тощо. Основними стимулами для реалізації статусного мотиву та збільшення обсягу досвіду є можливість вертикальної кар'єри (отримання посад з більшою відповідальністю), покращення умов праці, гнучкий графік роботи тощо.

Було проаналізовано стан задоволеності роботою лідерів команд на найбільших українських гірничодобувних підприємств і одержано низькі результати задоволеності умовами праці. Оцінювалися такі критерії: задоволеність матеріальними мотивами; задоволеність соціальними мотивами; задоволеність соціальних мотивів; задоволення статусних мотивів. Лідери команд на українських гірничодобувних підприємствах найбільше задоволені статусними мотивами та нематеріальною винагородою. Сюди входять винагороди, пов'язані зі зміною робочого місця, виділенням окремого кабінету, наймом особистого секретаря, помічника чи охорони, просуванням по кар'єрних сходах.

Що стосується найбільших українських гірничодобувних підприємств, то керівники найбільше задоволені статусними та соціальними мотивами. Бачимо що керівники команд погано задоволені матеріальною винагородою (заробітна плата, премії, надбавки, доплати, компенсаційні пакети та інші пільги).

Для реалізації вище описаної мотивації підприємству необхідно створити відповідну систему винагород, якою визначаються:

- складові заробітної плати;
- принципи формування окремих складових;

- форми зарплати;
- тарифікатори і таблиці зарплати.

Загальні витрати на робочу силу значно зросли у 2017-2021 роках, що було зумовлено витратами на оплату праці. Відрахування на соціальне страхування залишилися практично незмінними, що свідчить про те, що компанії покладаються переважно на економічні стимули. Незважаючи на постійне зростання заробітної плати та витрат на робочу силу, працівники не відчули суттєвого збагачення від девальвації національної валюти.

Варто також використовувати низку мотиваційних факторів, які не пов'язані з системами оплати праці та винагород. До них відносяться аспекти мотивації організаційного характеру, такі як ротація робочих місць, розширення та збагачення робочих місць, групові форми в організації.

Участь персоналу в управлінні (як один з елементів прав та обов'язків персоналу) має суттєвий мотиваційний ефект. Часто інші форми неорганізаційної мотивації також мають вплив як елементи нематеріальної мотивації. Прикладом може бути розмова з коучем (щодо оцінювання роботи та зауважень). Не менш мотивуючим є створення партнерських команд, де усувається ієрархічна залежність між керівниками та іншими членами. Ставши співпартнером, керівник втрачає право втручатися в роботу інших членів і виконує лише функцію зовнішнього «презентатора» команди - регулярно або час від часу (залежно від ситуації). Співробітники більше не залежать від менеджера.

Також можуть бути використані такі мотиватори, як надання службового автомобіля або мобільного телефону. Нематеріальні потреби також мають значний вплив на мотивацію, такі як задоволення від роботи, усвідомлення потенціалу успіху, цінність участі у спільних зусиллях з порятунку компанії від кризи, а також участь у «тому, що дійсно має значення».

Отже, ефективно розроблена система мотивації персоналу, що складається з матеріальної та нематеріальної складових, дозволить підвищити ефективність діяльності підприємства та його конкурентоспроможність.

ЕКОЛОГІЧНА СВІДОМІСТЬ ПІДПРИЄМНИЦТВА

І. М. КУЛІШ, к. держ. упр., с.н.с.

ДУ «Інститут регіональних досліджень ім. М. І. Долишнього НАН України»

Необхідність екологічної свідомості у підприємців є важливим аспектом у світі, де сталий розвиток та збереження довкілля стали ключовими пріоритетами. Підприємці відіграють значну роль у формуванні економічного середовища, їх рішення впливають на екологічний не лише на локальному або регіональному рівнях, але і в цілому на стан країни. У цьому контексті екологічна свідомість виступає необхідним інструментом досягнення балансу між бізнесом і збереженням навколишнього середовища.

Характерною ознакою сьогодення є те, що загальнолюдські цінності набувають нової якості — до них висуваються вимоги збереження природного середовища на планеті Земля як необхідної умови існування людства. Тим самим

екологічна свідомість повинна базувати ся на нових екологоетичних нормах як компонентах нової екологічної культури [1, с. 162].

Для сучасного виробництва процеси, які мінімізують негативний вплив на навколишнє середовище, стають все більш важливими. Це досягається шляхом підвищення енергоефективності за рахунок низького споживання чистої та відновлюваної енергії [2].

Екологічно усвідомлений бізнес може приносити підприємцям економічний зиск у довгостроковій перспективі. Інвестиції в енергозберігаючі технології, зменшення викидів та впровадження зелених практик не лише сприяють скороченню негативного впливу на навколишнє середовище, а й дозволяють знижувати витрати на енергію та ресурси, що зрештою збільшує прибутковість підприємства.

Якщо дохід від інвестицій, накопичений протягом нормативного терміну служби енергоощадного обладнання не перевищує інвестиційних витрат, для забезпечення окупності потрібно частину амортизаційних відрахувань відносити на собівартість продукції і закладати їх у ціну. І якщо ця частина буде відповідати різниці між величиною інвестицій і згенерованим ними доходом за нормативний термін експлуатації обладнання, то період окупності інвестицій буде рівним нормативному терміну експлуатації обладнання [3, с. 105].

Екологічна свідомість також відповідає принципам соціальної відповідальності бізнесу. Підприємці, які приділяють увагу екологічним аспектам своєї діяльності, демонструють турботу про добробут суспільства та майбутніх поколінь. Це сприяє зміцненню іміджу компанії в очах споживачів та інвесторів.

Впровадження екологічно ефективних технологій та методів зазвичай стає джерелом інновацій, що, у свою чергу, підвищує конкурентоспроможність компанії. Підприємства, які активно впроваджують зелені практики, залучають більше клієнтів та інвесторів, які готові підтримувати екологічно відповідальні бренди.

У статті 68 Закону України «Про охорону навколишнього природного середовища» прописана відповідальність за порушення екологічного законодавства і, у залежності від порушення існує дисциплінарна, адміністративна, цивільна та кримінальна відповідальність [4]. Таким чином, з посиленням екологічного законодавства підприємствам стає все важливіше дотримуватись норм і стандартів у галузі охорони навколишнього середовища. Екологічна свідомість допомагає підприємцям уникнути штрафів та проблем із законом, забезпечуючи дотримання вимог та нормативів.

Екологічна свідомість також спрямована на дбайливе використання природних ресурсів. Бізнесмени, скорочуючи витрати на енергію, воду та інші ресурси, не тільки знижують негативний вплив на навколишнє середовище, а й забезпечують стійкість свого бізнесу в умовах обмеженості ресурсів.

Підприємці, які виявляють екологічну свідомість, стають лідерами у своїй галузі та надихають своїм прикладом інших бізнесменів на впровадження зелених практик. Рівень екологічної обізнаності у суспільстві зростає, і

підприємства, які активно беруть участь у цьому процесі, завжди можуть розраховувати на підтримку з боку споживачів та суспільства загалом.

У результаті екологічна свідомість у підприємців необхідна не тільки для збереження природи, але й для забезпечення стійкості та процвітання їх бізнесу у довгостроковій перспективі. Це взаємовигідне прагнення стійкого розвитку, що сприяє створенню більш відповідального та етичного бізнесу.

Список використаних джерел:

1. Бойко І. І. Концептуальні виміри екологічної свідомості. Біоресурси і природокористування. 2013. Т. 5. № 1-2. С. 161-168.

2. Pimenov D. Y. Resource saving by optimization and machining environments for sustainable manufacturing: A review and future prospects. Renewable and Sustainable Energy Reviews. 2022. Vol. 166. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1364032122005524>.

3. Самуся О.В., Касьяненко Л.В., Романюк Н.Н. Оцінка окупності інвестицій у енергозберігаючі технології. Економічний вісник, 2017. № 2. С. 101-106.

4. Про охорону навколишнього природного середовища : Закон України від 25 червня 1991 р. № 1264-ХІІ. Офіційний веб-сайт Верховної ради України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1264-12#Text>.

ОЦІНЮВАННЯ ТА АНАЛІЗ ІНВЕСТИЦІЙНИХ РИЗИКІВ ЗА ДОПОМОГОЮ МЕТОДІВ ДЕСКРИПТИВНОЇ СТАТИСТИКИ

*Д. І. ЛЮБОВЕЦЬКА, здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти
Львівський національний університет імені Івана Франка*

Інвестиційні ризики підприємств можуть різнитися залежно від виду діяльності, якою вони займаються. Залежно від галузі підприємствам притаманний той чи інший ризик різною мірою. Проблемам оцінювання інвестиційних ризиків присвячена велика кількість наукових праць, зокрема у [1] використано кластерний аналіз для оцінювання економічних ризиків, у [2,3] розглянуто різні методи статистичного моделювання саме для оцінювання інвестиційних ризиків. На нашу думку, слід проаналізувати який ж вид діяльності є найбільш стабільним за економічними показниками та, відповідно, більш інвестиційно привабливими. Для цього в першу розглянемо показники балансу підприємств у розрізі видів діяльності за останній рік, за який вже опубліковано звітність.

Максимальне, мінімальне та середнє значення для показників балансу подано у табл.1.

Найвищі показники балансу кількість активів та пасивів має вид економічної діяльності «Промисловість», а найменшу «Освіта». Середнє значення балансу майже у 5 разів менше за максимальне та майже у 110 разів більше за мінімальне, що говорить про неоднорідність сукупності та показників.

Таблиця 1 – Максимальне, мінімальне та середнє значення показників балансу підприємств у розрізі видів економічної діяльності за 2021 рік

	Актив		Пасив			
	Необоротні активи	Оборотні активи	Власний капітал	Довгострокові зобов'язання і забезпечення	Поточні зобов'язання і забезпечення	Баланс
Максимальне значення	2050983	2620675	1160121	739976	2773390	4673516
Мінімальне значення	4189	3549	1898	107	4933	8546
Середнє значення	376717	560793	274223	122772	540754	938033

Джерело: розраховано на основі даних [4]

Велика кількість активів свідчить про те, що галузь має значні ресурси для здійснення своєї діяльності і може мати більше можливостей для залучення додаткових інвестицій. Також це означає, що для галузі характерні значні запаси сировини, матеріалів та іншого необхідного обладнання для виробництва продукції, як, наприклад, у промисловості.

Активи можуть бути індикатором фінансової стійкості компанії, що може зробити її більш привабливою для потенційних інвесторів та кредиторів.

Велика ж кількість пасивів свідчити про те, що компанія має значну кількість зобов'язань перед кредиторами та іншими сторонами, а також може мати велику кількість заборгованостей та інших фінансових зобов'язань.

Наприклад, пасиви компанії можуть включати борги перед банками та іншими кредиторами, несплачені рахунки та податки, невиконані зобов'язання перед постачальниками, пені за прострочену платіжну дисципліну та інші зобов'язання.

Велика кількість пасивів може свідчити про те, що компанія може мати фінансові проблеми та затримки у виконанні зобов'язань, що може негативно вплинути на її фінансову стійкість та здатність залучати нові інвестиції.

Проте, велика кількість пасивів не завжди є ознакою фінансових проблем, оскільки пасиви можуть бути також свідченням активної інвестиційної політики та стратегії розвитку. Для оцінки фінансового стану компанії необхідно досліджувати не тільки кількість пасивів, але і їхню природу, строк погашення та інші фінансові показники компанії.

Отже, розглянувши показники балансу підприємств у розрізі видів економічної діяльності, можна дійти до висновку, що хоч і в промисловості велика кількість поточних та довгострокових зобов'язань – цей вид діяльності є

інвестиційно привабливим, адже аналогічно велика кількість активів свідчить про активну діяльність та розвиток підприємств у цій галузі. Тому даний вид діяльності є найбільш інвестиційно привабливим.

В той самий час, як низькі показники балансу виду діяльності «Освіта» свідчать про нестабільність, малу маржу та низьку прибутковість і розвиток даної галузі, що може відштовхнути потенційних інвесторів. Хоча з іншої сторони, у цьому виді економічної діяльності не така висока конкурентність, як у промисловості та більше можливостей для розвитку.

Протягом останніх 5 років кількість необоротних та оборотних активів зростає у 1,5 рази, а власного капіталу – більш ніж у 2 рази. Така динаміка є позитивною і свідчить про розвиток та стабільність даної галузі.

Промисловість має досить високі показники балансу і це свідчить про фінансову стійкість та успішність даного виду економічної діяльності.

Зростання активів свідчать про значний обсяг виробництва та високу масштабність підприємств у цій галузі.

Тому, враховуючи показники балансу, промисловість – є привабливою для інвестування.

Слід зауважити, що оцінювання та моделювання інвестиційних ризиків потребує подальшого вивчення з використанням методів багатовимірного статистичного аналізу, про які детально описано у [5].

Список використаних джерел:

1. Вдовин М.Л., Дідик М.О. Оцінювання економічного ризику регіону за допомогою методів багатовимірної класифікації. Науковий вісник Херсонського державного університету. Сер.: Економічні науки. 2017. Вип. 24 (2). С. 148-151. Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvkhdu_en_2017_24%282%29__35
2. Вдовин М.Л., Брода А.Р. Статистичне моделювання інвестиційних ризиків в умовах ринку. Глобальні та національні проблеми економіки. Випуск 17. 2017. С. 903-908.
3. Вдовин М.Л., Березяк І.М. Оцінювання інвестиційних ризиків за допомогою статистичних ігор на прикладі Львівської області та України. Вісник соціально-економічних досліджень.: зб. наук. пр. Вип.3 (54). 2014. С. 15-22. URL: <http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/handle/123456789/3564>
4. Офіційний сайт: Головне управління статистики у Львівській області URL: <https://www.lv.ukrstat.gov.ua/>(дата звернення: 04.01.2024)
5. Вдовин М. Методи статистичного моделювання економічних процесів: критичний огляд. Східна Європа: економіка, бізнес та управління. 2023. № 1. С. 79–84.

СТРАТЕГІЇ МІНІМІЗАЦІЇ РИЗИКІВ ДЛЯ РІЗНИХ СУБ'ЄКТІВ БІЗНЕСУ

Ю. А. ЛИТВИН, магістр

Львівський національний університет імені Івана Франка

Керування ризиками, спроба їхньої мінімізації є невід'ємною частиною діяльності суб'єктів бізнесу. Дослідження проблем ризикології, оцінювання та моделювання ризиків присвячена низка наукових праць, зокрема [1,2]. Про нелінійні підходи у економічних дослідженнях описано у [3], а про оцінку інвестиційних ризиків у [4,5,6]. Однак, доцільно також охарактеризувати різні стратегії зменшення ризиків, їх моделювання тощо.

Теоретико-ігрове моделювання суб'єктів бізнесу в різних регіонах України за показниками ризику є інноваційним підходом, спрямованим на розуміння та оптимізацію стратегічних взаємодій у бізнес-середовищі. Ця модель дозволяє систематично досліджувати вплив різноманітних ризиків, таких як економічні труднощі, фінансові коливання, політична нестабільність, соціокультурні виклики та екологічні аспекти, на стратегічні рішення суб'єктів бізнесу.

Модель враховує різні стратегії, які приймаються підприємствами для зменшення ризиків та оптимізації їхнього впливу на діяльність. Вона розглядає взаємодію між суб'єктами бізнесу та регіональними чинниками, враховуючи конкурентні та співпрацівницькі аспекти.

Одним із ключових елементів моделі є аналіз ймовірностей виникнення ризикових подій та розробка стратегій управління ризиками. Врахування цих факторів дозволяє суб'єктам бізнесу адаптуватися до змін у різних регіонах та приймати оптимальні рішення в умовах невизначеності.

Аналіз теоретико-ігрової моделі надає можливість прогнозувати вплив різних ризиків на діяльність підприємств та розробляти ефективні стратегії ризик-менеджменту для підтримання стійкості та конкурентоспроможності бізнес-середовища в умовах різноманітних регіональних викликів.

У сфері управління ризиками, підприємець може вибирати серед різних стратегій. По-перше, він може акцентувати увагу на зменшенні внутрішніх ризиків, пов'язаних з власною діяльністю в Україні. По-друге, він може дивитися за кордон та розглядати можливості інвестування в економіку інших країн. По-третє, підприємець може розглядати використання механізмів офшорних зон для оптимізації ризиків та оподаткування.

В межах кожної з цих стратегій важливо враховувати різні варіанти ризиків. Внутрішні фактори, такі як оперативні ризики чи фінансова нестабільність, можуть бути керовані в межах підприємства. Зовнішні ризики, такі як політична нестабільність чи зміни у законодавстві, можуть вимагати стратегій адаптації та мінімізації впливу.

Ретельний аналіз ризиків та розробка ефективних стратегій дозволять підприємцеві зберегти стійкість свого бізнесу в умовах невизначеності та мінімізувати можливі втрати.

Суб'єкти бізнесу в Україні можуть вибрати різні стратегії для мінімізації ризиків, пов'язаних з політичною та економічною нестабільністю. Три можливі стратегії розглянуто у табл.1.

Ці стратегії можуть використовуватися окремо чи в комбінації, залежно від конкретних умов та особливостей бізнесу. Важливо, щоб суб'єкти бізнесу постійно відслідковували зміни у політичному та економічному середовищі та адаптували свої стратегії відповідно до нових умов.

Розглянемо можливі шляхи зменшення економічних ризиків суб'єктів бізнесу як динамічну гру. На першому етапі визначаються оптимальні рішення щодо покращення становища підприємства:

Стратегія 1: Диверсифікація географічного портфеля

Стратегія 2: Створення ефективних стратегій ризик-менеджменту

Стратегія 3: Взаємодія з громадськістю та участь в громадських На другому етапі суб'єкт бізнесу, тобто гравець розглядає різні можливості для стратегії та вибирає найвигіднішу для себе.

Теоретико-ігрова модель може бути представлена у вигляді матриці взаємодії між суб'єктами бізнесу та різними стратегіями, які вони обирають. В даному випадку, ми розглядаємо три стратегії: диверсифікація географічного портфеля, створення ефективних стратегій ризик-менеджменту та взаємодія з громадськістю та участь в громадських ініціативах. Давайте створимо матрицю, використовуючи дані про рентабельність п'яти регіонів та три обрані стратегії. Матрицю можна побудувати, використовуючи величини рентабельності як виграші або програші для кожного суб'єкта відповідно до обраної стратегії ініціативах.

Таблиця 1 - Матриця виграшів або програшів суб'єктів бізнесу в залежності від вибору стратегії

Регіон	Диверсифікація географічного портфеля	Створення ефективних стратегій ризик-менеджменту	Взаємодія з громадськістю та участь в громадських ініціативах
Захід	-43,8	-41,2	77,3
Північ	-76,1	-46,8	58
Центр	10,4	-24,4	36,8
Південь	99,3	-99,3	47,2
Схід	104,1	-105,6	61,6

Джерело: Обчислено на основі даних Державної служби статистики України [7].

Матриця виграшів, побудована на основі рентабельності для 2021 та 2022 років та трьох обраних стратегій, надає можливість зрозуміти вплив вибору стратегій на рентабельність різних регіонів.

Захід та Північ: За обраної стратегії «Взаємодія з громадськістю та участь в громадських ініціативах», західний та північний регіони можуть очікувати значний позитивний ефект на рентабельність. Це виграш відзначає високу

ефективність обраної стратегії для цього регіону. В той час як вибір стратегії 1 чи стратегії 2, не принесуть регіонам позитивних результатів.

Центр: Для центрального регіону що стратегія «Диверсифікація географічного портфеля» що «Взаємодія з громадськістю та участь в громадських ініціативах» призводить до позитивного впливу на рентабельність. Знову ж таки, це може вказувати на те, що дані стратегія є оптимальними для цього регіону і варто звернути увагу на обидві.

Південь: Обрана стратегія «Диверсифікація географічного портфеля» призводить до значного позитивного впливу на рентабельність південного регіону. Це може вказувати на великий успіх цієї стратегії в умовах даного регіону.

Схід: Для східного регіону важко вибрати правильну стратегію, оскільки ситуація вкрай складна. Наше дослідження показало, що безумовно варто обрати стратегію «Диверсифікація географічного портфеля» та звернути увагу на стратегію «Взаємодія з громадськістю та участь в громадських ініціативах», що потенційно призведе до позитивного впливу. Виграш відзначає ефективність обраної стратегії для цього регіону.

Узагальнюючи, вибір стратегії має великий вплив на рентабельність кожного регіону. Розуміння, як кожна стратегія впливає на конкретний регіон, допомагає приймати обґрунтовані рішення та максимізувати прибутковість умовних суб'єктів (регіонів) в грі.

Список використаних джерел:

1. Вдовин М.Л., Дідик М.О. Оцінювання економічного ризику регіону за допомогою методів багатовимірної класифікації. Науковий вісник Херсонського державного університету. Сер.: Економічні науки. 2017. Вип. 24 (2).С. 148-151. Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvkhdu_en_2017_24%282%29__35

2. Вдовин М.Л., Данилюк Л.Г., Лелик Л.І., Березяк І.М., Мельник С.М. Моделі та методи оцінювання економічних ризиків у різних функціональних сферах бізнесу: монографія. Львів.: ННБК «АТБ», 2015.

3. Зомчак Л., Вдовин М. Нова економіка в контексті нелінійних економічних підходів // Вісник Львівського університету. Серія економ. Вип. 48. Львів, 2012. С. 211-214.

4. Вдовин М.Л., Брода А.Р. Статистичне моделювання інвестиційних ризиків в умовах ринку. Глобальні та національні проблеми економіки. Випуск 17. 2017. С. 903-908.

5. Вдовин М.Л., Березяк І.М. Оцінювання інвестиційних ризиків за допомогою статистичних ігор на прикладі Львівської області та України. Вісник соціально-економічних досліджень.: зб. наук. пр. Вип.3 (54). 2014. С. 15-22. URL: <http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/handle/123456789/3564>

6. Солнцев С. О. Овчиннікова А.В. Комплексна оцінка інвестиційних ризиків на основі аналізу чинників маркетингового середовища. Проблеми системного підходу в економіці. 2010. № 2. URL: <http://www.nbuv.gov.ua/e-journals/pspe/index.html>

7. Офіційний сайт: Головне управління статистики у Львівській області URL: <https://www.lv.ukrstat.gov.ua/>(дата звернення: 04.12.2023)

РОЛЬ ПІДПРИЄМНИЦТВА У РОЗВИТКУ МОЛОДІЖНОГО РИНКУ ПРАЦІ

П. П. НЕСЕНЕНКО, д. е. н., доцент

А. В. ЛЯШЕНКО, здобувачка першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
Одеський національний економічний університет,

Розвиток та життєздатність економіки, особливо в умовах кризи, значною мірою залежить від стану ринку праці, його тенденцій, гнучкості й адаптивності до нових умов. Ефективне функціонування ринку праці визначає виробничий потенціал і конкурентоспроможність національної економіки, стимулює інновації, підвищує рівень життя та сприяє загальному економічному зростанню.

Розвиток підприємництва в Україні став особливо актуальним в умовах економічної кризи, що виникла через різкі зміни на світовому ринку та внутрішні виклики. Підприємства стали ключовим елементом, сприяючи стабілізації економіки та соціально-економічному відновленню, окрім того вони є важливим елементом економічного зростання та створення робочих місць. Під час кризи, підприємницька активність виявляється через розробку нових стратегій та підходів до виробництва, адаптацію до змін у попиті та впровадження інновацій. Стартапи та малі підприємства грають особливо важливу роль, привносячи гнучкість та креативність в економічне середовище.

Підприємництво має значний вплив на ринок праці, відіграючи ключову роль у створенні нових робочих місць, забезпеченні економічного росту та підвищенні рівня зайнятості. Створення нових робочих місць дає можливість для зайнятості населення, що сприяє зниженню рівня безробіття та підвищенню рівня зайнятості.

Велике значення для економіки має стимулювання підприємництвом економічного розвитку, що призводить до зростання попиту на працю в різних галузях. Бізнес та підприємства, розширюючись, вносять свій внесок у формування внутрішнього ринку праці [2].

Крім того, підприємництво часто визначається інноваційністю, рівень якої в Україні достатньо низький. Впровадження нових технологій та підходів може вимагати висококваліфікованої робочої сили, що сприяє розвитку спеціалізованих секторів ринку праці. Досвід розвинених країн світу підтверджує важливість наявності в будь-якій національній економіці висококонкурентно спрямованого інноваційного підприємницького сектору.

Нарешті, підприємництво викликає попит на різні типи робочих навичок та знань, що сприяє диверсифікації ринку праці. Змінюючи структуру зайнятості, підприємства створюють різноманітні можливості для індивідуального та професійного розвитку працівників.

Молодь є особливим сегментом ринку праці, який залучаючи свою мобільність та високий інтелектуальний потенціал стає рушійною силою економіки та може вплинути на суспільний прогрес, визначаючи майбутнє держави та суспільства. Впливаючи на ринок праці в цілому, підприємництво безпосередньо впливає на молодь на даному ринку.

Молодіжний ринок праці сьогодні має ряд серйозних проблем. Високий рівень безробіття, низька доступність стабільних робочих місць та конкуренція за обмежені можливості є ключовими викликами. Невідповідність між вимогами роботодавців та набутими навичками, а також низька оплата праці, створюють умови для важкого входження молоді на ринок праці. Крім того, нестабільні економічні умови та вплив технологічних змін посилюють дані проблеми [4].

Науковці виділяють два перспективні напрями, за допомогою яких підприємництво може вирішити проблему зайнятості молоді:

1. Саморозвиток особистості: підприємництво як двигун економічного росту та елемент створення нових робочих місць – це підприємці різного віку, які створюють і розвивають власне підприємництво та які в майбутньому створюють робочі місця для молоді;

2. Пошук засобів для існування: підприємництво для молоді виступає як створення нових робочих місць для працівників з достойною системою оплати роботи та як засіб до існування та роботи для себе [1].

Розвиток підприємництва надає значні можливості молоді на ринку праці, сприяючи особистому та професійному розвитку. Підприємництво надає молоді можливість реалізувати свої ідеї та втілити в життя власні проекти, зокрема це може відбуватись за рахунок програм грантів для стартапів. Вони стимулюють та підтримують талановитих молодих підприємців, допомагаючи їм перетворити ідеї в реальність. Також участь у підприємницьких ініціативах надає молоді можливість вивчати підприємницькі навички, такі як управління проектами, фінанси, маркетинг і комунікації. Ці навички можуть бути корисними в різних сферах життя.

Іноземний досвід показує, що окрім грантів, широкої популярності в світі набувають програми співпраці між підприємствами та закладами вищої освіти, або програми стипендій з подальшим працевлаштуванням. Ці програми є стратегічним партнерством між бізнесом та освітніми установами, що спрямоване на забезпечення кращої підготовки здобувачів освіти для ринку праці і залучення їх до роботи відразу після отримання освіти.

Спонсорські підприємства фінансують навчання здобувачів освіти або пропонують їм стипендії для оплати витрат на освіту. У зворотному випадку, молоді люди, що отримали таку фінансову підтримку, зобов'язуються працювати на підприємстві, яке їх спонсорувало, протягом певного періоду після завершення навчання.

Така співпраця, зрозуміло, є вигідною для обох сторін. З одного боку, підприємство отримує доступ до висококваліфікованих кадрів, які вже мають знання та досвід, а здобувачі освіти, у свою чергу, отримують можливість вивчати практичні аспекти свого майбутнього робочого місця та мають гарантоване працевлаштування після закінчення навчання. Це партнерство допомагає зменшити градієнт між освітою та ринком праці, робить навчання більш практичним та орієнтованим на реальні потреби ринку, а також сприяє підвищенню зайнятості випускників.

Дослідження демонструють, що сучасна українська молодь все частіше обирає самозайнятість та відкриття власного бізнесу, як спосіб реалізації себе на ринку праці, відхиляючи варіант роботи за наймом [4].

Цей тренд обумовлений кількома факторами, серед яких, перш за все, бажання контролю над власним професійним життям та робочим графіком, яке мотивує молодь шукати альтернативні форми зайнятості, де вони можуть більше впливати на своє трудове середовище. Сучасна технологічна інфраструктура надає молодим підприємцям можливість створити та розвивати бізнес в онлайн-середовищі, що спрощує старт та дозволяє долучити аудиторію з усього світу [3].

Відкриття власного бізнесу не лише задовольняє індивідуальні творчі потреби молоді, але і сприяє створенню додаткових робочих місць. Молодь, яка вибирає шлях підприємництва, забезпечує себе роботою, але також стає роботодавцем, сприяючи розвитку місцевого господарства та зменшенню безробіття в своєму регіоні.

В цілому, молодіжне підприємництво стає для молоді не лише формою працевлаштування, але й інструментом для творчої самореалізації. Державі слід активно підтримувати і сприяти молодіжному підприємству, враховуючи його важливий внесок у створення нових робочих місць, стимулювання інновацій та формування конкурентоспроможної економіки.

Для ефективного розвитку підприємництва та покращення ситуації з зайнятістю на ринку праці молоді, державі доцільно запровадити наступні дії:

1. Надати фінансову підтримку, консультації та доступ до ресурсів, які допоможуть молодим підприємцям створювати та розвивати свої бізнеси.

2. Розвивати освіту та навчання підприємницьким навичкам, скоригувати навчальні програми, щоб сформовані навички відповідали запитам роботодавців, а також включали підприємницькі аспекти, необхідні для успішного ведення бізнесу та формуванню майбутніх підприємців.

3. Встановити тісну взаємодію між закладами освіти та підприємствами, що дозволить молоді здобувати практичний досвід та знання, що відповідають вимогам ринку праці.

4. Створити сприятливе середовище для бізнесу через розвиток інфраструктури, залучення інновацій, технологічний розвиток та спрощення адміністративних процедур.

5. Стимулювати підприємства до участі у соціально відповідальних проектах та ініціативах, що може позитивно впливати на їхню репутацію та відносини з громадою.

Підсумовуючи, можна зазначити, що підприємництво є ключовою сферою економіки і відіграє важливу роль на молодіжному ринку праці та на ринку праці в цілому, ефективно функціонування якого є запорукою сталого соціально-економічного розвитку країни. Ця роль визначається численними аспектами, що охоплюють економіку, освіту та соціальні сфери. Державі необхідно сприяти розвитку підприємництва та його підтримці, створювати відповідні умови для його ефективного функціонування, як важливого елемента економічного зростання.

Список використаних джерел:

1. Боровік Л. В., Петренко В. С., Карнаушенко А. С. Роль шкільної освіти в розвитку молодіжного підприємництва. *Ефективна економіка*. 2021. № 3.
2. Гнатенко І. А., Сухомлин Л. В., Бачкір І. Г., Парохненко О. С. Моделювання пріоритетів управління інфраструктурою підприємництва з урахуванням ринку праці в умовах зміни споживчих переваг та цифровізації. *Ефективна економіка*. 2021. № 9.
3. Капліна А. І. Молодіжне підприємництво: проблеми та шляхи їх вирішення. *Ефективна економіка*. 2020. № 11.
4. Молодіжний сегмент ринку праці України в період повномасштабної війни. URL: <https://niss.gov.ua/news/komentari-ekspertiv/molodizhnyu-sehment-rynku-pratsi-ukrayiny-v-period-povnomasshtabnoyi-viyny>

THE ROLE AND PROSPECTS OF SMALL BUSINESSES IN THE ECONOMY OF UKRAINE

Y. FEDOTOVA, Candidate of Economic Sciences (Ph. D.), Docent
V. IVANOV, Postgraduate Student
Beketov National University of Urban Economy in Kharkiv

It is impossible to imagine the modern development of the global, national, and regional economies without the intensification of entrepreneurship. Investment in small businesses is an important component of the state's economic growth as a whole and in individual regions, which is confirmed by the successful practice of many countries worldwide. Small enterprises saturate the consumer market with consumer goods, provide the able-bodied population with additional jobs, and therefore positively impact the socio-economic situation of a particular region and the country and contribute to solving several social problems. The priority direction of development of the leading countries of the world is comprehensive state support for small businesses. Therefore, a thorough analysis of the essence and role of small businesses in developing the national and regional economies is relevant.

Based on the current Law of Ukraine known as «On the Development and State Support of Small and Medium-Sized Enterprises in Ukraine», micro-entrepreneurship entities are individuals who are registered as individual entrepreneurs. They must have an average number of employees for the reporting period (a calendar year) not exceeding 10 people while the annual income from any activity must not exceed the amount of EUR 2 million, determined at the average annual exchange rate of the National Bank of Ukraine. This category also includes legal entities of any organizational and legal form and form of ownership. These entities must have an average number of employees not exceeding 10 people, and their annual income from any activity must not exceed the amount equivalent to 2 million euros, determined at the average annual exchange rate of the National Bank of Ukraine [1].

Small business entities are individuals who have been legally registered as individual entrepreneurs. They have an average of 50 or fewer employees during a

calendar year and earn an annual income from any activity that does not exceed the amount equivalent to ten million euros at the exchange rate of the National Bank of Ukraine. Legal entities, including business entities of any organizational and legal form and ownership, are also considered small business entities if they have an average of 50 or fewer employees during a calendar year and earn an annual income from any activity that does not exceed the amount equivalent to 10 million euros, determined at the average annual exchange rate of the National Bank of Ukraine [1].

It is important to note that small enterprises have certain advantages over large businesses. These include high mobility, a flexible production structure, simplified organizational and managerial relationships, narrow specialization of business types, a focus on areas of activity that are unprofitable or unattractive to large business structures, the promotion of free competition, adaptability to changing market conditions, and the ability to implement innovative technologies. Small businesses have their own set of challenges, including lower profitability, heightened competition, and limited financial resources for implementing new technologies and innovations. These factors often lead to a high rate of bankruptcy and business renewal in the small business sector.

Small and medium-sized businesses play important roles in the state's economy by carrying out specific socio-economic functions [2].

Firstly, it contributes to the processes of demonopolization, privatization, and denationalization of the economy, and stimulation of economic competition through the formation of many market entities.

Secondly, it promotes the involvement of material, natural, financial, human, and information resources in economic turnover, which is beyond the attention of large companies.

Thirdly, it improves the market situation by regulating demand, supply, and price levels. It also partially compensates for supply losses during the restructuring of large companies. Additionally, it caters to the individualization of supply and differentiation of demand, market saturation, and satisfaction of specific needs of local consumers.

Fourthly, outsourcing the production of small-scale and piece products can benefit enterprises by freeing them from unprofitable operations that cater to individual demands. This can lead to increased efficiency in their overall activities. Additionally, for large companies, collaborating with small businesses can provide greater production flexibility and reduce commercial risks.

Fifthly, it provides additional jobs and places for employees who were left without a job after the restructuring of large enterprises.

Sixthly, it stimulates the increase in business activity of the population and the development of the middle class, which constitutes the social basis of economic reforms and ensures the stability of society.

Seventhly, it reduces social tension by weakening property differentiation and increasing the incomes of the population.

Eighth, it increases the flexibility of the national economy and market supply by the current conditions of an open economy.

Ninthly, it contributes to the process of democratization of society, and rationalization of the system of economic organization and management.

The operating environment for small enterprises in Ukraine is highly unstable and unpredictable. As a result, external instability can cause significant losses or even bankruptcy for these enterprises. Unfortunately, small enterprises have limited opportunities to defend their interests in state authorities and local governments, which creates unequal conditions for economic activity. Moreover, small enterprises frequently face problems related to taxation, regulatory, and administrative barriers in management bodies of executive power and local self-government. These issues are often challenging to overcome and considerably complicate their operations. Small businesses must continuously compete for survival and are compelled to adapt and develop in response to current market conditions.

At the present stage, it is possible to identify priority areas for starting a small business. There are the next [3, p. 581]:

- opening an online store has advantages, including small investments and a quick payback period;
- organizing a food delivery service is a promising business as office workers prefer to order lunch at their workplace to save time visiting a restaurant;
- a franchise business offers the advantage of a quick start, proven methods for organizing work, and attracting customers;
- educational courses relevant to the dynamic labor market require qualified personnel.

The effective functioning of small businesses and optimal conditions for their development should become a government priority, as the economic and social development of Ukraine depends on it.

Literature:

1. Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні : Закон України від 03 вересн. 2023 р. № 4618-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4618-17#Text> (дата звернення: 17.01.2023).

2. Козак А. Р., Гевлич Л. Л. Роль та місце малого бізнесу в економіці України та світу. URL: <https://cutt.ly/GwKnJUc6> (дата звернення: 17.01.2023).

3. Лозовський О.М., Яремко А.О. Основні тенденції розвитку малого бізнесу в Україні. *Економіка та управління підприємствами*. 2017. Випуск 13. С. 578 – 582.

ЕВОЛЮЦІЯ КОНЦЕПЦІЇ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

Д. С. СІМОНОВ, аспірант
Університет імені Альфреда Нобеля

У 1980-х роках виникла активна дискусія щодо екорозвитку та необхідності розвитку, який не завдає шкоди природі. "Всесвітня стратегія охорони природи" (ВСОП), ухвалена у 1980 році за ініціативою ЮНЕП, Міжнародного союзу охорони природи (МСОП) і Всесвітнього фонду дикої природи, вперше визначила концепцію стійкого розвитку на міжнародному рівні. Друге видання ВСОП, "Турбота про планету Земля — Стратегія стійкого

життя", з'явилося у жовтні 1991 року, і в ньому відзначено, що розвиток має ґрунтуватися на збереженні живої природи, захисті структури, функцій і різноманітності природних систем Землі, від яких залежать біологічні види. Основними принципами є збереження систем життєзабезпечення, підтримка біорізноманітності та стійке використання поновлюваних ресурсів, що визначається як обов'язковий етап для досягнення стійкого розвитку. Паралельно з цим почали з'являтися дослідження з екологічної безпеки як невід'ємної складової національної і глобальної безпеки [1].

Початок ХХІ ст. характеризувався істотним погіршенням стану довкілля та виникненням додаткових екологічних проблем, саме ці причини зумовлюють появу і розвиток концепції сталого розвитку. Ідеї сталого розвитку були офіційно проголошені на Міжнародній конференції з довкілля і розвитку в Ріо-де-Жанейро. Термін «сталий розвиток» в рамках прийняття «Порядку денного на ХХІ століття» визначався як «розвиток, що задовольняє потреби теперішнього часу, не ставлячи під загрозу здатність майбутніх поколінь задовольняти свої власні потреби» [2].

Концепція розвивалась і вдосконалювалася протягом останніх 35 років. Основні аспекти цієї концепції включають економічну стійкість, соціальну стійкість та екологічну стійкість. Загальна ідея полягає в тому, щоб забезпечити розвиток, який задовольняє потреби сучасного суспільства, не зашкоджуючи можливості майбутніх поколінь задовольняти свої потреби.

Концепція сталого розвитку ґрунтується на п'яти принципах.

1. За умови екологізації економіки й суспільного життя людство може надати розвитку суспільства сталого характеру, що відповідає потребам людей сучасного й майбутніх поколінь (принцип екологізації).

2. Обмеження, що існують у галузі експлуатації природних ресурсів, пов'язані із сучасним рівнем техніки і соціальної організації, а також із здатністю біосфери до самовідновлення (принцип еко ресурсної ємності).

3. Необхідно задовольнити елементарні потреби всіх людей і всім надати можливість реалізувати свої надії на благополучне життя (принцип соціальної рівноправності).

4. Необхідно співвідносити споживання з екологічними можливостями планети, зокрема щодо використання енергії (принцип сталого споживання та виробництва).

5. Розвиток людства й природи має відбуватися в їхній постійній взаємодії (принцип ко еволюції) [3].

Перехід глобальної спільноти до моделі сталого розвитку є складним і тривалим процесом. Труднощі виникають, з одного боку, внаслідок протиріччя сучасного розвитку глобальної системи, таких як нерівність між Півднем і Північчю, регіональні конфлікти, що перешкоджають повній реалізації відповідної стратегії. З іншого боку, динаміка світових процесів ускладнює визначення тенденцій, які можуть суттєво вплинути на глобальну ситуацію у найближчому майбутньому. Ці протиріччя постійно призводять до виникнення військових конфліктів, загроз мирові та стабільності, масових порушень прав людини, руйнування навколишнього середовища, зростання злиднів і інших

негативних явищ. Все це наочно демонструє неефективність сучасної світової системи. Глобальні проблеми, вирішення яких виходить за межі компетенції національних урядів, набувають все більшого значення у світових процесах. У таких умовах традиційні політичні, інституційні та адміністративні системи стають неспроможними адекватно та ефективно реагувати на зміни в глобальній ситуації.

Ідея сталого розвитку залишається на сьогоднішній день скоріш ідеологією, ніж завершеним теоретико-концептуальним напрацюванням. Її порівнюють з "філософським каменем", який в історії наукової думки був найсуттєвішим стимулом наукового та соціокультурного розвитку цивілізації. Таким чином, можливо, що феномен сталого розвитку в майбутньому зможе відіграти вирішальне значення, принаймні в подібному сенсі [4].

З вище написаного можна зробити кілька важливих висновків. По-перше, відзначається постійний розвиток і трансформація цієї концепції протягом часу. Починаючи з початкових розглядів екологічних аспектів розвитку, вона поступово розширилася, включаючи економічні та соціальні виміри.

Другий важливий висновок полягає в тому, що у зв'язку з глобалізацією та швидкими змінами в сучасному світі, концепція сталого розвитку стає все більше актуальною та необхідною. Прагнення до балансу між потребами сучасного суспільства, економічною ефективністю та збереженням природних ресурсів виявляється ключовим завданням.

Крім того, важливо відзначити, що еволюція свідчить про потребу в постійному вдосконаленні стратегій та політик для досягнення глобальних цілей. Враховуючи виклики кліматичних змін, виснаження природних ресурсів та соціальні нерівності, важливо продовжувати обговорення та приймати нові ініціативи. Усі ці аспекти свідчать про необхідність динамічного підходу до розуміння та застосування концепції сталого розвитку, щоб забезпечити ефективний вплив на сучасне суспільство та збереження природних ресурсів для майбутніх поколінь.

Список використаних джерел:

1. Концепція сталого розвитку та проблеми функцій сучасних держав // український аналітично-інформаційний часопис «Схід», 2004
2. Програма дій «Порядок денний на XXI століття»: Ухвалена конференцією ООН з навколишнього середовища і розвитку в Ріо-де-Жанейро (Саміт «Планета Земля», 1992 р.): Пер. з англ. — 2-ге вид. — К.: Інтелсфера,
3. Концепція стійкого розвитку суспільства: навч.-метод. посіб. / уклад. О. Г. Лановенко, О. О. Остапішина. — Херсон : ПП Вишемирський В. С., 2013. — С. 111.
4. Екологічна безпека та економіка: монографія / М. І. Сокур, В. М. Шмандій, Є. К. Бабець, В. С. Білецький, І. Є. Мельнікова, О. В. Харламова, Л. С. Шелудченко. — Кременчук, ПП Щербатих О. В., 2020. — 240 с.

МОДЕЛЮВАННЯ ВПЛИВУ ОБОРОТУ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ НА ЗАРОБІТНУ ПЛАТУ

О. КЛОЧНИК, здобувачка вищої освіти

Львівський національний університет імені Івана Франка, м. Львів

Оборот роздрібною торгівлі є важливим економічним показником, який відображає обсяг продажів товарів та послуг населенню. Він є одним із основних джерел доходів для підприємств роздрібною торгівлі, які створюють робочі місця та забезпечують надходження податків до бюджету. Вплив обороту роздрібною торгівлі на заробітну плату є прямим і непрямим. Прямий вплив здійснюється через створення нових робочих місць у роздрібною торгівлі. Чим вищий оборот роздрібною торгівлі, тим більше підприємств працюють у цьому секторі, а отже, створюється більше робочих місць. Непрямий вплив обороту роздрібною торгівлі на заробітну плату здійснюється через зростання доходів населення. Чим вищі доходи населення, тим більше воно витрачає на товари та послуги, що призводить до зростання обороту роздрібною торгівлі. Таким чином, оборот роздрібною торгівлі є фактором, який сприяє зростанню заробітної плати.

Макроекономічне економетричне моделювання базується на застосуванні різних методів, наприклад, просторового та панельного моделювання [1], симультативного моделювання [2, 3], авторегресійного моделювання [4, 5] тощо.

Проаналізуємо взаємозв'язок середньої місячної заробітної плати, грн. (Y) та обсягу обороту роздрібною торгівлі, млрд. грн. (X) на основі статистичних даних, зібраних з офіційної сторінки Державної служби статистики України [6].

Середня заробітна плата та обсяг обороту роздрібною торгівлі взаємодіють між собою. Високий рівень середньої заробітної плати може підтримувати високий рівень споживчих витрат та сприяти зростанню обсягу обороту роздрібною торгівлі, що може підтримувати зростання економіки в цілому.

Середня заробітна плата відображає рівень життя та споживчу здатність населення. Висока середня заробітна плата може підтримувати високий рівень споживчих витрат та сприяти зростанню обсягу обороту роздрібною торгівлі.

Обсяг обороту роздрібною торгівлі відображає загальний обсяг товарів та послуг, що продані в роздріб. Цей показник є дуже важливим, оскільки роздрібна торгівля є одним з основних каналів споживчих витрат населення. Високий обсяг обороту роздрібною торгівлі може свідчити про високий рівень споживчих витрат, що може забезпечити ріст виробництва та зайнятості.

Побудуємо парну лінійну кореляційно-регресійну модель залежності середньої заробітної плати України від обсягу роздрібною торгівлі:

$$y=323,13+153,4 x,$$

де y – середня місячна заробітна плата, грн; x – обсягу обороту роздрібною торгівлі, млрд. грн.

Модель адекватна за Фішером, усі параметри статистично значущі, а відношення детермінації складає 0,94. Загалом, модель коректно описує

залежність між змінними, але логічно припустити, що між ними існує лагова залежність.

Використаємо метод послідовного оцінювання для виявлення довжини лагу у моделі.

Побудуємо аналогічно модель з включенням додаткової факторної ознаки X_{t-1} . Оцінки параметрів P-value менші 0,05, а отже статистично значущі, відношення детермінації дещо зросло – до 0,95.

Побудувавши модель з включенням двох додаткових факторних ознак X_{t-1} та X_{t-2} Бачимо, що оцінки параметрів знову статистично значущі. Відношення детермінації продовжує зростати і становить 0,95, а параметри залишаються статистично значущими.

На четвертій ітерації отримуємо статистично незначущі оцінки параметрів моделі, а отже дистрибутивно-лагова модель матиме вигляд:

$$\tilde{Y}_t = a + b_0 X_t + b_1 X_{t-1} + b_2 X_{t-2} + e_t$$
$$\tilde{Y}_t = -250,97 + 109,53 X_t + 21,82 X_{t-1} + 32,13 X_{t-2}$$

Короткостроковий (впливовий) мультиплікатор у моделі становить $\beta_0 = 109,53$, тобто у поточному періоді збільшення обсягу товарообороту роздрібною торгівлю на 1 млрд грн призводитиме до збільшення середньої заробітної плати на 109,53 грн.

Довгостроковий (загальний) мультиплікатор показує загальний вплив за три періоди (три місяці), $\beta = b_0 + b_1 + b_2$. Отже, загальний вплив зростання обсягу обороту роздрібною торгівлю протягом трьох місяців сприяє збільшенню середньої заробітної плати на 163,48 грн. Стандартизовані значення проміжних мультиплікаторів β_0^* , β_1^* і β_2^* показують пропорцію довгострокового впливу. На поточний період припадає 67% впливу, на попередній місяць – 13,35% й на 2-х місячний період – відповідно 19,65% впливу.

Список використаних джерел:

1. Зомчак Л., Коваль Л. Сталий розвиток регіонів України: просторово-панельний підхід. Інфраструктура ринку. 2022. С. 211-215.
2. Zomchak L. M. Sustainable development of Ukraine as a combination of social, economic and environmental components: structural econometric model of three-pillar approach. IOP Conference Series: Earth and Environmental Science. IOP Publishing. 2023. Vol. 1254. No. 1. P. 012125
3. Зомчак Л. М., Старчевська І. М. Симультаивне моделювання залежності економічного зростання та рівня інфляції України. Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія «Економічні науки». 2022. №1 (105)). С. 78-85.
4. Zomchak L., Lapinkova A. Key Interest Rate as a Central Banks Tool of the Monetary Policy Influence on Inflation: The Case of Ukraine. Advances in Intelligent Systems. Computer Science and Digital Economics IV. Cham: Springer Nature Switzerland. 2023. P. 369-379.
5. Zomchak L., Umrysh H. Modeling and forecasting of meat and eggs producing in Ukraine with seasonal ARIMA-model. Agricultural and Resource Economics: International Scientific E-Journal. 2017. №3(3). P. 16-27.

6. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
(дата звернення: 01.12.2023).

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ КОРПОРАТИВНИХ ІНТЕГРАЦІЙНИХ ОБ'ЄДНАНЬ

ОУ ВЕНЬХАНЬ, здобувач третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти,
асистент-стажист

*Приватний заклад вищої освіти «Східноєвропейський університет
імені Рауфа Аблязова»*

Процес оцінювання ефективності інноваційного розвитку корпоративних інтеграційних об'єднань вимагає аналізу різних аспектів, що враховують як кількісні, так і якісні показники.

Нижче наведено критерії, які можна використовувати для оцінки ефективності інноваційного розвитку корпоративних інтеграцій:

- стратегічна відповідність:

забезпечення того, що інноваційний розвиток корпоративної інтеграції відповідає стратегічним цілям компаній-учасниць;

визначення якісних та кількісних показників, що відображають відповідність розробленим стратегіям;

- фінансові показники:

аналіз фінансових результатів інноваційних проєктів та їх вплив на фінансову стабільність об'єднань;

оцінка витрат та прибутків від інновацій, враховуючи інвестиції та отримані користі;

- технічний прогрес та інновації:

визначення рівня технічного прогресу внаслідок інновацій, таких як впровадження нових технологій, методів виробництва чи інноваційних продуктів;

аналіз кількості та значущості інноваційних проєктів;

- маркетинговий вплив:

оцінка впливу інноваційних рішень на позиції компанії на ринку та здатність задовольняти потреби клієнтів;

аналіз змін у попиті, зростанні частки ринку та реакція конкурентів на інноваційні зміни;

- людський капітал

оцінка готовності та залучення персоналу до інноваційного процесу;

аналіз розвитку навичок та компетенцій співробітників для успішної реалізації інновацій;

- ефективність управління проєктами:

оцінка ефективності управління інноваційними проєктами, зокрема відповідність графікам, бюджетам та виконання поставлених завдань;

- ринкова реакція та гнучкість:

аналіз швидкості та якості реакції об'єднань на зміни на ринку;

визначення рівня гнучкості та адаптивності до змін у бізнес-середовищі;

- здатність до співпраці:

оцінка рівня співпраці між компаніями-учасницями та їх здатність до ефективного об'єднання зусиль для інноваційного розвитку;

- подальший потенціал розвитку:

прогнозування потенціалу інноваційного розвитку для підтримки довгострокових стратегій та забезпечення конкурентоспроможності об'єднань;

- сприйняття інновацій:

вивчення ступеня акцептації інновацій як серед внутрішнього персоналу, так і серед зовнішніх зацікавлених сторін;

- спроможність інтеграції та взаємодії:

оцінка здатності компаній-учасниць ефективно інтегрувати нові інноваційні рішення в їхню загальну стратегію та діяльність;

аналіз ефективності механізмів взаємодії між різними підрозділами та функціональними групами;

- забезпечення якості та безпеки:

врахування впливу інновацій на якість продукції чи послуги, а також на стандарти безпеки та відповідності регуляторним вимогам;

аналіз заходів, спрямованих на забезпечення високої якості та безпеки інноваційних продуктів чи процесів;

- взаємодія з екосистемою:

оцінка здатності корпоративних інтеграцій взаємодіяти з зовнішніми екосистемами, включаючи стартапи, дослідницькі установи та інші партнери;

аналіз результатів спільних ініціатив та проєктів з екосистемою;

- ступінь інноваційного культурного зміни:

визначення рівня культурного змінення в компаніях-учасницях як результату інноваційних ініціатив;

оцінка пристосування персоналу до нових інноваційних реалій та готовності до прийняття ризиків;

- забезпечення сталого розвитку:

вивчення впливу інновацій на екологічну та соціальну відповідальність підприємства;

оцінка внеску інновацій в сталість розвитку та здатність компаній до довгострокового утримання конкурентоспроможності;

- реакція на зміни ринкових умов:

аналіз спроможності корпоративних інтеграцій адаптуватися до непередбачуваних змін на ринку;

визначення готовності та швидкості реагування на нові тренди та вимоги споживачів;

- оцінка ризиків інноваційного розвитку:

визначення ризиків, пов'язаних з інноваційними проєктами та їх вплив на корпоративну інтеграцію.

розробка стратегій мінімізації та управління ризиками.

Дані критерії допомагають створити об'єктивну картину ефективності інноваційного розвитку корпоративних інтеграцій, сприяють прийняттю

управлінських рішень і допомагають визначити напрямки подальших ініціатив для покращення.

Оцінка ефективності інноваційного розвитку корпоративних інтеграцій повинна бути комплексною та враховувати різні аспекти, спрямовані на досягнення стратегічних цілей та забезпечення сталого розвитку підприємства.

Список використаних джерел:

1. Гуцалюк О. М. Інноваційна складова в управлінні ефективністю інтеграційних перетворень корпоративних підприємств. *Вісник Одеського національного університету. Серія: «Економіка»*. 2017. Том 22. Вип. 10 (63). С. 102-108.

2. Попов О.Є. Теоретико-методологічні та концептуальні засади формування організаційно-економічного механізму корпоративного управління : монографія. Харків: ВД «ІНЖЕК», 2009. 390 с.

ВИЗНАЧЕННЯ БАР'ЄРІВ І ДРАЙВЕРІВ ФОРМУВАННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ СТРАТЕГІЇ РЕАЛІЗАЦІЇ КОРПОРАТИВНИХ ІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ

МІНЛЕЙ ЧЕНЬ, здобувач третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти, асистент-стажист кафедри менеджменту і адміністрування
Приватний заклад вищої освіти «Східноєвропейський університет імені Рауфа Аблязова»

Економічна стратегія реалізації корпоративних інтеграційних процесів є складним завданням, оскільки воно містить ряд бар'єрів та драйверів, які впливають на успішність цього процесу та вимагає врахування цих факторів для забезпечення успішного впровадження та досягнення стратегічних цілей компаній.

Формування економічної стратегії реалізації корпоративних інтеграційних процесів – це складне та багатогранне завдання, яке вимагає уваги до різних аспектів, включаючи культурні, фінансові, технічні, соціальні та правові виміри. У цьому контексті, існує низка бар'єрів і драйверів, які впливають на успішність інтеграційних зусиль компаній.

Такі бар'єри як культурні відмінності, правові обмеження, фінансові та технологічні виклики, соціальні опозиції, ускладнюють інтеграційні процеси. Однак правильне управління цими бар'єрами може призвести до формування ефективної стратегії.

Драйвери, які сприяють успіху, включають стратегічні цілі, економічні вигоди, технологічні можливості, ринкову позицію та ефективне управління ризиками. Також важливо враховувати підтримку ключових стейкхолдерів й розвиток людського капіталу.

Розглянемо основні бар'єри формування економічної стратегії реалізації корпоративних інтеграційних процесів:

1. Культурні відмінності: різниця в корпоративній культурі та цінностях між компаніями, що об'єднуються може стати значущим бар'єром. Неузгодженість в підходах до управління та сприйнятті бізнес-процесів може ускладнити інтеграцію.

2. Правові обмеження: різноманітні правові норми та обмеження, які можуть бути пов'язані з ринковою конкуренцією, концентрацією ринку, антимонопольними обмеженнями та іншими аспектами, можуть ускладнити процес інтеграції.

3. Фінансові обмеження: недостатність фінансових ресурсів для реалізації інтеграційних процесів може стати серйозним бар'єром. Вартість злиття та поглиблення, технологічні витрати та інші фінансові аспекти вимагають ретельного планування.

4. Технологічні виклики: несумісність систем і технологій між компаніями може стати технічним бар'єром. Необхідність інтеграції та модернізації інформаційних систем може призвести до значних труднощів.

5. Соціальні аспекти: супротив персоналу та опозиція соціальних груп можуть виникнути через перейменування, зміни в системі управління, або через загрозу збереження робочих місць.

Поряд із цим слід звернути увагу на пріоритетні драйвери формування економічної стратегії реалізації корпоративних інтеграційних процесів, яких більше, ніж бар'єрів та які визначають об'єктивність шляху даного процесу:

1. Стратегічні цілі: визначення чітких стратегічних цілей і корпоративних мета-пріоритетів, які мають бути досягнуті за допомогою інтеграції.

2. Економічні вигоди: визначення можливостей для зростання прибутковості, економії витрат та отримання інших економічних вигод внаслідок інтеграції.

3. Технологічні можливості: використання технологічних переваг та синергій між компаніями для створення інновацій та забезпечення конкурентоспроможності.

4. Ринкова позиція: збільшення ринкової частки та підвищення конкурентоспроможності через реалізацію інтеграційних стратегій.

5. Ефективне управління ризиками: систематичний аналіз та управління ризиками, пов'язаними з інтеграційними процесами для забезпечення успішності інтеграції.

6. Управління змінами: впровадження ефективних стратегій управління змінами для забезпечення успішного впровадження інтеграційних проєктів.

7. Підтримка ключових стейкхолдерів: активна підтримка та залучення ключових стейкхолдерів, включаючи акціонерів, клієнтів, персонал та інші зацікавлені сторони.

8. Розвиток людського капіталу: розвиток та залучення висококваліфікованих кадрів для успішної реалізації інтеграційних стратегій.

Отже, враховуючи комплексність факторів, що впливають на корпоративну інтеграцію, важливо визначити і збалансувати стратегічні цілі та дії, щоб ефективно подолати бар'єри та максимізувати драйвери успіху.

Управління змінами, активна комунікація та систематичний аналіз ризиків також є важливими елементами у формуванні економічної стратегії корпоративних інтеграцій.

Успішна корпоративна інтеграція вимагає не тільки ретельного планування, але й гнучкості, адаптивності та здатності компаній адекватно реагувати на змінні умови ринку та бізнес-середовища. Послідовне вдосконалення, орієнтоване на досягнення стратегічних цілей, є ключовим фактором для створення стабільної та конкурентоспроможної корпоративної структури в умовах сучасного бізнесу.

Список використаних джерел:

1. Гуцалюк О.М. Динамічне обґрунтування інтеграційної стратегії корпоративного розвитку. *Економіка розвитку*. 2017. № 4 (84). С. 67-74.

2. Попов О.Є., Котов А.М., Зайцева Т.Г. Розподіл і реалізація корпоративного контролю при формуванні капіталу акціонерного товариства: монографія. Харків: ВД «Інжек», 2009. 320 с.

ОСОБЛИВОСТІ ПРОВЕДЕННЯ ОЦІНКИ ОРГАНІЗАЦІЇ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ В АКЦІОНЕРНИХ ТОВАРИСТВАХ УКРАЇНИ

ЦЗУСЯНЬ ЛІНЬ, здобувач третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти, асистент-стажист кафедри менеджменту і адміністрування
*Приватний заклад вищої освіти «Східноєвропейський університет
імені Рауфа Аблязова»*

Оцінка організації корпоративного управління в акціонерних товариствах України є важливим етапом для забезпечення ефективності функціонування компаній та захисту інтересів її акціонерів.

В ході оцінки необхідно враховувати вимоги вітчизняного законодавства, визначені стандарти корпоративного управління, а також найкращі практики національних і міжнародних ринків. Результати оцінки слід розглядати як інструмент для виявлення сильних та слабких сторін корпоративного управління та розробки рекомендацій щодо його покращення.

Особливості проведення такої оцінки, на нашу думку, мають включати наступні аспекти:

1. Законодавча база: в Україні існує низка законів та нормативних актів, що регулюють корпоративне управління, такі як Господарський кодекс України, Закон України «Про акціонерні товариства», Закон України «Про товариства з обмеженою та додатковою відповідальністю» та інші. Оцінка повинна враховувати вимоги цих законів та визначати ступінь відповідності компанії їхнім вимогам.

2. Структура управління: оцінка включає аналіз структури органів управління компанією, таких як наглядова рада, правління, комітети, а також розподіл повноважень між ними.

3. Прозорість та звітність: важливим аспектом є наявність ефективної системи звітності та прозорості діяльності компанії перед акціонерами. Це може включати публікації фінансової звітності, інформацію про власність, звіти про роботу органів управління тощо.

4. Захист прав акціонерів: оцінка повинна визначити наявність та ефективність механізмів захисту прав акціонерів. Це включає доступ до інформації, право голосу, право на отримання дивідендів тощо.

5. Корпоративна культура: аналізується наявність корпоративної культури, спрямованої на створення ефективної та стійкої системи корпоративного управління.

6. Ризики та контроль: визначення ризиків, пов'язаних із системою корпоративного управління, та аналіз ефективності механізмів контролю за цими ризиками.

7. Взаємодія із зацікавленими сторонами: оцінка механізмів взаємодії компанії із зацікавленими сторонами, такими як інвестори, партнери, державні органи та інші.

8. Розвиток та навчання: визначення наявності системи навчання та розвитку органів управління для підтримки їхньої компетентності та ефективності.

9. Аудит корпоративного управління: організація аудиту корпоративного управління для перевірки відповідності усіх процедур і політик нормативам та стандартам. Аудит може проводитися внутрішньою або залученим експертом для незалежності.

10. Співробітництво з інвесторами: оцінка механізмів співробітництва та комунікації з інвесторами. Це може включати проведення зустрічей, конференцій, відкритих звітів для забезпечення взаєморозуміння та довіри з боку інвесторів.

11. Механізми комплаєнсу та етики: аналіз наявності та ефективності механізмів комплаєнсу та етики в діяльності компанії. Це може включати внутрішній контроль за дотриманням законів, стандартів та етичних норм.

12. Управління конфліктами інтересів: оцінка політики та механізмів, спрямованих на управління конфліктами інтересів серед учасників корпоративного управління.

13. Моніторинг та оновлення: визначення системи моніторингу та оновлення процедур корпоративного управління відповідно до змін в законодавстві, стандартах та найкращих практиках.

14. Взаємодія із регуляторами: оцінка ефективності взаємодії компанії з регуляторами та відповідність їхнім вимогам.

15. Системи стимулювання та відповідальності: визначення системи стимулювання та відповідальності органів управління з метою забезпечення ефективності та відповідальності за прийняті рішення.

16. Система управління ризиками: оцінка системи управління ризиками, спрямованої на визначення, оцінку та мінімізацію ризиків, пов'язаних з діяльністю компанії.

Оцінка організації корпоративного управління є процесом постійного вдосконалення, орієнтованим на забезпечення стабільності та стійкості компанії, підвищення її конкурентоспроможності та відповідності найкращим міжнародним стандартам корпоративного управління.

Оцінка корпоративного управління має за мету не лише визначити наявні проблеми, але й надати рекомендації щодо покращення ситуації та підвищення рівня відповідності вимогам сучасних стандартів.

Висновок про проведення оцінки організації корпоративного управління в акціонерних товариствах України визначається комплексним аналізом різноманітних аспектів діяльності компаній та взаємодії її органів управління з акціонерами, інвесторами, регуляторами та іншими зацікавленими сторонами. Зазначені аспекти включають юридичні, організаційні, фінансові, етичні та стратегічні аспекти управління.

Експертний висновок даної оцінки має включати такі елементи:

оцінку стану корпоративного управління: ступінь відповідності компанії вимогам законодавства та стандартів корпоративного управління;

огляд виявлення проблем та ризиків: аналіз проблем, які можуть виникнути в процесі управління, та визначення ризиків, які можуть вплинути на діяльність компанії;

рекомендації для покращення: визначення конкретних заходів та стратегій для усунення виявлених проблем та мінімізації ризиків;

заохочення до вдосконалення: підкреслення важливості постійного вдосконалення системи корпоративного управління та встановлення стимулів для впровадження рекомендацій;

сприяння взаємодії з акціонерами та інвесторами: заохочення компанії до активної комунікації та співпраці з акціонерами, інвесторами та іншими зацікавленими сторонами.

Висновок має служити не лише підсумком оцінки, але й вказівником на шляхи подальшого розвитку та вдосконалення системи корпоративного управління для забезпечення стійкості та успішності компанії в умовах сучасного бізнес-середовища.

Список використаних джерел:

1. Гуцалюк О.М. Комплексна оцінка діяльності корпоративного інтеграційного об'єднання. *Інституціональний вектор економічного розвитку*. 2015. Вип. 8 (2). С. 344-353.

2. Пилипенко А.А. Стратегічна інтеграція підприємств: теоретичні основи, механізм управління та моделювання розвитку: монографія. Харків: ВД «Інжек», 2008. 408 с.

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СТАРТАПІВ

В. М. ПРАСОЛ, доцент

Ю. ШКУРКО, студент 1 курсу магістратури

*Харківський національний університет міського господарства
імені О. М. Бекетова*

Стартапи, підприємництво, торгівля- це все діяльності, які впливають що не найбільше на економічну ефективність країни та положення її серед інших країн. Також всі ці види економічної діяльності впливають на інноваційне середовище суспільства та країни в цілому. Тому бачимо важливість розуміння, бачення та вирішення тих проблем, які стають на перешкоді в розвитку всіх галузей діяльності для інноваційної країни.

До прикладу візьмемо Нідерланди. Ця країна входить до топ-20 найбагатших країн світу, саме тут один із найнижчих рівнів безробіття. В також країна славиться своїм розвитком в стартап - проектах. Розуміємо, що дає країні високе положення серед інших країн. Це саме її розвиток та розуміння важливості інновацій, сучасності та майбутнього.

Хоча можливо в цілому населення України немає достатнього розуміння про стартапи і це вважається крок у майбутнє, то наша країна також намагається розвивати та допомагати починаючим стартаперам. Звісно що для подальшого просуванню потрібне належне фінансування. Звісно, що успіх будь-якої діяльності не буде без надійності фінансування та організації поступових кроків у втілення ідей.

За даними «Global Map of Startup Ecosystems - StartupBlink» Україна в 2020 році займала 29 позицію у рейтингу, а у 2021 році - 34 позицію [1].

Українські старпати більш пов'язані із інформаційними технологіями. Це зрозуміло з того, що сфера ІТ є популярною та з роками стає більш затребуваною в нашій країні. Саме завдяки даній галузі країна діджиталізується та стає країною сучасності. Звісно поряд з великими амбіціями будуть стояти і перешкоди.

Першою перешкодою є захист прав інтелектуальної власності. Це норма, коли права людини, підприємства є під захистом і кожен має право на захист своєї розробки, ідеї, творчості та винахідливості. Але, якщо це стає вже перешкодою, то є можливість в тому, що це використовується в не так доцільно і правильно, як повинно.

Другою перешкодою є інвестиційний клімат. Інвестицій наразі потребує багато сфер діяльності в країні, але є також можливість залучення іноземних інвесторів. Саме для цього потрібен належний рівень та ефективно представлення проекту для привабливості інвесторам. Але це також проблеми країни. Україна не є частиною а сьогодні достатньо зацікавлена в розвитку стартапів. Через це і є певне гальмування розвитку стартап - проектів.

Та третьою вагомою причиною повільного розвитку стартапів є те, що існує багато прикладів успішних українських стартапів, які ведуть свою

діяльність не в Україні. На це також впливає і країна, і фінансування, і взагалі становище країни.

Розвиток стартап індустрії є перспективною та прибутковою формою ведення бізнесу в Україні, оскільки завдяки цьому не тільки виникають нові компанії, але й вирішуються проблеми малого та середнього бізнесу.

Завершення стартап - проекту є те, що, наприклад, продукт чи послуга виходє на ринок і вже функціонує як повноцінний інноваційний бізнес. Бачимо ланцюг, який йде від стартапів до вже сфери бізнесу.

Бізнес може бути будь-яким: квітковий магазин, ресторан чи клінінгова компанія. Але цікавішим, привабливішим буде, коли більшість бізнесів в країні буде інноваційними та новими, про які ще не чули і не бачили.

Для повноцінного бізнесу це дуже багато цікавих ідей: онлайн подорожі, крок у майбутнє, штучні інтелекти, психологічний аналіз доходів чи витрат. Тобто, це ідеї, які можуть бути безглузді, а згодом інноваційні та цікаві.

На мою думку проблемою сучасного бізнесу є відсутність сучасного. Все оновлюється, покращується, але не змінюється повністю. Є певна суперечливість: в країні йде стрімке зростання розвитку ІТ- сфери, але не спостерігається цього розвитку в галузі бізнесу. Всі ці стартапи із психологічним другом, електронною комерцією, маркетингом і продажем, освітою йду від іноземних країн, але не від України.

Пригальмований розвиток бізнесу пов'язаний не тільки через відсутність сучасності, а і також із певним ставлення держави. Податки, які примушують підприємства робити тіншову економіку. Відсутність стартового капіталу, тобто відсутність достатньої кількості грантів, що заважало багатьом підприємствам ставати на вість на стадію розробки ідей. Неналежна повнота інформації, це коли люди прагнуть, але не знають з чого почати. Звісно є курси, спеціальності, але це все теорія, а допомога на практиці лягає на плечі лише однієї людини, яка має бажання щось започаткувати.

Проаналізувати та знати проблему - це вже шлях до її вирішення. Тобто проблеми потрібно не лише знати, але вже і вирішувати та отримувати бажаний результат. Є певна сформована низка заходів, що потрібно для того, щоб життя, сфера покращилась та покращилось насамперед середовище розвитку бізнесу.

1) Держава. Це головне у існуванні діяльності та сприятливих умов . Розробка нормативно-правової бази, яка буде тримати повністю в захисті та дисципліні сфери бізнесу.

2) Іноземна допомога. Це може бути інформаційний досвід, навчання бізнесменів - початківців. Також це вміння правильно представити та показати свій проєкт інвестору.

3) Професійна підготовка. Створити та запустити важливо, втримати - важливіше. Є багато прикладів, коли бізнес функціонував рік, а потім банкрутство і закриття. Вміння втримати увагу клієнта, вміння конкурувати та сприймати конкурентів на позитивній ноті, на ноті власного розвитку - це все підготовка та кваліфікація.

Із даної статті ми можемо зробити висновок, що будь-яка сфера, яка б не починала своє «життя» потребує не лише бажання, а і підтримки. Ця підприємств є на рівні саме держави та її відношення до всього, що робить країну економічно процвітаючою.

Список використаних джерел:

1. Global Startup Ecosystem Index 2021. Startupblink. URL: <https://www.startupblink.com/> (дата звернення: 11.01.2022).

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

О. А. КОСТЮК, магістрант

Сумський національний аграрний університет

Конкурентоспроможність - це здатність продукту, компанії чи країни ефективно конкурувати на ринку і здобувати споживачів чи клієнтів у порівнянні з іншими аналогічними продуктами, компаніями чи країнами. Це поняття охоплює різні аспекти, такі як якість продукту, цінова політика, інновації, маркетингові стратегії, репутація бренду, ефективність виробництва, технологічний рівень, доступ до ресурсів і багато іншого.

Для підтримки конкурентоспроможності компанії повинні постійно вдосконалювати свої процеси, пристосовуватися до змін в ринкових умовах, впроваджувати нові технології та інновації, а також розуміти потреби своїх клієнтів. Країни також ведуть політику, спрямовану на покращення конкурентоспроможності свого господарства, вдосконалення бізнес-клімату, розвиток освіти та науки, інфраструктури і інших сфер, що можуть впливати на економічний розвиток.

Конкурентоспроможність торгового підприємства формується через комплексний підхід до ряду факторів, що включають продукти та послуги, стратегічне управління, маркетинг, операційну ефективність та інші аспекти. Оптимізація управління конкурентоспроможністю підприємств базується на глибокому економічному аналізі, ефективному обліку, суворому контролі та методичному забезпеченні стратегічного розвитку на основі стратегічного маркетингу. Хоча існуючий набір принципів, методів і функцій управління є відносно стабільним, важливо постійно розвивати і вдосконалювати внутрішній зміст і механізми реалізації окремих функцій, особливо в умовах невизначеності ринків. При цьому компанії використовують різні форми менеджменту і маркетингу, що охоплюють різні сфери діяльності, такі як людські ресурси, фінанси, інвестиції, інновації та продукти. Ці форми обов'язково підлягають комплексним обліковим процедурам для економічних, організаційних, нормативних, інформаційних та технічних аспектів управління [1].

Формування високого рівня конкурентоспроможності підприємства, залежить не лише від його потенційних можливостей, але й від ефективності самого процесу управління конкурентоспроможністю [2]. Враховуючи подвійну

спрямованість управління конкурентоспроможністю підприємств, необхідно враховувати певні особливості цього процесу. Це вирішення проблем, пов'язаних з управлінням людськими ресурсами та розвитком товароруху у відповідь на зміни в макро- та мікросередовищі. Його ефективність залежить від ділової інтуїції, тобто здатності виявляти проблеми, пов'язані з організацією розвитку підприємства, а також визначати і вирішувати управлінські завдання.

У зв'язку з цим, серед головних пріоритетів управління конкурентоспроможністю підприємств торгівлі можна виділити наступні завдання:

- глибоке вивчення потреб і очікувань клієнтів, використання інструментів маркетингового дослідження для здобуття інсайтів щодо покупних вподобань та змін у споживчому попиті;

- постійне вдосконалення і оптимізація якості на основі відгуків клієнтів і новітніх технологій;

- оптимізація логістичних процесів для зменшення витрат і підвищення ефективності постачання;

- гнучкість у встановленні цін, враховуючи конкурентну динаміку та зміни на ринку;

- створення ефективних маркетингових стратегій та рекламних кампаній;

- систематична оцінка технологічних тенденцій і їхній вплив на бізнес;

- спрямованість на досягнення довгострокових цілей та адаптація до змін на ринку;

- забезпечення командної роботи та впровадження ефективної системи мотивації;

- систематичний моніторинг конкурентів та їхніх дій та реагування на конкурентні переваги та слабкі сторони тощо.

Ці пріоритети можуть варіюватися залежно від конкретного підприємства та його ринкового середовища. Важливо постійно адаптувати підходи до конкретних умов і викликів, що виникають у торговій галузі.

Список використаних джерел:

1. Гринько Т.В., Гвініашвілі Т.З., Котловська Н.М. Управління конкурентоспроможністю підприємств оптової торгівлі. *Економічний простір*. Вип. 185. 2023. С. 49-53.

2. Ільчишин С.М. Алгоритм управління конкурентоспроможністю торговельного підприємства. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2011. Вип. 21.7. С.309-316.

ФОРМУВАННЯ ТА ПОСИЛЕННЯ КЛІЄНТООРІЄНТОВАНOSTІ ПЕРСОНАЛУ НА ЗАСАДАХ СОЦІАЛЬНО-ЕТИЧНОГО МАРКЕТИНГУ

В. В. МАКАРОВА, д.е.н., проф.

Сумський національний аграрний університет

Соціально-етичний маркетинг і формування лояльності споживачів мають тісний взаємозв'язок, оскільки етичні та соціально відповідальні підходи можуть впливати на споживачів та викликати позитивні реакції. Споживачі схильні лояльності до брендів, які проявляють добросовісність та етичність у своїй діяльності. Соціально-етичний маркетинг, спрямований на покращення суспільства або дотримання високих етичних стандартів, може сприяти виникненню довіри між брендом і споживачами.

Спільний зацікавленість в соціальних аспектах може зміцнювати зв'язок між брендом і споживачами. Споживачі, які поділяють соціальні або етичні цінності з брендом, можуть відчувати себе частиною спільноти, що робить їх більш лояльними. Крім того, клієнти можуть відчувати обов'язок підтримувати бренд, який активно допомагає соціальним чи етичним питанням. Це може призводити до високого рівня лояльності, оскільки споживачі відчують, що їхні покупки мають позитивний соціальний вплив.

В очах споживачів часто пов'язується етично та соціально відповідальний бренд з позитивним образом. Якщо бренд просуває позитивне вплив на середовище, суспільство або робить добродійні внески, це може вплинути на створення позитивного ставлення до бренду, що сприяє лояльності. Споживачі, які підтримують соціально-етичні бренди, можуть бути більш схильні рекомендувати ці бренди своїм знайомим та розповідати про них в соціальних мережах, що сприяє підвищенню свідомості про бренд та його продукти.

Соціально-етичний маркетинг може створювати можливості для взаємодії бренду і споживачів на рівні значущих цінностей. Така взаємодія може зміцнювати зв'язок і викликати більшу лояльність. Бізнеси, які враховують соціальні та етичні питання, зазвичай створюють стратегії на довгострокову перспективу. Це може забезпечити стабільну основу для взаємовідносин із споживачами, що сприяє лояльності на тривалий період часу [1].

В цілому, соціально-етичний маркетинг може не лише створювати позитивний вплив на суспільство, але й впливати на лояльність споживачів, зміцнюючи взаємовідносини між брендом і його аудиторією. Бурхливий розвиток соціально - етичного маркетингу дозволяє сучасним компаніям досягати успіху в конкурентному ринковому середовищі та розкриває найбільш оптимальні шляхи досягнення маркетингових цілей. Одним з основних завдань маркетингу є створення лояльних споживачів. Тому ефективне управління процесом формування таких споживачів на засадах соціально-етичного маркетингу підвищує конкурентоспроможність підприємств у сучасних умовах [2].

Сприятливий з точки зору лояльності імідж соціально відповідальної компанії може бути лише результатом свідомого корпоративного управління та чітко сформованого механізму досягнення ринкових цілей.

Клієнтоорієнтований підхід — це стратегічний підхід до управління бізнесом, при якому фокус зосереджений на задоволенні потреб та очікувань клієнтів. Основною ідеєю є визнання того, що успішність підприємства залежить від задоволеності та лояльності його клієнтів. Переваги клієнтоорієнтованого підходу для бізнесу та споживачів очевидні (табл.1)

Таблиця 1 – Переваги клієнтоорієнтованого підходу для підприємства та споживачів

ДЛЯ БІЗНЕСУ:	ДЛЯ СПОЖИВАЧІВ:
1. Збільшення лояльності клієнтів: Задоволені клієнти більш схильні залишатися вірними бренду та робити повторні покупки.	1. Зручність та персоналізація: Споживачі отримують більше зручностей та персоналізований підхід.
2. Посилення конкурентоспроможності: Компанії, які вдаються у взаємодію з клієнтами, можуть отримати конкурентну перевагу на ринку.	2. Покращення якості продуктів та послуг: За рахунок постійного зворотного зв'язку компанії можуть покращувати свої продукти та послуги, враховуючи потреби споживачів.
3. Збільшення обсягів продажів: Залучення та утримання задоволених клієнтів призводить до збільшення обсягів продажів та доходів.	3. Позитивний досвід покупок: Забезпечення позитивного досвіду покупок та задоволення від взаємодії з брендом.
4. Зменшення витрат на залучення клієнтів: Витрати на утримання існуючих клієнтів зазвичай менше, ніж на привертання нових.	

Розуміння та практичне втілення клієнтоорієнтованого підходу допомагає підприємствам створити відмінний досвід для своїх клієнтів, що, в свою чергу, сприяє збільшенню лояльності та успішності бізнесу. Навчання персоналу клієнтоорієнтованому підходу включає в себе ряд стратегій та дій, які допоможуть зрозуміти важливість та практику взаємодії з клієнтами.

Запровадження цих стратегій допоможе не лише розуміти сутність клієнтоорієнтованого підходу, але й активно впроваджувати його в практику щоденної роботи персоналу. Апробацію зазначеної програми з розвитку клієнтоорієнтованості співробітників здійснили серед двадцяти співробітників підприємства за допомогою анонімного анкетування.

Список використаних джерел:

1. Малахівська А. В. Особливості комплексного управління лояльністю клієнтів авіакомпаній в системі сталих взаємовідносин на засадах соціально-відповідального маркетингу. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2019. № 2. С. 117-125.

2. Яшкіна О.І., Сіньковська В.М. Категоризація B2B-клієнтів як базовий інструмент для управління лояльністю. *Проблеми системного підходу в економіці*. Випуск №1. 75. 2020. С. 132-137.

СТРАТЕГІЧНИЙ РОЗВИТОК ЯК ОСНОВА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВА

Р. Р. ПАНЧЕНКО, магістрант

Сумський національний аграрний університет

Ефективний маркетинг починається з продуманої, добре поінформованої маркетингової стратегії. Якісно розроблена маркетингова стратегія допоможе компанії визначити чіткі, реалістичні та вимірні маркетингові цілі для бізнесу. Маркетингова стратегія впливає на те, як вести бізнес, тому її слід планувати та розробляти у консультації з усією командою компанії. Це широкомасштабний і комплексний інструмент стратегічного планування, який:

- описує бізнес, його продукти та послуги;
- пояснює позицію та роль продуктів і послуг компанії на ринку, профілі клієнтів і конкурентів;
- визначає маркетингову тактику, яка буде використовуватися;
- дозволяє побудувати маркетинговий план (тактику виконання) та виміряти його ефективність.

Маркетингова стратегія визначає загальний напрямок і цілі маркетингу, і тому відрізняється від маркетингового плану, який окреслює конкретні дії, які будуть вживатися для реалізації маркетингової стратегії. Маркетингова стратегія може бути розроблена на найближчі кілька років, тоді як маркетинговий план зазвичай описує тактику, яку потрібно досягти в поточному році.

Добре розроблена маркетингова стратегія допоможе компанії реалізувати цілі бізнесу та зосередитися на діях, необхідних для охоплення потрібних клієнтів. Розробка маркетингової стратегії, яка включає перераховані компоненти, допоможе максимально використати маркетингові інвестиції, зосередити маркетинг, а також вимірювати та покращувати результати продажів. Ключові теоретичні підходи, що віддзеркалюють сутність маркетингової стратегії, графічно викладено на рис. 1.



Рисунок 1 - Теоретичні аспекти дефініції «маркетингова стратегія»
Джерело: [1, с. 161]

В маркетингу виділяють декілька підходів щодо класифікації маркетингових стратегій. Найпопулярнішими маркетинговими стратегіями є наступні:

1) «ціна - кількість» - у відповідності до якої підприємство орієнтується на помірковані ціни та суттєві обсяги збуту продукції, виробництво значної кількості масової продукції на масштабному ринку завдяки використанню ефективно відпрацьованих технологій, які власне й дозволяють знижувати витрати і ціни (стратегія недиференційованого маркетингу);

2) «стратегія переваг» - у відповідності до цієї стратегії підприємство продукує або вже має досить стабільну конкурентну перевагу через можливості зміни технології виробництва, кращого сервісу та логістики, що звісно дозволяє проводити нецінову конкуренцію завдяки товарами, добре відомим на ринку внаслідок своїм відмінним та унікальним характеристикам (стратегія диференційованого маркетингу).

Коли у компанії є надійна маркетингова стратегія, її також можна використовувати для масштабування. Іншими словами, можна поділитися нею з іншими співробітниками, командою або підрозділами компанії. Таким чином, вся компанія може прийняти ту саму маркетингову стратегію для всіх продуктів і послуг. Це допоможе тримати всіх на одній хвилі та забезпечить узгодженість

усіх маркетингових рішень. Маючи ефективний план, який можна повторювати та масштабувати, компанія може зосередити свої зусилля на вдосконаленні стратегії та змусити її працювати, а не витратити багато часу, хвилюючись про те, що таке стратегія буде.

Список використаних джерел:

1. Ковальчук. В.В. Маркетингова стратегія підприємства: суть поняття, особливості формування в сучасних умовах господарювання. *Економіка. Фінанси. Менеджмент: актуальні питання науки і практики*. 2018. № 9. С. 156-165.

РОЛЬ БІЗНЕС-СТРАТЕГІЇ У ФОРМУВАННІ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВА

В. В. ПОЛИВОДА, аспірант

Сумський національний аграрний університет

Бізнес-стратегія - це план або набір прийомів, які обираються підприємством для досягнення своїх цілей та завдань. Вона визначає, як підприємство збирається використовувати свої ресурси, як воно планує взаємодіяти з ринком, конкурувати з іншими підприємствами та створювати вартість для своїх клієнтів. Бізнес-стратегія впливає на конкурентні переваги підприємства на кількох рівнях, оскільки допомагає підприємству визначити, на яких ринках та сегментах йому слід сфокусуватися, які потреби споживачів задовольняти, і в якому напрямку розвиватися.

Центральною метою бізнес-стратегії є створення конкурентних переваг, які дозволять підприємству вище виходити за конкурентів. Це може бути здатність до інновацій, низькі витрати виробництва, висока якість продукту, ефективна маркетингова стратегія тощо. Стратегія допомагає розподіляти ресурси підприємства так, щоб вони були ефективно використані для досягнення стратегічних цілей. Це може включати розробку технологій, навчання персоналу, оптимізацію процесів, інвестиції в маркетинг тощо. При цьому стратегія дозволяє підприємству адаптуватися до змін в економічному, технологічному, соціальному та політичному середовищі. Це дозволяє уникати загроз і використовувати можливості, які можуть виникнути у майбутньому. Врахування цих факторів у бізнес-стратегії допомагає підприємству стати більш конкурентоспроможним та ефективним на ринку.

Розробка бізнес-стратегії підприємства - це складний і систематичний процес, який включає кілька етапів:

1) Аналіз внутрішнього середовища - аналізується, які ресурси та компетенції у підприємства є доступними і в чому його сильні та слабкі сторони. Розглядаються структура організації та корпоративна культура, оскільки це може впливати на взаємодію та прийняття стратегічних рішень.

2) Аналіз зовнішнього середовища - вивчення ринкових умов, обсягів попиту, конкуренції та можливостей для розвитку; оцінка аспектів, таких як

економічна ситуація, політична стабільність, соціокультурні тенденції та технологічний прогрес.

3) Визначення стратегічних альтернатив - формулювання місії та визначення цілей; розгляд різних стратегічних напрямків, таких як розширення ринків, диверсифікація продуктів, зниження витрат, інновації тощо.

4) Вибір оптимальної стратегії - аналіз ризиків, вартості та користі для кожної стратегії та вибір оптимального варіанту; розробка конкретних дій та кроків, які необхідно вжити для впровадження обраної стратегії.

5) Впровадження стратегії - розробка детальних планів для впровадження стратегії, включаючи ресурси, терміни та відповідальності; адаптація організаційної структури та управлінських систем для підтримки нової стратегії.

6) Моніторинг та коригування - створення системи моніторингу та контролю, щоб визначати відхилення від стратегічних планів; необхідність внесення змін у стратегію в зв'язку з новими умовами.

Ці етапи можуть варіюватися залежно від конкретної ситуації та індивідуальних особливостей підприємства. Важливо також враховувати, що розробка бізнес-стратегії - це ітеративний процес, який може вимагати перегляду та коригування з часом.

МЕТОДОЛОГІЧНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ АГРАРНОГО БІЗНЕСУ

А. В. ТКАЧЕНКО, аспірант

Сумський національний аграрний університет

Зовнішньоекономічна діяльність аграрних підприємств включає в себе різні види економічних відносин та операцій, які здійснюються між аграрними суб'єктами та партнерами з інших країн. Основною метою цієї діяльності є розширення ринків збуту, підвищення конкурентоспроможності, залучення іноземних інвестицій, обмін технологіями та інноваціями. Зовнішньоекономічна діяльність дозволяє аграрним підприємствам розвивати маркетингові стратегії та брендування для привертання іноземних споживачів, а тому стає важливим елементом стратегічного розвитку аграрного сектору, сприяючи його стабільності та зростанню в умовах глобалізації економіки.

Оцінка ефективності зовнішньоекономічної діяльності аграрних підприємств включає в себе різноманітні методичні підходи та інструменти.

Фінансовий аналіз передбачає оцінку фінансового стану аграрного підприємства шляхом аналізу активів, пасивів та власного капіталу, детальний аналіз доходів, витрат, прибутку та рентабельності зовнішньоекономічної діяльності. Досить дієвим може бути використання маркетингового аналізу, що передбачає дослідження ринків, аналіз попиту та пропозиції на зовнішньому ринку, визначення особливостей споживчих уподобань та конкурентоспроможності.

Оцінка ризиків та управління передбачає визначення можливих загроз та ризиків зовнішньоекономічної діяльності, розробку заходів щодо управління ризиками та впровадження стратегій мінімізації ризиків. Також при цьому можуть визначатись показники конкурентоспроможності підприємства, такі як частка ринку та ефективність ціноутворення. Ці підходи можуть використовуватися окремо або комбінуватися для комплексної оцінки ефективності зовнішньоекономічної діяльності аграрних підприємств.

Однією з найбільш застосовуваних методик оцінювання ефективності експортної діяльності підприємства є методика, що базується на визначенні комплексу аналітичних показників ефективності у вигляді абсолютних і відносних величин, а саме абсолютної ефективності експорту, економічної ефективності реалізації експортних товарів на внутрішньому ринку, ефективності використання виробничих і оборотних фондів під час експорту, показників ефективності імпорту товарів виробничого призначення, показників ефективності імпорту товарів народного споживання [1, с. 45]. Зазначена методика відрізняється простотою розрахунку показників ефективності та наявністю інтегрального показника, що дає змогу проаналізувати ефект від окремої угоди.

Використовуючи напрацьований багаторічний досвід здійснення зовнішньоекономічної діяльності підприємствами українського аграрного сектору встановлено, що для її оцінювання доцільно використовувати такі групи показників: «ретроспективні – перспективні»; «абсолютні – відносні»; «економічної ефективності – продуктивності» [2, С. 57]. Кожне підприємство самостійно обирає критерій, згідно якого відбуватиметься вибір показників задля оцінки ефективності зовнішньоекономічної діяльності агропідприємств на основі врахування трьох зазначених характеристик.

Здійснення зовнішньоекономічної діяльності аграрних підприємств в умовах військового стану може зіткнутися з рядом викликів, пов'язаних із загальною політичною нестабільністю та військовим конфліктом. Збільшення контролю на кордоні може захищати аграрні підприємства від неправомірного обмеження доступу до ринків чи ресурсів, проте призвести до ускладнення експорту та імпорту товарів, що може вплинути на ланцюг постачання та здатність підприємства конкурувати на міжнародних ринках.

В умовах військового стану споживачі можуть переглядати свої уподобання, звертаючи увагу на внутрішні виробництва та продукцію. Зміна умов життя може також змінити попит на аграрні товари або послуги, що може вимагати від аграрних підприємств швидко адаптуватися до нових ринкових умов.

Зменшення конкуренції на міжнародних ринках може надати можливість аграрним підприємствам розширювати свою присутність на нових ринках. Проте втрата стабільних ринків збуту через воєнні події або політичну нестабільність може суттєво вплинути на економічну діяльність аграрних підприємств. Забезпечення внутрішнього ринку може стати пріоритетом у військовий період, забезпечуючи стабільність у постачанні та виробництві.

Список використаних джерел:

1. Кубів С.І., Федюк В.В. Методичні підходи до оцінювання розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємств аграрного сектору. *Підприємництво і торгівля*. 27. 2020. С. 43-47.

2. Кубів С.І., Федюк В.В. Метод вибору показників, які характеризують розвиток зовнішньоекономічної діяльності під час вирішення конкретних управлінських проблем. *Держава та регіони*. Серія: Економіка та підприємництво. № 5 (116). 2020. С. 55-59.

РОЛЬ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ РОЗПОДІЛУ ДЛЯ СУЧАСНОГО АГРАРНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Є. А. УС, аспірант

Сумський національний аграрний університет

Маркетингова стратегія розподілу важлива для сучасного аграрного підприємства, оскільки вона визначає, як продукція потрапляє в руки споживача через різні канали. Розподіл має велике значення, оскільки впливає на доступність аграрної продукції, задоволення попиту та конкурентоспроможність. Маркетингова стратегія розподілу дозволяє аграрному підприємству розширити свій ринковий охоплення через різні канали збуту. Це може включати традиційний оптовий та роздрібний ринки, експорт, он-лайн-продажі тощо. Наприклад, розвиток ефективної системи дистрибуції може забезпечити продукції аграрного підприємства доступ до нових географічних ринків.

Маркетингова стратегія розподілу дозволяє оптимізувати ланцюг постачання, включаючи ефективне управління запасами, логістикою та транспортуванням. Це може покращити швидкість доставки та знизити витрати. Наприклад, використання оптимальних транспортних маршрутів та складського управління для швидкої поставки свіжої продукції. Розподіл є ключовим моментом взаємодії з клієнтами. Він впливає на перший враження споживача від продукції та на його задоволеність. Наприклад, створення зручних та привабливих торгових точок, використання ефективних каналів зв'язку для реклами та підтримки клієнтів [1].

Гнучкість в маркетинговій стратегії розподілу дозволяє аграрному підприємству швидко реагувати на зміни в попиті, конкуренції та економічних умовах ринку. Прикладом цього може бути здатність швидко переключатися між різними каналами збуту в залежності від змін в зовнішньому середовищі.

Ефективне управління розподілом дозволяє підприємствам знижувати витрати на постачання та розподіл, що впливає на загальну конкурентоспроможність. Це досягається завдяки використанню ефективних технологій, таких як системи автоматизації логістики та управління запасами.

Вибір правильних каналів розподілу може включати укладення стратегічних партнерств із посередниками або іншими підприємствами в

ланцюгу постачання. Це може бути партнерство з логістичними компаніями або торговими мережами для спільної роботи над оптимізацією розподілу.

Формування систем розподілу продукції здійснюється з обов'язковим урахуванням цілей підприємства та цілей його політики розподілу, які мають бути взаємопов'язані (табл. 1).

Таблиця 1- Узгодження цілей підприємства та політики розподілу

Цілі підприємства	Цілі політики розподілу
Забезпечення сталого розвитку підприємства	Підтримка наявного рівня (збільшення) обсягів реалізації продукції
Завоювання лідерства за показниками частки ринку	Формування нових систем/каналів розподілу продукції; збільшення обсягів реалізації продукції
Забезпечення виживання на ринку	Контроль витрат в системах/каналах розподілу продукції
Максимізація поточних прибутків	Збільшення прибутковості систем/каналів розподілу продукції
Зростання ефективності продажів	Збільшення обсягів реалізації продукції за контролем витрат в системах/каналах розподілу продукції

Джерело: [2, С.128]

Маркетингова стратегія розподілу повинна бути цілеспрямованою та адаптованою до специфічних потреб аграрного підприємства, ринкових умов та змін в споживацькому поведінці. Управління розподілом є важливою складовою успішної маркетингової стратегії, спрямованої на досягнення стратегічних цілей підприємства.

Список використаних джерел:

1. Фадєєва І.Г., Орлова Н.В., Макарова В.В. Моделювання бізнес-процесів організації: сутність, складові та методологія впровадження в умовах формування глобальної економіки стійкого розвитку. *Академічні візії*. 2023. Вип. 17. URL: <https://academy-vision.org/index.php/av/article/view/222> (дата звернення: 11.12.2023)

2. Розумей С.Б., Ніколаєнко І.В. Методичні аспекти формування систем розподілу продукції в збутовій системі підприємства. *Економіка та управління підприємствами*. 2017. № 5 (61). С. 124 – 130.

КОНКУРЕНТНІ ПЕРЕВАГИ ПІДПРИЄМСТВ ЗА СТРАТЕГІЧНИМИ НАПРЯМАМИ ЇХ ФОРМУВАННЯ

Н. В. МОЖАЙКІНА, к.е.н., доцент

Д. О. ДЕНІСЕНКО, бакалавр

*Харківський національний університет міського господарства
імені О. М. Бекетова*

Для розробки стратегії розвитку своєї компанії потрібно чітко розуміти, хто ще розвиває схожі напрямки, у чому дані ідеї перетинаються, у чому переваги та недоліки кожного. Аналіз конкурентного середовища дозволяє визначити сильні та слабкі сторони конкурентів, вивчити їх асортимент та ціноутворення, зрозуміти їх стратегії тощо. Аналіз конкурентних переваг має працювати саме на це завдання. І тоді варто насамперед вчитися об'єктивності – приймати будь-які результати конкурентного аналізу благом. Якщо сьогодні баланс аспектів свідчить про вразливість ваших позицій і наявність серйозної переваги зусиль у конкурента, краще бути обізнаним, тому що саме так можна виявити альтернативні рішення, вибудувати ринкову стратегію, яка докорінно може змінити картину конкуренції та її результат. І на підставі отриманої інформації створити унікальну торгову пропозицію та залучити більше клієнтів, відрізняючись від інших брендів чи компаній.

По суті, конкурентний аналіз – це можливість зрозуміти, як залучити клієнтів до вашої пропозиції, яку ще не робили пропозицію в соцмережах, бажано саме на старті проекту. Далі можна буде запропонувати щось нове як у самому товарі, так і його просуванні.

Основою для пошуку конкурентних переваг є аналітична робота з вивчення стану та тенденцій ринку в цілому та діяльності конкурентів. У зв'язку з цим особливої уваги заслуговує діагностика основних характеристик конкурентного середовища, факторів, що визначають його діяльність. Конкурентні характеристики та фактори, що їх визначають, поділяються на три групи :

- мікрорівневі (що відображають власне якість та ціни продукції);
- мезорівневі (що забезпечують стійке покращення показників ефективності використання наявних виробничих ресурсів галузей);
- макрорівневі (що відображають загальний стан господарських систем, їхню збалансованість, інвестиційний клімат, податковий режим, тарифно-митну політику тощо) [1, с. 45].

Наведене структурування суб'єктів конкурентної боротьби, а також факторів та характеристик конкурентоспроможності дозволяє чіткіше охарактеризувати склад елементів цієї складної категорії та виявити їх взаємозв'язки. Це, у свою чергу, допомагає обґрунтувати ефективні підходи до їх аналізу, що відкриває додаткові можливості розкриття наявних резервів та визначення стратегічних напрямів підвищення конкурентоспроможності на кожному рівні.

Конкурентоспроможність на стратегічному рівні забезпечується інвестиційною привабливістю підприємства. Критерієм в даному разі є зростання вартості підприємства. Для ведення конкурентної боротьби можна виділити три основні стратегічні підходи:

1) Пошук шляхів диференціації, тобто вироблена продукція чи послуги, повинні відрізнитися від продукції чи послуг конкурентів. Вони повинні відрізнитися своєю унікальністю та більшою вартістю у вигляді нової якості товару, особливих споживчих властивостях чи після продажного обслуговування (стратегія диференціації).

2) Фокусування на вузькій частині ринку, а не на всьому (стратегія ніші чи фокусу).

3) Прагнення мати найнижчі у галузі витрати процесу виробництва товару чи надання послуг (стратегія керівної ролі області витрат) [1, с.134].

Основними властивостями конкурентоспроможності (за всіма складовими) є відносність та динамічний характер. Відносність проявляється в тому, що порівняння підприємства та конкурентів дозволяє говорити про конкурентні переваги щодо тієї чи іншої сторони. Створення та використання конкурентних переваг підприємства – це тісно пов'язані процеси, які в принципі можуть суперечити між собою. Основною базою для визначення конкурентних переваг є цілі підприємства та пов'язані з ними завдання, які здатне виконувати підприємство з урахуванням реальних умов довкілля та за заданої якості їх виконання.

Динамічний характер конкурентоспроможності визначає її постійну недостатність. Недостатність конкурентоспроможності – одне із основних спонукаючих факторів, що віддзеркалюються як у стратегічних, так й у оперативних рішеннях. Заспокоєність щодо конкурентоспроможності часто приводить до відставання. Будь-які переваги рано чи пізно будуть скопійовані або перевищені конкурентами. Єдиною сталою конкурентною перевагою є постійний рух уперед.

Вочевидь, конкурентоспроможність підприємства є інтегральною характеристикою. У загальному випадку доцільно виділяти такі структурні складові: конкурентоспроможність пропозиції на ринку; конкурентоспроможність ресурсів підприємства; конкурентоспроможність менеджменту; конкурентоспроможність підприємницької ідеї (бачення). Їхній тісний взаємозв'язок очевидний [2, с. 94].

Конкурентоспроможність підприємства оцінюється одночасно з використанням кількох критеріїв, тому вона належить до типу полікритеріальних. В економічній літературі існує безліч різних поглядів на критерії конкурентоспроможності, які повинні відповідати таким вимогам: відображати кінцеві цільові результати господарської діяльності підприємства; фіксувати рівень витрат підприємства для досягнення поставленої мети; бути універсальним, щоб його можна було зіставляти з критеріями інших організацій; піддаватися синтезу, тобто бути здатним до послідовного аналізу по більш детальним аналітичним показникам; враховувати масштаби часу.

Залежно від поставлених цілей і його масштабів підприємство повинно обрати модель конкурентного формування переваг підприємства та відповідні заходи для управління конкурентними перевагами.

Хоча питання конкурентоспроможності добре розвинене, досі немає єдиного підходу до його вимірювання. Проблеми аналізу та оцінки конкурентоспроможності є складними та багатограними. Найбільш відомі моделі і методи оцінки конкурентоспроможності продукту і підприємства можна розділити на дві групи: аналітичні та графічні методи. Цей поділ на методи оцінки конкурентоспроможності продукту і методи оцінки конкурентоспроможності підприємства досить умовний, оскільки вони багато в чому збігаються, змінюється тільки об'єкт дослідження [3].

Отже, при проведенні аналізу конкурентних переваг слід визначити мету аналізу. Враховуючи мету, потрібно визначити завдання аналізу. Відповідно до поставлених завдань вибирається метод їх вирішення, тобто метод проведення даного аналізу. Для аналізу конкурентних переваг підприємств доцільно враховувати галузеві особливості досліджуваних підприємств.

Список використаних джерел:

1. Хрущ Н.А. Конкурентні стратегії: процеси створення та реалізації : монографія / за ред. Н.А. Хрущ. – К.: Освіта України, 2010. 315 с.

2. Рзаєв Г.І. Методики оцінки конкурентоспроможності: проблеми та перспективи їх використання / Вісник Хмельницького національного університету. Серія Економічні науки. 2014. №4. Т.3. С. 93–97.

3. Серажим В.І., Зінченко Т.В. Методика оцінки конкурентних переваг підприємства на ринку. URL: <http://sb-keip.>view> (дата звернення: 01.12.2023).

МІЖНАРОДНЕ НАУКОВО-ТЕХНІЧНЕ СПІВРОБІТНИЦТВО

Н. В. МОЖАЙКІНА, к.е.н., доцент

А. Ю. МІЩЕНКО, бакалавр

*Харківський національний університет міського господарства
імені О. М. Бекетова*

Міжнародне науково-технічне співробітництво (далі – МНТС) є складним багатоаспектним поняттям, що характеризує міжнародне науково-технічне співробітництво між державами та підприємствами. Воно є об'єктивною необхідністю, результатом міжнародного поділу праці та наукового прогресу, у процесі якого створюються все нові та нові форми, що виходять за рамки звичайної торгівлі. В економічно розвинених державах та міждержавних спілках воно служить в основному трьом цілям: використання переваг від розподілу праці в галузі науки та техніки; забезпечення доступу до міжнародного банку знань; вирішення глобальних проблем, що потребують скоординованих зусиль.

Ступінь участі країни у міжнародній науково-технічній кооперації, внесок у прогрес науки та технологій, імідж держави як партнера у науково-технічній сфері багато в чому визначають його позицію на світовій арені.

У науковому співтоваристві відсутня єдина думка щодо його сутності. Різноманітність думок виникає внаслідок існування безлічі форм та видів співробітництва. Експерти ООН в основу МНТС закладають міжнародну науково-технічну діяльність, спрямовану на: розробку науково-технічної політики, вибір та оцінку технологій, передачу та розробку технологій, стандартизацію та метрологію, взаємодію між виробниками та споживачами науково-технічних знань, застосування технологій та виконання проектів, систему інформації, популяризації науки та техніки, підготовку наукових кадрів, фінансування науково-технічної діяльності [1].

У концепції державної політики країн у галузі міжнародного науково-технічного співробітництва найчастіше його поділяють: на міждержавне науково-технічне співробітництво – спільну наукову та науково-технічну діяльність, переважно некомерційного характеру, у рамках міждержавних, міжурядових та міжвідомчих угод про науково-технічне співробітництво; міжнародне інноваційно-технологічне співробітництво державного та приватного секторів та зарубіжних країн – міжнародну інноваційну діяльність на дво- та багатосторонній основі, націлену на отримання комерційного ефекту.

Слід зазначити, що міжнародне науково-технічне співробітництво (МНТС) є важливим кроком на шляху підвищення ефективності наукової діяльності. В українській практиці склалося таке його визначення: міжнародне науково-технічне співробітництво – це спільна розробка науково-технічних проблем, взаємний обмін науковими досягненнями, виробничим досвідом та підготовка кваліфікованих кадрів [2]. Система МНТС охоплює: міжнародні наукові зв'язки, спрямовані на вирішення теоретичних та експериментальних завдань фундаментальної та прикладної науки; міжнародні технічні та технологічні зв'язки; підготовку кадрів; міжнародне сприяння виконанню окремих робіт та створенню технологічних процесів; забезпечення безпечного використання досягнень науково-технічного прогресу; запобігання шкоді навколишньому середовищу.

Необхідність розвитку МНТС диктують, як загальні фактори (економічні, політичні, інформаційно-комунікаційні технології, культурні та соціально-психологічні, географічні та фактори, які пов'язані з вирішенням глобальних проблем), що характеризуються обставинами будь-якої сучасної держави, так і фактори, які пов'язані з особливостями її національної економіки: це відкритість, експортна орієнтація, відсутність інвестицій для реалізації наукового потенціалу.

Виходячи з цього, розрізняють такі форми наукового та технічного співробітництва, як координація, співпраця, асоціація, гармонізація, регіональна інтеграція, які реалізуються через різноманітність форм наукового та технічного співробітництва, що визначає різноманітність різних його видів. Види наукового та технічного співробітництва поділяють на дві групи: комерційні та некомерційні. До комерційних видів МНТС відносять: продаж патентів, ліцензії; ліцензовані угоди; технічне співробітництво; спільні підприємства; субпідряди та спільні контракти (адаптація технології до нових матеріалів, новий спосіб використання існуючої виробничої лінії, зміна існуючих технологій потенційний

партнер, принципово новий процес); комерційна угода з технічною допомогою (встановлення, розробка та виготовлення на замовлення, технічне консультування, контроль якості, технічне обслуговування); впровадження прямих технічних інвестицій за кордоном; спільне впровадження дослідницьких розробок; обмін науковими та технічними дослідженнями та досягненнями; підготовка кадрів.

До некомерційних видів відносять: підготовка вченими та фахівцями спільних публікацій (енциклопедії, монографії, навчальні посібники, статті тощо); обмін вченими та фахівцями наукових та навчальних закладів для лекцій та консультацій; обмін вченими та спеціалістами для проходження стажування на підприємствах у партнерів у відповідному профілі науки та виробництва; міжнародні наукові конференції, семінари, симпозіуми тощо; навчання висококваліфікованих фахівців за кордоном; безкоштовна передача фірмами, державами розробок, ноу-хау.

Треба визначити, що найбільш пріоритетними типами міжнародних зв'язків для вчених є гранти, робота по міжнародним програмам, публікації, участь в міжнародних конференціях, підвищення кваліфікації.

У зв'язку з цим одним з сучасних напрямків діяльності держави є створення сприятливих умов для розвитку взаємовигідної міжнародної співпраці в науково-технічній сфері. Для того, щоб вирішити цю проблему, перш за все, потрібна: державна підтримка міжнародного співробітництва з метою впровадження пріоритетних досліджень та інноваційних проектів суспільного значення; систематична діяльність залучення іноземних джерел фінансування науково-технічної сфери країни (іноземні інвестиції, гранти, позики); активне просування на світовий ринок вітчизняних наукових та науково-технічних продуктів; використання можливостей міжнародного співробітництва для підготовки наукових кадрів та розвитку науково-технічного потенціалу.

Необхідно розвивати пріоритетні сфери науково-технічного співробітництва з індустріально розвинутими державами та розробити конкретні організаційні та юридичні механізми, які створюють умови для спільної комерціалізації технологій з іноземними партнерами. Доцільно розвивати відповідну інфраструктуру, розвивати контакти з інноваційно-технологічними структурами, інноваційними мережами та програмами високорозвинених країн [3]. Розвиток міжнародного науково-технічного співробітництва зміцнить конкурентоспроможність національних компаній, їх економічну перспективу та покращить національні конкурентні переваги.

Список використаних джерел:

1. Yang F., Gu S. Industry 4.0, революція, яка вимагає технологій та національних стратегій /Fengwei Yang, Sai Gu // Complex & Intelligent Systems, 2021. #7. С. 1311–1325. <https://doi.org/10.1007/s40747-020-00267-9>

2. Роль держави в розвитку міжнародного науково-технічного співробітництва підприємств: досвід та сучасні пріоритети КНР. Шишолін А.П.
URL : https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/20016/1/MNTS2017_37_Shysholin.pdf

3. Гіренко А. Т. Концепції інтеграції національних інноваційних систем до глобальної інноваційної мережі. Стратегія розвитку України. 2017. № 1. С. 131–134.

PRODUCTION AND CONSUMPTION OF DAIRY PRODUCTS IN UKRAINE IN WARTIME CONDITIONS

S. A. KRAVCHENKO, SC.D., professor
NSC “Institute of Agrarian Economics” NAAS

According to preliminary data, in January-October 2023, farms of all categories produced about 6 million 277.4 thousand tons of raw milk, which is 6% less compared to last year's period. In October 2023, the volume of milk yield in Ukraine amounted to 610.50 thousand tons, which is 3% less compared to September of this year and 6% less than in October 2022. In January-October 2023, the share of enterprises in the production of raw milk amounted to 37%, and households - 63%. The enterprises increased milk production to 2 million 341.4 thousand tons (+ 7%) [1, p. 126-136].

In October 2023, the volume of milk yield at the enterprises amounted to 228.9 thousand tons of raw milk, which is 2% more than in September and 7% more compared to October 2022. In the households for 10 months of 2023, 3 million 936 thousand tons of milk were produced, which is 14% less compared to last year's period. In October 2023, the volume of milk yield in households amounted to 381.6 thousand tons, which is 7% less compared to September 2023 and 13% less compared to October 2023. As of December 17, 2023, raw milk in Ukraine has risen in price by an average of 34 kopecks (+2.4%) compared to November 25. The cost of raw milk continues to rise due to limited supply in the domestic market. In December 2023, fresh dairy producers and cheese makers experienced a shortage of raw materials as demand for dairy products intensified. As of December 17, 2023, the average purchase price of high-grade milk was UAH 14.61 per kilogram excluding VAT. In December 2023, the price of this variety increased by 31 kopecks. The average price for first-grade milk amounted to 13.54 UAH/kg excluding VAT, having increased by 39 kopecks compared to the previous monitoring results. The minimum price in farms amounted to 12.92 UAH/kg, having risen by 12 kopecks over the past month. The maximum price for the first grade was 14.28 UAH/kg, which is 78 kopecks higher than the results of monitoring on November 25. Thus, the weighted average price of the three varieties was 14.25 UAH/kg excluding VAT, an increase of 34 kopecks. The volume and share of raw milk from households continues to decline rapidly, contributing to the persistence of a shortage of raw materials in the market, which the industrial sector is currently unable to compensate. In 2023, the consumption of dairy products increased in Ukraine, as about 1 million citizens returned to the country from abroad, according to the International Organization for Migration [2, p. 10-23].

Thus, the upward trend in purchase prices for milk continues due to the active demand for dairy products from the population and the shortage of raw milk within the country.

References:

1. Kravchenko S., Malik M., Shpykuliak O., Diuk A. (2023). Adaptive approach in the system of management and marketing research of business entities in agriculture. *Methods of improving the economy, tourism and management* : collective monograph / Andrushchak I., Chudovets V., Rechun O., etc. International Science Group. USA, Boston: Primedia eLaunch, p. 126-136. DOI: 10.46299/ISG.2023.MONO.ECON.1.3.3. URL: <https://isg-konf.com/methods-of-improving-the-economy-tourism-and-management/>.
2. Malik M., Kravchenko S., Diuk A., Malik L., Nechyporenko M. (2023). Development of micro-entrepreneurs in agriculture in wartime conditions. *Ekonomika APK*. 2023. Vol. 31, №. 2. p. 10-23. URL : <https://eapk.com.ua/uk/journals/tom-30-2-2023/rozvitok-sub-yektiv-mikropidpriyemnitstva-u-silskomu-gospodarstvi-v-umovakh-voyennogo-chasu>.

БАР'ЄРИ ДЛЯ ІННОВАЦІЙ У КОРПОРАТИВНОМУ ПІДПРИЄМНИЦТВІ

М. М. ЧУЙКО, к.т.н., доц.

О. А. ГОЛОВІН, здобувач ступеня доктор філософії

Українська інженерно-педагогічна академія

Корпоративне підприємництво представляє собою стратегічну ініціативу компанії щодо створення та розвитку інновацій, нових продуктів, послуг або процесів в межах власної структури. Це включає в себе залучення зовнішніх партнерів (тих, хто ще не долучений до діяльності підприємства) та внутрішніх партнерів – працівників компанії, які активно розвивають нові ідеї, запускають проекти та сприяють інноваційному розвитку.

На ринку України превалюють компанії, які розуміють важливість впровадження інновацій, але не мають ефективних та діючих інструментів корпоративних інновацій. Крім того, у воєнний час компанії не готові виділяти на це значущі фінансові або людські ресурси. Сучасні умови вимагають від власників та керівництва значної кількості компаній забезпечення фінансової стабільності бізнесу. Цього вдається досягти за рахунок оптимізації логістичних процесів, штату та роботою за тими напрямками, які пов'язані з найменшим ризиком.

Корпоративні інновації зазвичай розвиваються серед іншої категорії бізнесів: там, де менеджмент зазнає конкурентного тиску, зокрема, «загрози» з боку новіших, гнучкіших і швидших гравців із підризними технологіями та бізнес-моделями.

На сьогодні в нашій країні інновації не завжди розглядаються як основний інструмент довгострокової переваги.

Для того, щоб корпоративні інновації стали стандартною бізнес-практикою, щонайменше 20 % провідних компаній повинні системно працювати з інструментами корпоративних інновацій, задаючи тренд для решти учасників ринку. Представники великого бізнесу зацікавлені в розгляді ідей і співпраці з

малими технологічними командами (стартапами), але процес зближення йде досить повільно і непросто.

Одним із варіантів впровадження інновацій в сталому та стабільному бізнесі може стати інститут партнерства. Синергічно поєднуючи зусилля, власники стартапів та сталого бізнесу зможуть отримати значну перевагу над конкурентами на ринку. При цьому такого синергетичного ефекту можливо досягти не стільки за рахунок формального M&A (merger and acquisition), а за рахунок розбудови саме партнерських відносин, формалізованих в укладання партнерської угоди (корпоративного договору). Укладення такої угоди дозволяє сформулювати нову (оновлену) стратегію розвитку бізнесу, яка буде розкладена на завдання, виконання яких буде покладено у різнострокові плани діяльності.

До основних бар'єрів до впровадження практик відкритих інновацій можна віднести:

- дефіцит якісних проєктів на внутрішньому ринку;
- недостатнє розуміння особливостей роботи стартапів з боку корпорацій;
- неготовність внутрішніх процесів корпорацій для швидкого тестування та інтеграції зовнішніх рішень;
- брак стратегічної підтримки з боку топ-менеджменту;
- відсутність досвідченого і надійного партнера, готового супроводжувати процес пошуку, оцінки та інтеграції рішень стартапів;
- недостатнє розуміння стартапами вимог і внутрішніх процесів корпорацій;
- відсутність інноваційної корпоративної культури;
- точкові пропозиції від стартапів, не прив'язані до технологічних запитів корпорацій.

Корпоративні інновації успішно розвиваються, коли компанії вже пройшли стадію становлення, але при цьому відчують, що умови ринку і зростання конкуренції здатні підірвати їх бізнес і темпи зростання, до яких вони звикли. На вітчизняному ринку багато компаній поки що не готові до ризикованих інвестицій. Великі гравці часто не бачать ризику появи нових гравців, які впливають на їх бізнес. Є й певні законодавчі, правові обмеження, пов'язані з організацією закупівель, виділенням фінансування тощо.

Таким чином, багато українських компаній реалізують різні за цілями та змістом ініціативи корпоративних інновацій, які не є частиною інтегрованого довгострокового плану дій і стратегії. Як і в зарубіжних корпораціях, цей процес ускладнює типова організаційна структура корпорацій, за якої проєкти належать до різних функціональних підрозділів. Україна не має досвіду та усталеної практики розбудови партнерств та укладення партнерських угод, а відносини в середині компаній будуються за законодавством, яке прийнято на ідеях та поглядах сімдесятих років ХХ століття. У частині роботи із зовнішніми інноваціями не вибудовано такі процеси, як єдине вікно для пошуку технологічних рішень із загальними вимогами до вхідних заявок, процедури відбору, пілотування і подальшого масштабування рішень на базі корпорації.

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ СИСТЕМИ КАДРОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПІДПРИЄМСТВА

О. В. ДИМЧЕНКО, д-р екон.наук, проф.

В. К. ОСТРОГЛЯД, аспірант

*Харківський національний університет міського господарства
імені О. М. Бекетова*

Нині склалася необхідність ефективного формування системи кадрового забезпечення, оскільки кадрове забезпечення будь-якого підприємства охоплює багато сфер його діяльності. Отже, від кваліфікованої організації системи кадрів залежатиме успіх та розвиток підприємства.

Під кадровим забезпеченням системи управління персоналом розуміється необхідний кількісний та якісний склад працівників кадрової служби організації.

Кадрове забезпечення – це один із напрямів кадрової політики, результат формування складу персоналу, що відповідає за своїми характеристиками тактичним та стратегічним цілям організації, спрямований на вдосконалення кадрового потенціалу організації.

На мою думку, ці визначення відображають сутність кадрового забезпечення. Узагальнюючи, можна сказати, що кадрове забезпечення – це система принципів, форм та методів формування необхідного кількісного та якісного складу персоналу, спрямована на вдосконалення кадрового потенціалу та ефективно його використання. Це визначення є більш детальним та розкриває сутність кадрового забезпечення, оскільки, по-перше, під формуванням мається на увазі кілька процесів залежно від етапу роботи з персоналом. Це може бути ланцюжок пошук - відбір - підбір персоналу, тобто первинне формування кадрового складу. Також це може бути розвиток персоналу, тобто подальше вдосконалення кадрового складу, що веде до розкриття потенціалу. По-друге, відповідність кількісних та якісних критеріїв важлива для розвитку організації в цілому.

По-третє, вдосконалення кадрового потенціалу необхідне забезпечення організації кадрами як на даний час, а й у перспективу; а цього можна досягти не лише за допомогою залучення нових людей, а й за допомогою розвитку та використання потенціалу наявних співробітників.

Механізм кадрового забезпечення є сукупністю форм та методів реалізації процесів системи кадрового забезпечення. Його відрізняє деталізованість та фрагментованість, які дозволяють вирішити завдання щодо формування кадрового складу організації, за допомогою поетапного підходу.

Таким чином, кадрове забезпечення представляє систему принципів, форм та методів формування необхідного кількісного та якісного складу персоналу, спрямовану на вдосконалення кадрового потенціалу та ефективно його використання. Виділяють етапи системи кадрового забезпечення: кадрове планування та прогнозування, набір та відбір персоналу, його розвиток, контроль та оцінка. Кожен з них має свої особливості та характерні риси.

Так, кадрове планування дозволяє виробити вимоги, критерії та прогнози у рамках забезпечення організації необхідним персоналом; на основі набору та відбору обираються найкращі претенденти для зайняття посад; навчання та розвиток дозволяє вдосконалювати свої навички; оцінка спрямована на визначення досягнень, сформованих проблем та розробку можливих шляхів їх вирішення.

Список використаних джерел:

1. Ільїна О. А. Системно-компетентнісний підхід до управління розвитком кадрового потенціалу підприємства. Економіка і Суспільство. 2016 р. Випуск № 7. С. 72–77.
2. Касич А.О., Медвідь Г.С. Управління кадровою безпекою на українських підприємствах через призму макроекономічних процесів. Ефективна економіка. 2019. URL: http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/1_2019/11.pdf.
3. Кириленко І.Т. Кадрове забезпечення підприємства. Економіка АПК. 2014. № 11. С. 12-17.
4. Семенов А.Г. Стратегічне планування розвитку кадрового потенціалу підприємства. Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету: Економічні науки: зб. наук. праць. 2010. Вип. 18. С. 358–365.
5. Танасюк І.М., Кіршо С.М. Формування кадрового потенціалу підприємства через розвиток креативних здібностей персоналу. Бізнес Інформ. 2021. № 4. С. 310-315.

РОЗВИТОК РИНКУ ДВЕРЕЙ В УКРАЇНІ. СУЧАСНИЙ АСПЕКТ

Ю. М. СУШКО

Університет імені Альфреда Нобеля,

Ситуація на будь-якому товарному ринку в Україні надто залежить від поточної ситуації всередині країни, а саме вона дуже пов'язана з ризиками небезпеки мешканців та їх будівель. Нестабільність чітко вплинула на настрої споживачів. Під час військових дій багато будинків і квартир зазнали шкоду, що призвело до пошкодження або руйнування вхідних та міжкімнатних дверей, які неможливо відновити. Тому сьогодні в Україні, навіть за умов війни, ринок дверей продовжує працювати практично без простоїв.

Виробники дверей в країні активно розширюють асортимент, пропонуючи не тільки традиційні моделі, а й нові, більш сучасні варіанти, які краще відповідають поточним потребам. Сюди відносяться міцніші, надійніші двері з вищим рівнем захисту та захисту від злому. Однак через складну економічну ситуацію існує попит і на більш доступні моделі дверей. Це можна пояснити двома факторами: економією коштів і можливістю їх тимчасового використання в разі повторних руйнувань під час війни. Коли конфлікт пройде, ці двері можна замінити на більш надійні та довговічні моделі.

В даний час в світі дизайну інтер'єру і вибору міжкімнатних дверей існує кілька популярних тенденцій, які відображають актуальні дизайнерські рішення що створюють переваги для покупців і в Україні. Розглянемо більш детально найпоширеніші з них.

Перш за все це мінімалізм, цей стиль багатьом подобається, тому що характеризується простими лініями, відсутністю зайвих декоративних елементів і використанням нейтральних кольорів. А щодо досліджуваної групи, то міжкімнатні двері в цьому стилі мають гладкі поверхні і звичайний простий дизайн.

Незважаючи на популярність мінімалізму, класичні міжкімнатні двері у стилі класицизму все ще користуються високим попитом, тому що вони більш декоративні і можуть мати дерев'яні панелі, різьблені елементи і багатий декор.

Скандинавський стиль також популярний серед українських споживачів, завдяки яскравим кольорам і натуральним матеріалам. Скандинавські міжкімнатні двері можуть бути білими та мати мінімалістичний дизайн.

Наступні це міжкімнатні двері зі склом або скляними панелями теж представлені на внутрішньому ринку, тому що вони пропускають світло і створюють необхідне для будь якої людини відчуття простору.

Стильові знахідки, натуральні тони та текстури деревини, а також кольори, навіяні природою (наприклад, сірий і зелений), – це мода в сучасному дизайні інтер'єру.

До незвичайних знахідок слід віднести нові варіанти відкривання дверей, такі як пристінні розсувні двері (магазинні та розсувні системи) або схожі на книжкові шафи стають все більш затребуваними споживачами.

Цей огляд логічно завершують білі міжкімнатні двері, як в матовому, так і глянцевому виконанні, тому що вони роблять приміщення більш світлим і чистим.

Таким чином, незважаючи на складну ситуацію ринок міжкімнатних дверей в Україні можна охарактеризувати як сформований, висококонкурентний і динамічний. Практично весь представлений асортимент виготовляють близько 30 національних підприємств. Хоча ще 10 років тому лідерами на ринку були імпортери, а кількість місцевих виробників не перевищувала десяти.

Сьогодні їхня продукція представлена в різних цінових сегментах, має сучасний дизайн, зроблена з використанням міцних натуральних та альтернативних матеріалів. Внутрішній ринок споживання в Україні нині становить 100-110 тис. дверей на рік [1].

Більшість компаній використовують сучасні технології виготовлення і це дозволяє задовольнити потреби вітчизняного ринку і експортувати продукцію, тому що Україна має значні сировинні ресурси для виготовлення дверей. Найбільшою проблемою на ринку довговічних, надійних і естетичних дверних конструкції є все ще низька купівельна спроможність населення.

Оскільки міжкімнатні двері ні є товаром першої необхідності, а інтер'єрне рішення, тому споживачі готові витратити кошти на дизайн та затишок власного житла. Але нестабільність чітко вплинула на настрої українців розлучатися із заощадженнями, також зріс попит на двері з коротким терміном виробництва та зараз є актуальним трендом екологічність виробу. Двері на

основі дерев'яних конструкцій є лідером на ринку внутрішніх дверей, де вони займають понад 80%. За показниками 2019-2021рр. спостерігався стабільний розвиток ринку, інноваційні тенденції та зростаюче бажання споживачів в унікальних інтер'єрах [2].

Через високу конкуренцію на українському ринку міжкімнатних дверей кожен виробник використовує схожі матеріали і більшість моделей дверей не відрізняються зовні. Лише позиціонування може бути використане для вирішення цієї ситуації шляхом створення додаткової цінності продукту, щоб споживачі не обирали ці вироби переважно на основі ціни.

Список використаних джерел:

1. Ціновий розподіл ринку міжкімнатних дверей: фотовиставка. Укрстат. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>
2. Найбільший забудовник України. Міністерство фінансів України. URL: <https://minfin.com.ua/realty/rating/2019>

ТРАНСФОРМАЦІЯ МОДЕЛЕЙ ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА ПІДПРИЄМНИЦТВА

В. В. СМАЧИО, д.е.н., професор

Є. О. КОРОЛЬОВ, здобувач ступеню PhD

Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова

Наш світ швидко та неспинно змінюється, що штовхає науковців розробляти різноманітні моделі, які б могли описати ці зміни. Існує певна сукупність концепцій, які описують зовнішнє середовище, світ, в якому ми живемо та здійснюємо підприємницьку діяльність. Це концепції або, як досить часто говорять, моделі світу: SPOD, VUCA, BANI та інші. Їх характеристика представлена в табл. 1.

Таблиця 1 - Характеристика моделей, які описують зовнішнє середовище[1-3]

Модель	Період	Характеристика
SPOD	до 1980-х	Steady – стабільний, постійний, рівномірний, сталий; predictable – передбачуваний, очікуваний; ordinary – простий, постійний; definite – визначений, врегульований, фіксований
VUCA	3 1980-х (2000-х)	Volatility - непередбачуваність, мінливість, нестійкість, uncertainty - невідомість, невизначеність, неоднозначність, розпливчастість, недостовірність; complexity - заплутаність, складність, переобтяженість; ambiguity - неясність, неоднозначність, двозначність основних умов та ситуацій.”
BANI	3 2016р. (2020 р.)	Brittle – крихкий; anxious – тривожність; nonlinear – нелінійний; incomprehensible – незбагненний.

DEST	з 2022р.	disorder – суспільство, де панує безлад, хаос;– egocentric – егоцентричність влади;– suppression – замовчування інформації, придушення волевиявлення народу;– turbulent – турбулентне бізнес-середовище.
SHIVA	з 2022р.	Split – розщеплений; horrible – жахливий, супроводжується постійним почуттям тривоги; inconceivable – неймовірний, формує ситуацію невпевненості; vicious – нещадний; arising – відроджується, після кризи ринок товарів і послуг змінюється, тому відновленими будуть ті, хто першими адаптуються до нових умов.
TACI	з 2022р.	Turbulent -турбулентний; accidental – випадковий; chaotic – хаотичний; inimical -ворожий/

Як бачимо, найпершою є модель світу SPOD, яка описувала середовище існування людства до 80-х, а в деяких випадках кажуть до 2000-х років минулого сторіччя. Цей світ був стабільний, передбачуваний, прогнозований, досить простий і врегульований. Звісно, вести підприємницьку діяльність в такому середовищі було легко – працювали відомі закони та паттерни поведінки. На зміну світу SPOD прийшов світ VUCA. Вважають, що термін VUCA з'явився на початку 90-х років і пов'язаний з ім'ям американського полковника Стефана Гарроса, доктора поведінкових наук [3]. Тоді він працював над вирішенням завдання, сформульованого керівництвом Пентагону: як треба діяти військовим, коли бойові обставини постійно змінюються. Економісти Уоррен Бенніс і Берт Нанус привнесли цей термін у сферу бізнесу, описавши його у своїй книзі «Лідери». На початку 2000-х лідери ринку, такі як Coca-Cola, Apple і Hewlett Packard, почали використовувати модель VUCA для своїх стратегій [1]. Але на сьогодні і він вже не описує ті виклики, з якими стикається людство.

У статті Facing the Age of Chaos ("Зустріч з епохою хаосу") професор Каліфорнійського університету Жаме Кассіо (Jamaïs Cascio) запропонував новий термін – VANI. Тому зараз науковці говорять про VANI світ, який є крихким, тривожним, нелінійним та незрозумілим. Вважалося, що цей світ протримається від 5 до 7 років, але для України він завершився 24 лютого 2022 року, коли світ навколо нас і життя рухнуло і зламалося і ми не знаємо чого очікувати в майбутньому і яке буде наше майбутнє. Тому можна вважати, що з 2022р. підприємці мають вести діяльність в абсолютно новому світі, які описують моделями DEST, SHIVA, TACI. Найбільш песимістичною та лякаючою є модель SHIVA, яка говорить про життя в жахливому світі. Також характеристикою нового світу є турбулентність. Позитивним аспектом, який стосується перспектив розвитку є arising як характеристика відродження.

Узагальнюючи, відмічаємо швидку трансформацію характеристик оточуючого середовища, в якому сучасні підприємці мають здійснювати свою діяльність. Це ускладнює стратегічні аспекти управління та планування, прийняття управлінських рішень не тільки в умовах невизначеності, але й в умовах постійних нелінійних змін та неявних зв'язків.

Список використаних джерел:

1. The World VUCA and BANI That Will Replace Them
URL: priceva.com/blog/transforming-world-vuca-bani-shiva-taci

2. Чалюк, Ю. (2022). Глобальний соціально-економічний розвиток в умовах VUCA, SPOD, DEST TA BANI світу. *Економіка та суспільство*, (36).
<https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-36-21>

3. Печерна А. На зміну VUCA прийшов BANI-світ: що допоможе адаптуватися URL: <https://osvitanova.com.ua/posts/5601-na-zminu-vuca-pryishov-bani-svit-shcho-dopomozhe-adaptuvatysia>

ЗАХОДИ ЩОДО ПІДТРИМКИ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

М. М. ЧУЙКО, к.т.н., доц.

К. В. ДЕЙНЕГА, здобувач ступеня доктор філософії

Українська інженерно-педагогічна академія

На сьогодні соціальне підприємництво в Україні відіграє важливу роль у вирішенні соціальних проблем та сприяє сталим змінам в суспільстві. Розвиток вітчизняного соціального підприємництва вимагає комплексного підходу та ряду заходів з боку уряду, бізнесу та громадськості. Нормативне регулювання є ключовим чинником для стабільного та ефективного розвитку соціального підприємництва в країні.

З метою сприяння підтримки та розвитку соціального підприємництва в Україні та його нормативного регулювання нами запропоновано впровадження наступних заходів.

Створення сприятливого правового середовища:

- розробка та удосконалення законодавчої бази, що регулює соціальне підприємництво, з метою забезпечення чіткості, прозорості та захисту прав соціальних підприємств;

- визначення критеріїв і стандартів, що визначають соціальні підприємства, надання їм певного правового статусу та певних переваг, наприклад, податкових пільг або підтримки при отриманні фінансування.

Фінансова підтримка:

- розробка програм фінансової підтримки для соціальних підприємств, включаючи надання грантів, субсидій та інших фінансових інструментів;

- створення спеціальних фондів або банків, що надають доступ до фінансування для соціальних підприємств за вигідними умовами;

- залучення інвесторів, які цікавляться соціальним впливом та готові вкладати кошти в підприємства, спрямовані на вирішення соціальних проблем.

Освіта та інформаційна підтримка:

- запровадження освітніх програм для підприємців та потенційних засновників соціальних підприємств, а також для підвищення рівня обізнаності населення щодо соціального підприємництва та його переваг;

- забезпечення інформаційною базою та консультаційною підтримкою для соціальних підприємців щодо їх діяльності та розвитку.

Створення мереж та платформ для обміну досвідом:

- розвиток об'єднань та мереж соціальних підприємств для обміну досвідом та взаємної підтримки;

- організація конференцій, форумів та заходів для сприяння обміну ідеями та практичним досвідом.

Сприяння соціальному інвестуванню:

- підтримка розвитку ринку соціального інвестування та інвестицій у соціальні підприємства;

- залучення фінансових установ, що визначають соціальні критерії в прийнятті рішень щодо інвестування.

Партнерство з громадським сектором:

- сприяння створенню партнерства між урядовими органами, бізнесом та громадськими організаціями для спільної розробки та впровадження програм соціального підприємництва.

Моніторинг та оцінка результатів:

- впровадження системи моніторингу та оцінки результатів соціальних підприємств для забезпечення їх ефективності та відповідності визначеним соціальним цілям.

Отже, ці заходи, на нашу думку, сприятимуть зміцненню соціального підприємництва в Україні, створенню нових можливостей для слабо захищених верств населення та сприятимуть сталому економічному та соціальному розвитку країни.

Загалом соціальне підприємництво може значно підвищити економічну ефективність та зробити суттєвий внесок у розвиток суспільства, залучаючи до свого процесу різні ресурси, включаючи людські. Так, соціальне підприємництво активно залучає до робочих процесів ті соціальні групи, які можуть бути виключені з традиційного ринку праці, наприклад, особи з інвалідністю або люди із соціально-економічними викликами. Це дозволяє їм активно брати участь у економічній діяльності та сприяє їх соціальному включенню. Соціальні підприємства часто спрямовані на створення робочих місць для тих, хто має обмеження або потребує підтримки. Це не тільки забезпечує їм можливість працювати, але також сприяє підвищенню їх матеріальних благ. Також соціальне підприємництво може стати джерелом інновацій та розвитку нових ринків. Враховуючи потреби соціально вразливих груп, підприємства можуть розробляти нові продукти та послуги, що відповідають соціальним потребам. Участь соціальних підприємств у господарській діяльності сприяє створенню економічно ефективних моделей, що приносять користь не лише індивідам, але й суспільству в цілому, забезпечуючи різноманітність та сталий розвиток. Соціальне підприємництво виступає як інструмент для розв'язання соціальних проблем, створення взаємовигідних економічних моделей та підвищення загального благополуччя в суспільстві.

Зростання кількості соціальних підприємств в Україні на 60 % за останні два роки є обнадійливим сигналом та свідченням потенційної популярності

соціального підприємництва в країні. Водночас існують проблемні моменти та необхідність підвищення обізнаності та розуміння цієї сфери серед громадськості, державних органів, суспільства та інвесторів.

УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКИМИ РИЗИКАМИ В ПРОЦЕСІ РЕАЛІЗАЦІЇ ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЄКТІВ

Є. М. ШАПРАН, д.т.н., професор

Р. В. МАЩЕНКО, аспірант

Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»

У сучасних умовах відбуваються значні зміни в інвестиційній стратегії підприємств. Ситуація супроводжується динамічними змінами в структурі джерел фінансування інвестиційних проєктів та методах їх оцінювання. Особливо важливим стає управління ризиками інвестиційного проєкту на підприємствах в умовах воєнного стану в Україні.

Сьогодні традиційні управлінські підходи до оцінки інвестиційних проєктів не завжди відповідають вимогам зацікавлених сторін, таких як власники підприємств, інвестори та замовники. Тому важливим стає розробка організаційно-економічного механізму управління ризиками інвестиційних проєктів на рівні підприємства. Дослідження в цьому напрямку є надзвичайно актуальними і повинні базуватися на об'єктивному визначенні проблем, зокрема на мікроекономічному рівні, і вимагають теоретичного обґрунтування.

Управління підприємницькими ризиками в процесі реалізації інвестиційних проєктів є критичним елементом для забезпечення успішності та ефективності інвестиційних ініціатив. Підприємницькі ризики включають широкий спектр небезпек, які можуть виникнути під час здійснення інвестиційних проєктів і впливати на їхні результати.

Розглянемо ключові аспекти управління підприємницькими ризиками в контексті інвестиційних проєктів. Важливим є ретельний аналіз можливих ризиків, які можуть виникнути на різних етапах реалізації проєкту, а також визначення і категоризація ризиків (фінансові, технічні, ринкові, правові тощо).

Необхідним є визначення ймовірності та впливу кожного ризику на проєкт та врахування взаємодії різних ризикових факторів і їхніх можливих наслідків.

Розробка стратегій для кожного ідентифікованого ризику, включаючи стратегії уникнення, зменшення, передачі та прийняття ризику обумовлює створення плану дій для кожної стратегії управління ризиками.

Систематичний моніторинг ризиків протягом всього проєкту дозволить вчасно виявити нові ризики і вжити заходи для їх вирішення.

Важливим є використання страхування для зменшення фінансових наслідків деяких ризиків та використання фінансових інструментів для управління фінансовими ризиками. Ефективна комунікація з усіма зацікавленими сторонами про ризики і заходи їх управління. Залучення керівництва, інвесторів та інших учасників проєкту до процесу управління ризиками. Після завершення проєкту необхідно проаналізувати результати

інвестицій та ефективність заходів з управління ризиками. Впровадження виправлень і вдосконалень у майбутніх інвестиційних ініціативах.

Загальний підхід до управління підприємницькими ризиками в інвестиційних проектах полягає в систематичному, комплексному та прозорому підході до ідентифікації, оцінки та управління ризиками для досягнення успішних результатів. Аналіз інвестиційних проектів в умовах ризику й невизначеності необхідний не тільки для отримання додаткових відомостей перед ухваленням рішення про доцільність реалізації проекту, але й для передбачення заходів захисту від можливих фінансових втрат. Іншими словами, аналіз служить не лише для отримання додаткової інформації, але і для передбачення конкретних організаційних, технічних, фінансових, правових та інших заходів, які вживають учасники проекту з метою управління проектними ризиками. Це включає такі заходи, як страхування, резервування, адаптація тощо.

Список використаних джерел:

1. Дудко П. М. Сучасні тенденції розвитку бізнес-технологій у підприємстві // Проблеми економіки. – 2017. – №3. – С. 170–174. – Режим доступу: https://www.problecon.com/export_pdf/problems-of-economy-2017-3_0-pages-170_174.pdf.

2. Кай О. Інтернет речей в Україні: чим корисний для бізнесу зараз і які його перспективи. – Електронний ресурс. – Режим доступу: <https://delo.ua/business/internet-recei-v-ukrayini-cim-korisnii-dlya-biznesu-zaraz-i-yaki-iogo-perspektivi-424611/>

УПРАВЛІННЯ БІЗНЕСОМ ЗА ДОПОМОГОЮ КОМУНІКАЦІЙ

Г. А. РИЖКОВА, к.е.н., доц.

Університет імені Альфреда Нобеля

Ділова бесіда як елемент комунікації будь-якого підприємства займає дуже важливу роль у внутрішній та зовнішній діяльності компанії. Всередині компанії такі бесіди часто проводяться з метою обміну інформацією та вирішення актуальних для компанії задач та проблем. І від того, як ефективно вони проходять, вирішується і ефективність рішень компанії. Операційна діяльність та управління компанією залежать від того, як керівники окремих підрозділів вміють комунікувати одне з одним. Невміла координація ділової комунікації в компанії може знизити її робочі показники і КРІ (ключові показники ефективності, англ. *key performance indicators*) навіть якщо в компанії зібраний штат найкращих спеціалістів.

На що ж конкретно впливає вміння вести бесіду? Розглянемо спочатку це питання на внутрішній діяльності компанії. Зазвичай у середнього та великого бізнесу дуже складна система управління та ієрархія співробітників і підрозділів. Це пов'язано різними напрямками у вирішенні задач: відділ маркетингу, продажів, дизайну, бухгалтерія та фінансовий, і це навіть якщо не враховувати виробничі

відділи. В будь-якій компанії кожен підрозділ має на меті виконувати свої робочі цілі задля однієї найвищої – це ефективне функціонування компанії, та у випадку підприємницької діяльності – отримання прибутку. Тому першим елементом ділової бесіди у внутрішній діяльності компанії є комунікація керівника підрозділу з підлеглими. Правильна постановка задач для кожного окремого співробітника, вирішення проблемних питань, конфліктних ситуацій та правильна координація кожного працівника – це все проходить через діалог та бесіду керівника з співробітниками відділів. Якщо керівник неправильно донесе цілі та задачі або очікуваний результат – працівники почнуть працювати неефективно і як наслідок виявиться, що весь цей час працівники розуміли і робили одне, а керівництву потрібно було зовсім інше. Для цього потрібно в кожній задачі ставити конкретний чітко вимірюваний результат від задачі і ключові показники ефективності для вимірювання (KPI).

Наприклад, в відділах продажу підприємства є задача – збільшити суму продажів в наступному місяці на 20%. Якщо керівник відділу продажів на зустрічі так і поставить задачу – скоріш за все вона не буде виконана.

Треба чітко розуміти показники, як це виміряти. Керівник має прописати стратегію і перший етап – декомпозицію, покрокові дії. Якщо продажів було на 100.000 грн, а треба зробити 120.000 грн. і ціль – 120.000 грн.

Потрібно розуміти, скільки принесе 1 продаж, наприклад середній чек 1.000 грн. І тут існує два варіанта стратегії: кількісна та якісна.

Можливо сформулювати перед працівниками дві задачі:

- зробити 120 продажів цього місяця з середнім чеком 1.000 грн.;
- або при можливості збільшити середній чек на 20% і зробити ті ж самі 100 продажів з чеком 1.200 грн.

Різна стратегія і формування задачі перед працівниками дасть різний результат. Звісно можна комбінувати та тестувати обидва варіанти для розуміння ефективності. І декомпонувати можна і далі: 120 продажів це 4 продажі в день. Для 4 продажів в день потрібно провести 10 зустрічей з клієнтами. Найкраща задача для окремого працівника не “збільшити суму продажів на 20% за місяць”, а “KPI – кожного дня проводити 10 зустрічей з клієнтами”, що і дасть для керівника необхідний результат. Вміння правильно поставити задачу – основа комунікації керівника відділу для постійного розвитку і функціонування бізнесу, тому налагоджена комунікація має бути в кожному підрозділі підприємства.

Наступний важливий етап комунікації – комунікація між керівниками підрозділів. Якщо розглянути три основних відділи: продажів, маркетингу та виробничий, то саме вони не можуть функціонувати без комунікації одне з одним. Для вирішення завдань, які ми розглядали вище для відділу виробництва може бути задача “Збільшити обсяги виробництва на 20%” щоб забезпечити зростання продажів і це також потрібно декомпонувати. Відділ маркетингу скоріш за все для збільшення продажів має збільшити рекламний бюджет і це все потрібно координувати. У великих компаніях координацією займаються менеджери вищого рівня (заступники директора, віце-президенти компаній або навіть власники). Бізнес функціонує як годинник і кожна деталь в ньому має бути

на своєму місці і виконувати свою задачу, тільки так це буде ефективний бізнес. Комунікація як раз і забезпечує роботу цього “годинника”.

У зовнішній діяльності будь якої компанії комунікація також займає основну роль, так як кожен бізнес не працює сам по собі. На кожній ланці існує багато партнерів, постачальників та посередників (аутсорс) – всі вони також забезпечують функціонування бізнесу.

Вміння правильно комунікувати та налагоджувати відносини з партнерами тільки збільшить потенціал кожної компанії. Для цього треба будувати відносини у форматі Win-Win (“виграв-виграв” перемога без переможених перша у теорії переговорів),

де партнери роблять одне одного сильнішими і на взаємовигідних умовах. Комунікація з постачальниками окрема тема в бізнесі, але глобально вона дуже сильно впливає на конкурентоспроможність підприємства на ринку. Отримати кращі умови на закупівлю сировини можна тільки через ефективне ведення переговорів і правильну побудову стратегії комунікації з постачальником.

Немаловажним фактором зовнішньої комунікації є і формування іміджу та репутації компанії і її власника на ринку і в мережах. Зараз є певний тренд на ведення “соціального життя компанії”, кожна компанія доносить свої цінності та погляди до аудиторії. Маленька помилка в комунікації власника компанії може нашкодити і авторитету його компанії, тому над цією сферою треба активно працювати і розвивати напрямок комунікацій у загалі та на конкретних напрямках у залежності від цілей і задач бізнесу.

ОСНОВНІ ЕТАПИ ПРОДАЖУ У ТОРГОВЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ

В. М. ОРЛОВА, к.т.н., доц.

Університет імені Альфреда Нобеля

Повномасштабне вторгнення суттєво ускладнило можливість ведення торговельного бізнесу. В той же час, незважаючи на труднощі, торговельний бізнес і надалі продовжує функціонувати, розвиватись і отримувати прибутки.

Прибутковість торговельного бізнесу залежить від цілого ряду факторів, одним із яких є персональний продаж. На відміну від інших способів продажу, персональний продаж є найефективнішим, адже він використовується при вільному спілкуванні з можливим покупцем. У менеджера з продажу є великий шанс порозумітися з клієнтом, знайти спільну мову і дізнатися якомога більше про його потреби. Крім того, кожна із сторін може легко розпитувати один одного, у разі якихось непорозумінь.

Також менеджер з продажу може зробити якісну презентацію певного продукту чи послуги особисто для клієнта, надати йому інформацію, проконсультувати щодо його використання. Крім того, можна представити клієнту відео з рекламою цього товару або ж дати буклет. При цьому менеджер з продажу може спостерігати за реакціями та емоціями покупця, це є важливим фактором, адже можна зрозуміти наскільки він задоволений. В разі

незадоволення, менеджер з продажу може виправити ситуацію і зробити все можливе, щоб клієнт вийшов із магазину з задоволенням [1].

При цьому персональний продаж є дуже витратним у фінансовому та часовому плані. Менеджери з продажу повинні прикласти немало зусиль, для того, щоб покупка все-таки здійснилася.

У ході продажу в торговельному бізнесі виділяють шість ключових етапів, у яких головним є безпосередньо клієнт [2]:

1) Пошук можливих клієнтів. Він відбувається за допомогою спілкування у телефонному режимі, реклама в інтернеті, через листування поштою або у соціальних мережах. Метою цього етапу є зацікавити людей якимось товаром/послугою та визначити їх необхідність у цьому. Крім того, на цьому етапі, можна скласти добре враження у клієнта та налагодити з ним комунікаційний зв'язок.

2) Пошук детальної інформації. Для цього збирається якомога більше даних, за допомогою яких можна визначити, яким товарам/послугам віддає перевагу клієнт, що його цікавить та як краще встановити гарні відносини і налаштувати на покупку.

3) Особиста зустріч. Основним завданням менеджера з продажу є сформуванню гарну думку від знайомства у клієнта, зосередити його увагу на певному товарі/послуги та підготувати до більш розгорнутого представлення у вигляді презентації.

4) Презентація продукції. Менеджер з продажу повинен справити хороше враження на клієнта представленням товару/послуги, розповісти про всі переваги та у разі потреби надати документацію, яка б деталізовано описала всі функціональні можливості та надала більш об'ємну характеристику. Можна створити відеоролик або, якщо це можливо, надати пробні матеріали для оцінки продукту.

5) Продаж товару/послуги. У ході спілкування, менеджер з продажу має звертати увагу на всі реакції та відповіді клієнта, адже за допомогою них він повинен визначити підходящий момент, коли потрібно запропонувати оформити покупку.

6) Підтримання зв'язку після укладення угоди. Менеджер з продажу повинен надалі контролювати поставку і всі подальші дії пов'язані з установкою товару або прослідкувати за тим, щоб клієнт був задоволений покупкою товару/послуги. Крім того, у разі виникнення питань щодо його використання чи виникнення проблем, покупець повинен отримати консультацію та вирішення негараздів.

Отже, використовуючи персональні продажі, менеджер з продажу налагоджує довгострокові відносини з покупцем і сприяє повторним покупкам.

Список використаних джерел:

1. Особиста продаж [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://stud.com.ua/45366/marketing/osobista_prodash

2. Король І.В. Маркетингові комунікації: навчально-методичний посібник / І.В.Король. – Умань: ВПЦ «Візаві», 2017. – 151с.

ЕКОСИСТЕМНИЙ ПІДХІД В ПІДПРИЄМНИЦТВІ

В. В. СМАЧИЛО, д.е.н., професор

М. І. ЧЕРНИХ, студентка

*Харківський національний університет міського господарства
імені О. М. Бекетова*

Постійна еволюція економічних відносин в умовах турбулентного конкурентного середовища зумовлює розвиток екосистемного підходу до ведення бізнесу. Екосистемний підхід на основі самоорганізації та продуктивної взаємодії суб'єктів господарювання дає змогу досягати позитивного синергетичного ефекту.

У 1993 році «Harvard Business Review» опублікував статтю Мура Дж. «Хижак і жертви: нова еволюція конкуренції», в якій автор розповів про концепцію бізнес-екосистеми. Новим терміном Мур Дж. назвав економічне співтовариство учасників ринку, які виробляють товари і послуги та функціонують відповідно до загального стратегічного напрямку, який детермінується одним або кількома провідними гравцями. Мур Дж. стверджував, що компанія має розглядатися не як елемент індустрії, а як частина бізнес-екосистеми, яка належить до кількох галузей [1].

Складові компаній формують інноваційні можливості, одночасно співпрацюючи та конкуруючи, з метою розробки нових продуктів і задоволення потреб клієнтів, що призводить до вдосконалення їх виробничої та управлінської діяльності. За словами Мура Дж., елементи екосистеми еволюціонують, пристосовуючись до потреб ринку на найбільший можливий рівень. Після публікації статті Мура Дж., термін "екосистема" став широко використовуваним поняттям у сфері бізнесу [1].

Зробивши висновок з даних слів, можна визначити, що компанії, які взаємодіють у межах екосистем, активно формують інноваційні можливості. Цей процес відбувається через співпрацю та конкуренцію, які прагнуть до розробки нових продуктів та задоволення потреб клієнтів. Одночасно відбувається постійне вдосконалення виробничої та управлінської діяльності компаній в межах цих екосистем.

Сьогодні поняття «екосистема» використовується для визначення складних еволюціонуючих багаторівневих систем, які функціонують на засадах автономності та взаємопов'язаності. Тому екосистемна парадигма дедалі частіше використовується в управлінні підприємствами, екологізації діяльності, технологічних інноваціях та процесах спільного створення цінностей.

Екосистемний підхід в підприємстві дозволяє не тільки створювати сприятливі умови для інноваційного розвитку, залучення інвестицій та забезпечення стійкого росту учасників екосистеми, він визнає важливість співпраці.

Поняття екосистемного підходу також використовується для розуміння діяльності спільнот, таких як Open Source-спільноти та інші організацій, що співпрацюють для досягнення спільних цілей, та для венчурних капіталістів, створення інкубаторів та акселераторів, що стали важливими складовими

розвитку підприємницьких екосистем, адже саме ці організації надають стартапам ресурси, необхідні для їхнього успіху.

Наразі ж такий екосистемний підхід став інструментом для успішного розвитку інноваційного підприємництва в Україні, що є важливим вектором інноваційного розвитку нашої держави в умовах глобалізації. Екосистеми в підприємстві стали більш глобальними. Співпраця між різними країнами та регіонами стала звичайною практикою. З'явилися глобальні інкубатори та інвестиційні фонди. Крім технологічних екосистем, екосистемний підхід став застосовуватися в різних індустріях, таких як автомобільна, медична та інші. Це дозволяє компаніям з різних галузей співпрацювати для вирішення спільних завдань, а у великих містах і регіонах наразі почали розвиватися спеціалізовані екосистеми.

В Україні значний внесок у дослідження питань екосистемності підприємств за сучасних умов розвитку економіки зробили такі вчені: М. Нагара, Є. Мішенін, Н. Дегтярь, С. Порев, Л. Петренко, М. Широкова та інші.

Таблиця 1.1 – Тракткування поняття «екосистемний підхід в підприємстві»

Автор	Зміст трактування
Нагара М. Б. І джерела возле каждого	Екосистемний підхід є синтезом механістичного (регламенти, інструкції, розклади) та органічного (цінності, мотиви, спільноти, мережева взаємодія) управлінських підходів
Мішенін Є. В., Дегтярь Н. В.	Економіка екосистемних послуг нами розглядається як сфера природо-суспільного розвитку, в якій на основі екосистемного управління природогосподарюванням та використання різноманітних ресурсів здійснюється використання і відтворення (виробництво), обмін, розподіл та споживання екосистемних товарів і послуг, формуються та постійно розвиваються механізми й інструменти включення їх у систему економічних відносин
Порев С. М.	Кожна підприємницька екосистема – це унікальна інституція, що має власні специфічні складові, людський потенціал, підсистему знань та інформації, а тому не існує стандартної стратегії їх розвитку. Вони не обмежують роль підприємницьких екосистем розвитком стартапів, а також вважають, що великі фірми часто відіграють центральну роль у екосистемах як атрактори кваліфікованої робочої сили
Петренко Л. А.	Екосистема інноваційного підприємництва є відкритим мережевим утворенням, яке генерує і впроваджує інновації, акумулює необхідні фінансові ресурси та є активним учасником економічних процесів
Широкова М. С.	Бізнес-екосистема являє собою спільноту, яка складається з учасників та процесів, що поєднують їх у функціональні мережі.

Джерело: розроблено автором на основі [2-6]

Отже, можна запевнити, що екосистемний підхід в підприємстві – це концепція, яка визначає підприємство як складну систему, що включає в себе різних учасників, таких як підприємства, стартапи, інвестори, науково-дослідні установи, урядові органи тощо.

Список використаних джерел:

1. Мрихіна О.Б., Стояновський А.Р., Міркунова Т.І. Перспективи стартап-компаній у контексті конкурентоспроможного розвитку українського ринку високих технологій. *Актуальні проблеми економіки*. 2015. № 9. С. 215—225.
2. Мішенін, Є. В. Економіка екосистемних послуг: теоретико-методологічні основи [Текст] / Є.В. Мішенін, Н.В. Дегтярь // *Маркетинг і менеджмент інновацій*. URL: https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream-download/123456789/41682/1/Mishenin_ecosystem.pdf
3. Нагара М.Б. Специфіка та інструментарій екосистемного підходу / М.Б. Нагара // *Науковий погляд: економіка та управління*, № 2 (82) / 2023. URL: <http://biblio.umsf.dp.ua/jspui/handle/123456789/5556>
4. Порев С. М. Концепція підприємницьких екосистем і реалії українських університетів: *Економічні науки Випуск 48 45 УДК 332.13 JEL Classification Code: L26, M13*. URL: <https://er.chdtu.edu.ua/handle/ChSTU/2332>
5. Панков А.В. Особливості ведення інноваційної діяльності в умовах впровадження парадигми відкритих інновацій. *Актуальні проблеми економіки*. 2013. № 9 (147). С. 113—118.
6. Широкова М. С. Моделювання архітектури підприємницької екосистеми територій України під впливом сервісизації бізнесу // *Соціальні технології: актуальні проблеми теорії та практики*, 2022, Вип. 93. URL: <https://doi.org/10.32840/2707-9147.2022.93.14>

ВПЛИВ ФАКТОРІВ ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА ТА КОНКУРЕНТНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПІДПРИЄМСТВА

О. В. ВІННИЧЕНКО, канд. екон. наук, доцент

А. Ю. БЕЗКОРСА, здобувачка

Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова

За сучасних умов управління конкурентоспроможністю підприємства набуває все більш актуального значення, це безпосередньо пов'язано з появою нових підходів в бізнесі, нових запитів та уподобань з боку споживачів, швидкого розвитку інформаційних технологій.

Відповідно на дію зовнішніх та внутрішніх факторів, на підприємстві може розпочатись кризовий процес, який може бути спричинений дією одного або декількох факторів одночасно. Так за місцем виникнення можна виділити наступні кризи:

- криза у сфері фінансового управління компанією;

- криза у сфері організаційного управління;
- криза маркетингу;
- криз у сфері управління персоналом;
- економічна криза;
- криза у сфері фінансів;
- політична криза;
- криза спричинена природними лихами.

Вплив зовнішніх та внутрішніх факторів потенційно позначається на можливості виникнення кризових явищ на бідь-якому етапі діяльності підприємства. Несвоєчасність впровадження антикризових заходів може призвести до поглиблення кризових явищ та навіть до банкрутства [1].

У сучасних умовах ведення бізнесу система антикризового управління повинна бути спрямована на регулярне відстеження ситуації на підприємстві з метою ідентифікації та врахування впливу на нього негативних зовнішніх і внутрішніх факторів, а також планування, організацію та реалізацію антикризових заходів, спрямованих на забезпечення стабільного функціонування компанії та запобігання банкрутству [2].

Основною метою будь-якого підприємства – є стабільна робота підприємства та отримання прибутку, а також бажано його зростання, а це можливо за умов збереження та розширення позицій на ринку.

Основні чинники зовнішнього середовища автори [3] поділяють на три основні групи: фактори світової економіки, макроекономічні та галузеві фактори.

На сьогодні науковці виділяють три основні рівні конкуренції між учасниками ринку: 1) мікрорівень, який включає окремі види продукції або послуг компанії; 2) мезорівень, який включає окремі галузі та господарські об'єднання компаній національної економіки, а також організації на рівні конгломератів; 3) макрорівень, який включає цілі національні господарські комплекси [4].

На основі аналізу існуючих підходів до визначення основних факторів впливу на конкурентоспроможність підприємства було сформовано перелік основних груп факторів зовнішнього та внутрішнього середовища, що впливають на конкурентоспроможність підприємства (рис. 1).

З наведених на рис. 1 факторів, саме вплив зовнішніх факторів є ключовим в умовах загальної нестабільності.

Фактори впливу на конкурентний потенціал підприємства - це сукупність рушійних сил і причин, що визначають динаміку цього показника. При цьому вплив на конкурентний потенціал підприємства слід розглядати та вивчати з двох позицій: зовнішнє середовище, тобто макро- та мікросередовище, в якому здійснює свою діяльність підприємство; внутрішнє середовище самого підприємства, яке складається з низки взаємопов'язаних ланок та сфер діяльності (ресурсів) [5].

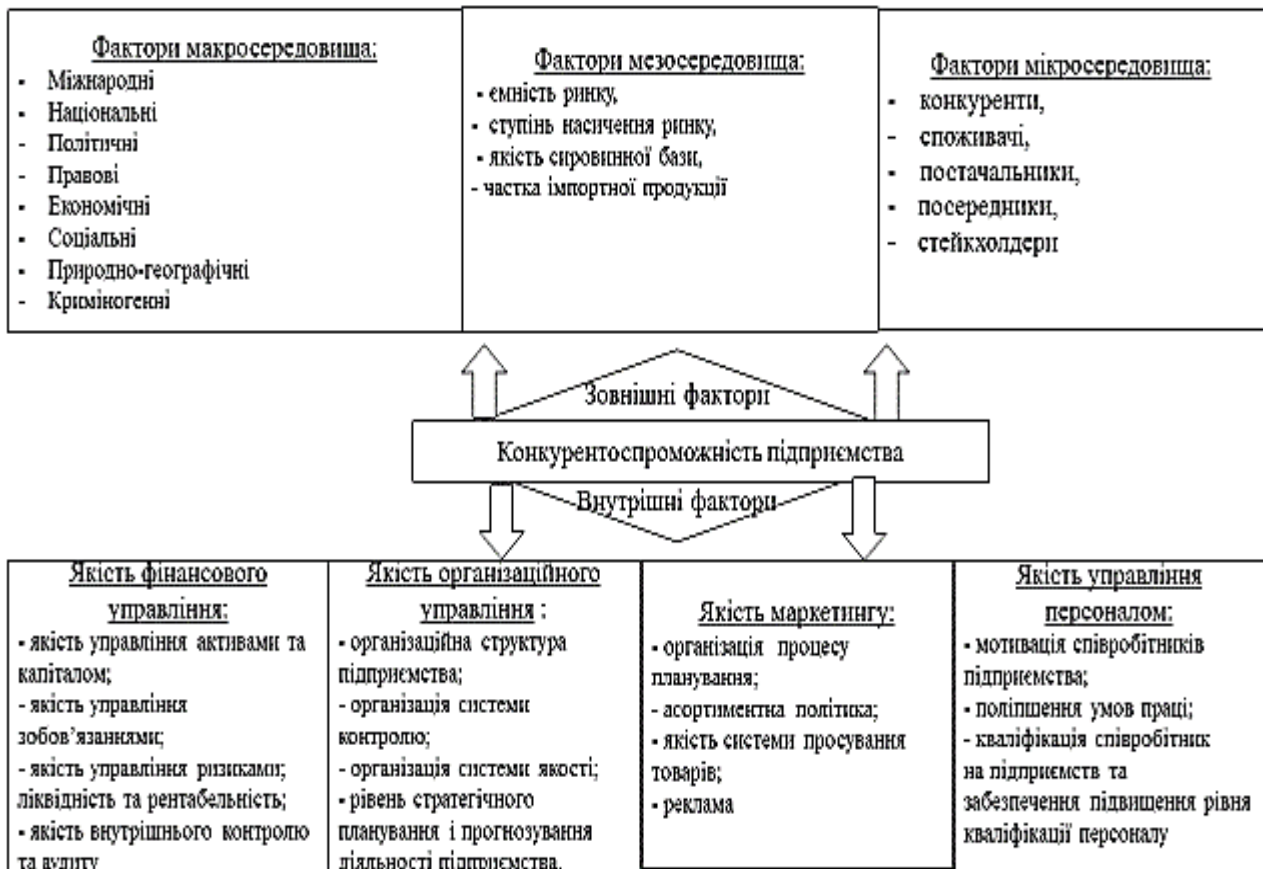


Рисунок 1 – Фактори, що впливають на конкурентоспроможність підприємства

Зовнішнє середовище - це фактори, що виникають і діють поза межами підприємства, причому незалежно від того, як воно функціонує на галузевому ринку (табл. 1).

Таблиця 1 – Фактори зовнішнього середовища, що впливають на конкурентний потенціал підприємства

Фактор	Результат прояву фактору
Суттєве підвищення цін на енергоносії	Зростання витрат на комунальні послуги призводить до збільшення собівартості продукції.
Збільшення темпів росту ринку кондитерських виробів	Зростання кількості конкурентів, необхідність постійно підтримувати рівень конкурентоспроможності продукції.
Вихід на ринок сучасного технологічного обладнання та застосування новітніх технологій для виробництва кондитерських виробів	Зменшення попиту на продукцію підприємства або збільшення номенклатури товарів
Зростання споживчого попиту на високоякісну продукцію	Необхідність розробки нового продукту, запуск нової продуктової лінійки

Погіршення рівня життя населення	Погіршення платоспроможного попиту населення
Значне податкове навантаження	Високі податки на ведення бізнесу; "несправедливі" тарифи на імпортовану з-за кордону сировину
Рівень державного контролю за діяльністю підприємств	Ухвалення більш жорстких законів для регулювання підприємницької діяльності

Що стосується внутрішніх факторів, то ці фактори підприємство може повністю контролювати, а от над зовнішніми факторами здійснити контроль практично не можливо. Так, під впливом зовнішніх факторів, підприємства стикаються з прямими ризиками від загроз, які викликані рівнем внутрішньої політичної нестабільності, мінливістю законодавчої бази, змінами в уподобаннях споживачів, зниженням купівельної спроможності споживачів, підвищенням соціальної напруги, недосконалим правовим механізмом господарювання, інфляційним тиском, що призводить до зростання цін на ресурси тощо.

Таким чином, як видно з аналізу зовнішніх факторів, компанія може зіткнутися з багатьма факторами зовнішньої загрози, які знаходяться поза її контролем. Іншими словами, для того, щоб подолати функціонувати та розвиватись підприємству необхідно пристосовуватись до дії зовнішніх факторів та оптимізувати свою внутрішню сферу таким чином, щоб мінімізувати вплив кризових явищ на діяльність компанії.

Список використаних джерел:

1. Гринчишин Я.М. Стратегічний підхід до антикризового управління підприємством. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Економіка і управління*. 2021. Том 32 (71). С. 38-41.

2. Драган О.І. Управління конкурентоспроможністю підприємств: теоретичні аспекти : монографія. Київ : ДАКККіМ, 2006. 160 с.

3. Коваленко Н.В., Мізюк С.Г. Міжнародна конкурентоспроможність підприємства: сутність, основні складники та джерела формування конкурентних переваг. *Приазовський економічний вісник*. 2019. Випуск 2. (13). С. 26-31.

4. Красняк О.П., Мицик В.О. Конкурентоспроможність і конкурентні переваги підприємства в сучасних ринкових умовах. *Ефективна економіка*. 2019. № 11. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/11_2019/42.pdf.

5. Соколова Л.В., Огородник В.А. Конкурентний потенціал промислового підприємства. *Сучасні стратегії економічного розвитку: наука, інновації та бізнес-освіта: матеріали I Міжнародної науково-практичної конференції (м. Харків, 3 листопада 2020 р.)* / За заг. ред. Т. В. Полозової [та ін.]. Харків. ХНУРЕ. 2020. С. 319-322.

ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

М. А. СТЕПАНОВ, здобувач ступеню магістр

В. В. СМАЧИЛО, д.е.н., професор

Харківський національний університет міського господарства

імені О. М. Бекетова

На сьогоднішній день розвиток ринкових відносин пов'язаний із низкою економічних проблем та зростанням рівня конкуренції між компаніями, а також збільшенням ролі споживачів. На цьому тлі підприємствам доводиться шукати нові способи ефективної взаємодії з учасниками ринку. Необхідною умовою довгострокового існування компаній стає розуміння залежності фінансових показників організації від якості створюваного образу компанії в очах інвесторів, керуючих та споживачів. Найважливішою конкурентною перевагою організації стає формування її стратегії розвитку, орієнтованої задоволення соціальних потреб зовнішнього та внутрішнього середовища [1].

Соціальна відповідальність означає, що окремі особи та компанії повинні діяти в найкращих інтересах навколишнього середовища та суспільства в цілому. Соціальна відповідальність бізнесу (СВБ) - відповідальність суб'єктів бізнесу (підприємництва) за дотримання норм і правил, неявно визначених чи не визначених законодавством (в галузі етики, екології, милосердя, людинолюбства, співчуття тощо), що впливають на якість життя окремих соціальних груп та суспільства в цілому.

Стосовно бізнесу соціальна відповідальність також відома як корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) і стає все більш помітною сферою уваги в бізнесі через зміну соціальних норм [2]. За визначенням Міжнародної організації праці - «Корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) - це спосіб, за допомогою якого підприємства враховують вплив своєї діяльності на суспільство та підтверджують свої принципи та цінності як у своїх власних внутрішніх методах і процесах, так і у своїй взаємодії з іншими учасниками. КСВ є добровільним, ініціатива, керована підприємством, і відноситься до діяльності, яка вважається такою, що перевищує норми закону» [3]. Корпоративна соціальна відповідальність - це новий спосіб управління компаніями, де враховується вплив їхньої діяльності як на співробітників, так і на зацікавлених сторін, а також у соціальному, економічному та екологічному аспектах. Стратегія корпоративної соціальної відповідальності (соціальної відповідальності бізнесу) – підхід в стратегічному управлінні підприємством, який базується на принципах соціальної відповідальності, що забезпечує його сталий розвиток, оформлений документально.

В основу заходів можна покласти матричний підхід, де, по одній осі представлені напрями соціальної відповідальності (економічний, соціальний, екологічний), а по іншій – стейкхолдери підприємства.

Таким чином, матриця для формування заходів, які будуть реалізовуватися в межах стратегії соціальної відповідальності бізнесу, представлена табл. 1.

Таблиця 1 - Матриця формування соціально відповідальних заходів (розроблено авторами на основі [4,5])

Акціонери (S_9)	E S_9	S S_9	Ec S_9
Клієнти (S_8)	E S_8	S S_8	Ec S_8
Співробітники (S_7)	E S_7	S S_7	Ec S_7
Місцеві громади (S_6)	E S_6	S S_6	Ec S_6
Уряд та регулятори (S_5)	E S_5	S S_5	Ec S_5
Громадськість та активісти (S_4)	E S_4	S S_4	Ec S_4
Постачальники та партнери (S_3)	E S_3	S S_3	Ec S_3
Фінансові інституції (S_2)	E S_2	S S_2	Ec S_2
Конкуренти (S_1)	E S_1	S S_1	Ec S_1
Стейкхолдери/Напрями соціальної відповідальності	Економічний (E)	Соціальний (S)	Екологічний (Ec)

Ефективне управління відносинами з цими стейкхолдерами є важливою складовою стратегії соціальної відповідальності та успішної діяльності компанії в цілому. Комунікація, прозорість та відкритість є ключовими аспектами взаємодії зі стейкхолдерами. Таким чином, стратегія КСВ формується з урахуванням цілеспрямованого встановлення та розвитку взаємовідносин із основними групами зацікавлених сторін (стейкхолдерами).

Список використаних джерел:

1. Яновська В., Деркач Д., Ніколенко М. Вплив корпоративної культури та соціальної відповідальності на конкурентоспроможність компанії URL: <https://em.duit.in.ua/index.php/home/article/download/27/29> DOI: 10.32703/2664-2964-2020-48-162-172

2. Смачило В.В. Управління кадровим потенціалом підприємства в контексті соціальної відповідальності . Академічний огляд. 2016. Вип. 1. С 119-126.

3. Corporate social responsibility URL: <https://libguides.ilo.org/corporate-social-responsibility-en>

4. Смачило В.В., Колмакова О.М., Коломієць Ю.В. Процедура аналізу стейкхолдерів підприємства Економіка і суспільство. 2017. Вип.12. С. 348-353.

5. Калініченко, Л. Л., Смачило, В. В., Попович, Д. В., & Авдієвська, О. В. (2020). Процедура формування комунікативної політики підприємства зі стейкхолдерами. *Економіка, управління та адміністрування*, (2(92)), 7–14. [https://doi.org/10.26642/ema-2020-2\(92\)-7-14](https://doi.org/10.26642/ema-2020-2(92)-7-14)

ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК: ПРОБЛЕМИ ТА НАПРЯМКИ ПРИСКОРЕННЯ

П. Т. БУБЕНКО, д.е.н., проф.

А. О. ЛЕВАНОВ, магістр

*Харківський національний університет міського господарства
імені О. М. Бекетова*

Інноваційна стратегія економічного зростання і випереджаючого соціально-економічного розвитку повинна включати завдання та цілі не лише інституційного характеру, але й макроекономічного. Економічна думка накопичила велику кількість робіт в області теорії економічного зростання. Найбільш відома з них - це модель економічного зростання Р. Солоу, у якій фігурують три фактори, що лежать в основі економічного зростання: праця, капітал, інноваційний потенціал. Саме цим науковцем була досліджена головна умова стабільного економічного зростання – так зване «золоте правило» капіталоозброєності економіки і показана залежність високих темпів економічного зростання від самого динамічного з означених факторів - фактору технологічної озброєності.

Зниження, особливо у період війни, чисельності населення України на 20 %, низький рівень оплати праці, високий ступінь безробіття - низька зайнятість й, нарешті, податкова політика, що стимулює втрату інтересу населення до продуктивної праці та робити заощадження - в сукупності знецінюють найголовніший перший фактор - працю. Тож можна стверджувати, що сьогоднішня макроекономічна політика не забезпечує зростання кількості і якості праці в масштабах економіки країни, і тому модель економічного зростання України буде приречена на свою реалізацію за убутиим фактором праці, як за кількістю, так і за якістю.

На фоні незмінного тренду відносного падіння ВВП і високих бюджетних витрат, така ситуація може бути охарактеризована як розмивання і руйнування інноваційного потенціалу. Податкова політика, що спрямована на наповнення бюджету будь-яким чином, вирішуючи поточні державні й адміністративні потреби у тривалому інтервалі часу, руйнує, а не розвиває цей потенціал.

Світова практика показує, що в умовах, коли населення і підприємства не можуть забезпечити необхідний рівень заощаджень й інвестицій, а значить і розвивати інноваційний потенціал, цю функцію бере на себе держава. Відповідно до рецептів Кейнса, вона повинна збільшити зайнятість, підтримувати певний рівень доходів населення за рахунок держзамовлень і фінансової підтримки, забезпечити ефективність функціонування підприємницького сектора.

Як відомо, тенденція зниження власних капіталовкладень, яка спостерігається вже не один рік поспіль - це показник відсутності приросту нових інноваційних технологій. Можна стверджувати, що інноваційний потенціал України втрачається швидше, ніж оновлюється. А в умовах, коли держава й приватний сектор економіки не можуть підтримувати належний рівень фінансування науки й відновлення технологій, це роблять прямі іноземні

інвестиції (ПП). Саме ПП дали високі темпи економічного зростання в нових індустріальних країнах, які ніколи не володіли таким, як Україна, рівнем освіти, накопичених знань і технологій, - усе імпортується через ПП. В Україні показник рівня інвестицій становить, за різними оцінками, всього 40-50 дол. США на душу населення [1].

За цей показник відповідає державна інноваційна політика. Разом з тим, за оцінками експертів, ступінь адміністративного регулювання української економіки дуже високий. За показником ступеня економічної свободи серед країн ЦСЄ Україна перебуває на одному з останніх місць. За ступенем відкритості економіки деякі експерти вважають її взагалі закритою [2], незважаючи на високу питому вагу експорту й імпорту у ВВП.

Ці показники пояснюють вкрай низький рівень інвестиційної привабливості України. За даними експертів ЄБРР, Україна має один з найнижчих показників інвестиційного клімату серед європейських країн [3].

Отже, можна стверджувати, що поточна тенденція падіння капіталу, ВВП, прибутків підприємств і низька активність іноземних інвесторів обумовлюють негативне відновлення технологічного рівня. Технологічний рівень застаріває швидше, ніж вводяться нові технології.

Таким чином, інноваційна стратегія розвитку держави, яка спрямована на забезпечення економічного зростання національної економіки, повинна містити в собі дві взаємодоповнюючі складові: інституціональну й макроекономічну.

Інституціональна складова має бути спрямована на:

- створення механізмів самоорганізації інноваційного розвитку, які мають забезпечити відбиття інтересів суб'єктів господарювання в поточній макроекономічній політиці;
- формування самоорганізуючої економічної системи другого виду, яка забезпечує своєчасну й безконфліктну зміну спрямованості макроекономічної політики, і є другою складовою формування ефективної інноваційної політики.

Макроекономічна складова має бути спрямована на забезпечення тенденцій зростання основних факторів виробництва - праці, капіталу, інноваційного потенціалу - й містити в собі:

- реформування податкової системи в частині визначення розмірів бази оподаткування та порядку відрахувань податків для активних суб'єктів інноваційного розвитку;
- реформування бюджетної політики в частині зниження питомої величини державних витрат у ВВП, заснованого на точних попередніх розрахунках;
- перенесення фінансування державних витрат, пов'язаних з конструюванням нових інноваційних інститутів розвитку в умовах зниження питомої ваги бюджету у ВВП, на зовнішні джерела;
- реформування інвестиційної політики в частині зниження адміністративних бар'єрів, доступу ТНК до національних фінансів, доступу резидентів України до міжнародних валютних ринків і, саме головне, забезпечення твердої безпеки інноваційного капіталу.

Для успішної реалізації поетапної стратегії інтеграції України в світову економіку, в тому числі на умовах інноваційно-економічного патерналізму, потрібне забезпечення високих темпів економічного зростання на основі реалізації інноваційної стратегії випереджаючого розвитку.

Список використаних джерел:

1. Губский С. Конкурентоспособность украинской экономики: ориентиры макрополитики в кризисных условиях // Экономика Украины. – 2019. - № 4. - С. 4-15.

2. Улюкаев А. Демократия, либерализм и экономический рост//Вопросы экономики. - 2018. - № 11. – С.19.

3. The Global Innovation Index 2020. URL: <https://www.globalinnovationindex.org/gii-2020-report>

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ ТА ВИМОГИ ДО ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНОЇ ІНФОРМАЦІЇ СТРАХОВИХ КОМПАНІЙ

Є. В. ГРИЦЬКОВ, д.е.н, проф.

А. Ю. БОНДАРЧУК, студент 2 курсу

Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова

Завдання збору та обробки обліково-аналітичної інформації тісно пов'язані з поняттям управлінського обліку. Управлінський облік, також відомий як облік витрат, представляє собою процес виявлення, вимірювання, аналізу, інтерпретації та передачі інформації керівникам для досягнення цілей організації [3, 10]. Основна різниця між управлінським і бухгалтерським обліком полягає в тому, що інформація управлінського обліку спрямована на допомогу керівникам організації у прийнятті правильних управлінських рішень, тоді як бухгалтерський облік спрямований на надання інформації зовнішнім контролюючим організаціям або потенційним інвесторам.

На сьогоднішній день у більшості досліджень обліково-аналітична інформація розглядається, як дані про транзакції господарського суб'єкта, що дозволяють оцінити його фінансові можливості та приймати правильні управлінські рішення для досягнення цілей управління ефективною зазначеного об'єкта. Для збору та обробки обліково-аналітичної інформації використовуються інформаційні системи управлінського обліку (ІСУО). ІСУО - це система збирання, зберігання та обробки даних, які використовуються особами, що приймають рішення. У загальному вигляді ІСУО представляє собою метод, заснований на застосуванні комп'ютерів для відстеження підприємницької та виробничо-господарської діяльності організації за допомогою сучасних інформаційних технологій. Таким чином, на сьогоднішній день управління обліком в підприємствах або компаніях нерозривно пов'язане з його автоматизацією. Питання управлінського обліку в страхових організаціях розглянуті в роботах Плиса В.Й. [7], Сосновська О.О. [8] та інших. Слід

відзначити, що специфіка страхування наклала певний відбиток на принципи організації управлінського обліку в страхових організаціях. Так, в деяких джерелах, пов'язаних з питаннями автоматизації страхування, управлінський облік в страхових компаніях називається страховим обліком [5].

Страховий облік - це поєднання перенесення інформації з одного носія на інший, порівняння інформації, яка міститься на первинному та вторинному носіях, її аналізу, обробки та подання у вигляді різних наборів результуючих аналітичних і статистичних даних. Перенесення інформації може здійснюватися [9]: 1) з одного паперового носія на інший (складання конспекту, ручне переписування тексту, набір на машині, друкарська верстка, ксерокопіювання); 2) з усної мови на паперовий (стенографія, конспектування); 3) з паперового носія на усний (читання тексту); 4) з паперового носія на електронний (електронна обробка документів, сканування документів); 5) з мовного носія на електронний (розшифрування мови); 6) з електронного носія на мовний (голосове озвучування електронного тексту); 7) з електронного носія на електронний (перенесення інформації з одного диска на інший в різних комбінаціях, пакетний імпорт та експорт інформації з однієї бази даних в іншу, передача інформації через Інтернет і т.д.).

При будь-якому переносі інформації неодмінно виникають втрати інформації, і для зменшення цих втрат і забезпечення надійного обліку необхідно максимально можливо зменшити кількість переносів інформаційної одиниці в будь-яких комбінаціях, що, власне кажучи, і є основною задачею технології, методології та логістики обліку. Технологія, методологія та логістика обліку визначаються бізнес-логікою виробничого процесу і визначаються обліковою політикою страхової компанії.

Страховий облік - одна з найскладніших, якщо не найскладніша з предметних областей обліку. Успішний бізнес неможливий без використання інформації високої якості. Оптимально організований облік є одним із основних складових успіху будь-якого бізнесу. Для страхового бізнесу він є вирішальним, оскільки без якісної статистики неможливо керувати ризиками, балансувати страховий портфель, складати прогнози та тарифи, забезпечити фінансову стійкість. Важливість наявності інформації високої якості і її вмілого використання для успішного ведення страхового бізнесу очевидна. Досягнення високої якості інформації неможливе без правильної організації обліку з використанням сучасних облікових технологій. Організація страхового обліку включає в себе організацію роботи підрозділів страхової компанії, що здійснюють страховий облік й їх взаємодію з іншими підрозділами компанії [2].

Для правильної та раціональної організації страхового обліку та документообігу необхідно [6]: I) впровадити обліковий інструмент - інформаційну систему, що відповідає всім відомим і перспективним потребам компанії та вимогам чинного законодавства; II) мати в структурі організації один або кілька підрозділів, що забезпечують ведення обліку; III) чітко регламентувати внутрішніми розпорядчими документами роботу облікових підрозділів, їх взаємодію між собою й з іншими підрозділами, порядок обліку та документообігу. В організації будь-якого бізнес-процесу перш за все необхідно

оцінити економічну та ділову ефективність. Проте у випадку процесів, які пов'язані з інформацією, економічна ефективність не завжди відображає реальний результат від вкладених зусиль й ресурсів. Як практика показує, страхова компанія, яка використовує неефективні інформаційні продукти або має хороший інформаційний продукт, але використовує його можливості на рівні від 5 до 10.

На рис. 1 варто представити контекстну DFD-діаграму страхової операції, в якій беруть участь [1]: 1) страховик; 2) - страховий агент; 3) страхувальник (клієнт).

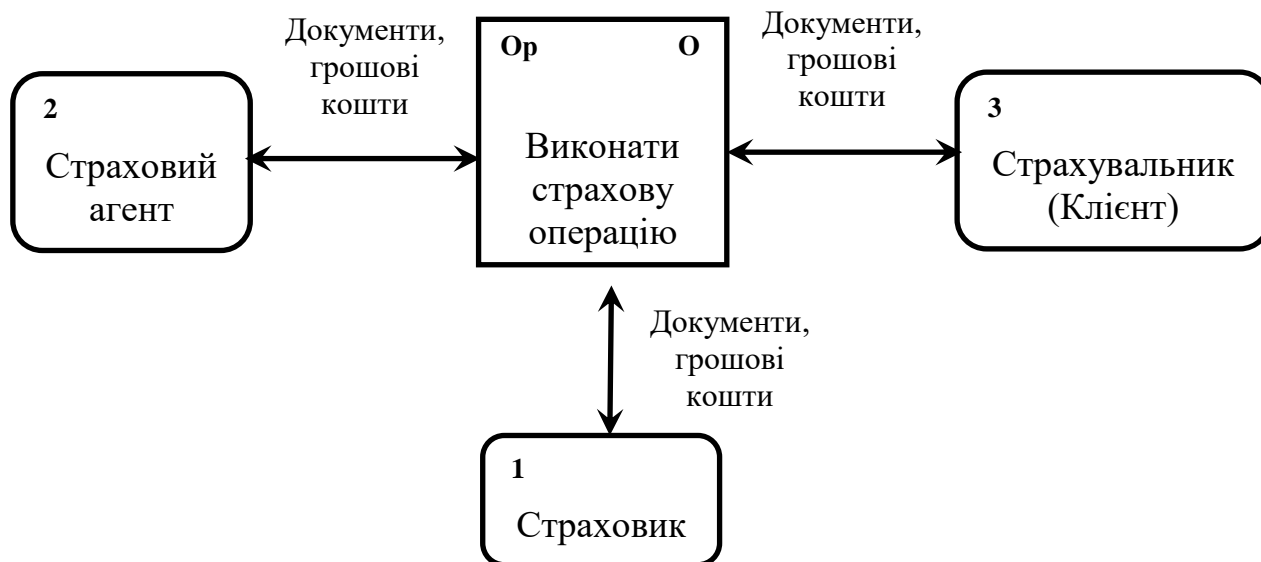


Рисунок 1 - Діаграма потоку даних страхової операції

Основу потоку даних складають первинні страхові документи: заявка на страхування; договір страхування; страховий поліс; виплатна справа; заява на страховий випадок; страховий акт; подання на виплату страхового відшкодування; сліп (факультативне перестраховання); бордеро (перестраховання) та інше. Серед інших особливостей страхового обліку важливо виділити функціонування в умовах ймовірності невизначеності [4] й обмеження на використання балансових моделей суттєво ускладнюють процес валідації облікових даних, при цьому структура типового договору страхування має наступний вигляд [33]:

$$D = (I, S, A, C, O, R),$$

де I - реквізити страхової організації; S - умови страхування; A - дані страхового агента; C - дані страхувальника; O - дані об'єкта страхування; R - сукупність страхових ризиків.

Структура типової виплатної справи U має наступний вигляд:

$$U = (E, L, V),$$

де: E - дані страхової події; L - дані заявленого збитку; V - дані акта про страхове відшкодування.

Отже, відмітимо, що: а) у більшості робіт обліково-аналітична інформація розглядається, як дані про транзакції господарюючого суб'єкта, які дозволяють оцінити його фінансові можливості та приймати правильні управлінські рішення

для досягнення цілей управління ефективністю страхової компанії; б) для збору та обробки обліково-аналітичної інформації використовується спеціальний клас інформаційних систем - ІСУО; в) страховий облік використовується для впровадження однієї з ключових функцій управління операційною діяльністю страхової компанії - функції контролю.

Список використаних джерел:

1. Автоматизація страхування: теорія та досвід (інформація з перших рук). URL: <https://forinsurer.com/public/03/03/14/341>.

2. Алескерова Ю.В. Страховий менеджмент: підручник / Ю.В. Алескерова, І.Ю. Салькова, Л.І. Федоришина. Вінниця: ВНАУ, 2019. - 295 с.

3. Гуцаленко Л.В. Управлінський облік: навч. посіб / Л.В. Гуцаленко, О.М. Колеснікова, І.М. Лепетан, У.О. Марчук, Л.В. Мельянкova. - Київ: ЦУЛ, 2020. - 370с.

4. Дзямулич М. Соціальне страхування, як елемент соціальної економіки в Україні. Економічний форум, 1(4), 3-8. <https://doi.org/10.36910/6775-2308-8559-2022-4-1>.

5. Долбнєва Д.В. Основи роботи і функціональні можливості системи IT-Enterprise з ведення обліку, звітності та оподаткування: навчально-методичний посібник / Д.В. Долбнєва, Романів Є.М. - Львів: «Ліга-Прес», 2019. - 149 с.

6. Плаксієнко В., Назаренко І., Гаркуша С. Безпаперова бухгалтерія на підприємстві: Навчальний посібник. - Київ: Центр навч. літ-ри, 2018. - 252 с.

7. Плиса В.Й. Страхування: підручник. - Вид. 2-ге, випр. й допов. - Київ: Каравела, 2019. - 512 с.

8. Сосновська О.О. Страхування: навчальний посібник / О.О. Сосновська. - Київ: Київ. ун-т ім. Б. Грінченка, 2021. - 328 с.

9. Страхова діяльність: метод. реком. / уклад.: О.М. Гладчук, С.С. Кучерівська. Чернівці: Чернівець. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2023. 80 с.

10. Управлінський облік: підручник / Фоміна О.В., Мошковська О.А., Августова О.О. - Київ: КНТЕУ, 2021. - 228 с.

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ МАРКЕТИНГУ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ В УМОВАХ КРИЗОВОЇ ЕКОНОМІКИ

Є. В. ГРИЦЬКОВ, д.е.н, проф.

К. О. ГОРБАТОВ, студент 2 курсу

*Харківський національний університет міського господарства
імені О. М. Бекетова*

У сучасних умовах господарювання готельних підприємств під маркетингом послуг розуміють процес їх розробки, просування та реалізації, орієнтований на виявлення та задоволення конкретних потреб споживачів. Поряд з цим відмітимо, що готельний маркетинг покликаний привести надання послуг у відповідність до попиту та спрямовувати зусилля готельних маркетингових служб на створення послуг, які задовольняють попит споживачів.

Враховуючи перелічені характеристики готельного бізнесу, визначення готельного маркетингу можна сформулювати так: готельний маркетинг – це система управління та організації діяльності підприємства з розробки, виробництва та надання послуг на основі комплексного обліку процесів, що відбуваються на ринку, орієнтований на задоволення особистих або виробничих потреб, що забезпечує досягнення готелем поставлених цілей.

Одночасно зазначимо, що маркетингова діяльність готелю включає наступні складові: вивчення кон'юнктури ринку та динаміки попиту на готельні послуги, що надаються; аналіз зміни цін на готельні послуги та їх замітники; прогноз зростання доходів споживачів та їх потреби в даних послугах; використання реклами як основного інструменту нецінової боротьби з готелями-конкурентами; стимулювання збуту готельних послуг (залучення споживачів шляхом надання пільг, розширення гарантованих прав споживачів, організація лотерей тощо); планування асортименту послуг з урахуванням соціально-психологічних установок споживачів (громадська думка про престижність проживання в певному готелі, придбання таких послуг); спеціальна організація обслуговування споживачів, заснована на принципі: готельна послуга шукає потенційного споживача [4, с. 469].

Враховуючи вищевикладене, на основі праць зарубіжних та вітчизняних науковців [2, 3, 5, 7, 8, 9] можна визначити особливості маркетингу послуг у порівнянні з товарами, які полягають у наступному: нематеріальний характер послуг дозволяє оцінити їх якість після їх надання; послуги продаються безпосередньо конкретному споживачу, що зумовлює збіг процесу виробництва та реалізації послуг і, отже, послуги є нерухомими; впровадження інноваційних технологій у сферу послуг та витіснення людської праці з послуг підвищує стабільність якості надання послуг; висока швидкість надання послуг як критерій якості обслуговування клієнтів. Тому, орієнтуючись на те, що маркетингова діяльність здійснюється з метою досягнення певного результату, цілями маркетингу можуть бути: 1) досягнення максимально можливого споживання; 2) досягнення максимальної задоволеності клієнтів; 3) забезпечення максимально широкого вибору послуг; 4) максимальне підвищення якості життя.

Визначення конкретних цілей маркетингової стратегії розвитку готельних послуг залежить від чинників, які доцільно об'єднати в групи: I) зміна комунікативної взаємодії зі споживачем (більша обізнаність потенційної аудиторії, більша лояльність споживача, його позитивне ставлення, задоволеність наданими послугами); II) покращення маркетингових показників (зростання частки ринку, збільшення обсягу продажів, підвищення вартості бренду, зростання прибутку); III) оптимізація рекламної політики (зниження витрат на контакт з цільовою аудиторією, пошук нових маркетингових інструментів).

Виходячи з сутності та особливостей маркетингу готельних послуг, можна сформулювати його основні принципи [6, с. 23]: 1) реалізовані готельні послуги повинні відповідати поточним і майбутнім потребам споживачів, ринковим можливостям і можливостям самих готелів; 2) повне задоволення потреб споживачів з урахуванням їх індивідуальних потреб і бажань, збереження та підвищення добробуту споживачів і суспільства в цілому, у тому числі

збереження екологічного стану природного середовища; 3) постійне розширення та оновлення асортименту готельних послуг, що надаються споживачам, з урахуванням останніх досягнень науково-технічного прогресу, забезпечення їх якості та безпеки для споживачів; 4) орієнтація готельного маркетингу на кінцеві результати діяльності шляхом постановки довгострокових завдань та їх поетапної реалізації в мінливому зовнішньому середовищі, постійного пошуку нових підходів до підвищення ефективності використання готельних ресурсів готелю, заохочення творчої ініціативи працівників, створення корпоративної культури; 5) комплексний підхід до досягнення поставлених цілей шляхом систематичного використання комплексу маркетингових інструментів; 6) максимальне врахування умов і потреб ринку з одночасним впливом на нього з метою гарантування конкурентних переваг готельного продукту та покращення іміджу готелю.

Виходячи з методології маркетингу як концепції управління ринком, враховуючи наведені маркетингові принципи, можна сформулювати наступні функції маркетингу готельних послуг [1, с. 244]: I) аналітична функція – це комплексний аналіз готельного ринку, що включає аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища, споживачів, конкурентів та асортименту послуг; аналіз структури управління готелем на відповідність обраній стратегії; II) виробнича функція - це модернізація існуючих і розробка нових готельних послуг, що задовольняють постійно зростаючі вимоги споживачів щодо якості та безпеки; постійний розвиток та вдосконалення системи надання послуг споживачам; III) збутова функція – функція, яка включає визначення задоволеності споживачів готельними послугами, організацію просування послуг на ринку, формування попиту та стимулювання збуту послуг, формування товарної та цінової політики; IV) функція управління та контролю – організація стратегічного та оперативного планування в готелі; інформаційне забезпечення управління маркетингом; організація системи комунікацій в готелі; організація маркетингового контролю, включаючи зворотний зв'язок і ситуаційний аналіз.

Таким чином, як бачимо, маркетинг як концепція управління готелем, на відміну від його використання як допоміжної функції забезпечення виробництва та реалізації послуг, акцентує увагу на спрямованості всієї сукупності функцій на задоволення специфічного ринкового попиту різних груп споживачів і, відповідно, на врахування кон'юнктуру ринку та вивчення конкретних потреб споживачів готельних послуг. Маркетинг в даному випадку є системоутворюючою функцією, яка визначає всі сфери діяльності виробників готельних послуг, тому саме маркетинг повинен визначати всю змістовну діяльність готелю.

Список використаних джерел:

1. Бобрицька Н.Д. Алгоритм формування маркетингових стратегій для підприємств туристичної галузі / Н.Д. Бобрицька // Формування ринкової економіки: зб. наук. праць. – 2013. – Вип. 30. – С. 242–249.

2. Волкова М. В. Напрями вдосконалення маркетингової діяльності підприємства / М. В. Волкова // Економіка та управління підприємствами. Глобальні та національні проблеми економіки. – 2017. – № 16. – С. 281–286.

3. Гузенко Г.М. Управління та вдосконалення маркетингової діяльності на підприємстві / Г.М. Гузенко // Економіка і суспільство. – 2017. – Вип. 12. – С. 227–234.

4. Зернюк О.В., Кійко А.В. Проблеми та особливості управління маркетинговою діяльністю в нестабільних ринкових умовах / О.В. Зернюк // Економіка і суспільство. – 2017. – №17. – С. 468–473.

5. Логоша Р.В. Особливості формування маркетингових стратегій підприємств / Р.В. Логоша // Міжнародний науковий журнал "Інтернаука". – 2018. – № 11 (2). – С. 22–26.

6. Мендела І. Я., Мендела Є. М. Маркетингові інновації в готельному бізнесі / І.Я. Мендела // Індустрія туризму і гостинності в Центральній та Східній Європі. – 2022. – № (4). – С. 21–25.

7. Полчанінова І. Л., Становихіна С. В., Чередніченко А. П. Характерні особливості та економічна сутність готельних послуг / І.Л. Полчанінова // Молодий вчений. – 2017. – № 1(41). – С. 680–684.

8. Рзаєв Г.І., Корольчук І.І. Управління маркетинговою діяльністю підприємства та напрямки її удосконалення / Г.І. Рзаєв // Економічні науки. – 2019. – №5. – С. 195–198.

9. Янчук Т. В., Любінчак К. Р., Вовколуп А. Ю. Ефективність упровадження маркетингових технологій на підприємствах готельно-ресторанного бізнесу / Т. В. Янчук // Науковий вісник Ужгородського національного університету. – 2022. – №29. – С. 176 – 179.

СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ

Є. В. ГРИЦЬКОВ, д.е.н, проф.

Д. А. ФОМЕНКО, студент 2 курсу

*Харківський національний університет міського господарства
імені О. М. Бекетова*

З розвитком виробництва визначилися елементи управління якістю продукції та послуг, однак на тому етапі розвитку система управління не була систематичною і постійною; все залежало від бажання та порядності керівників підприємств. В даний час проблема управління якістю стоїть на високому рівні, оскільки від обраної системи управління залежить конкурентоспроможність підприємства, можливість його виходу на зовнішні ринки і, перш за все, ефективність підприємства. Важливо зазначити, що поняття «менеджмент якості» є ширшим за поняття «управління якістю». Отже, менеджмент якості - це скоординована діяльність з керівництва та управління організацією щодо якості (може включати розробку політики якості, цілей в області якості та процесів для досягнення цих цілей в області якості шляхом планування якості, забезпечення

якості, управління якістю та покращення якості. У той же час управління якістю – частина менеджменту якості, що спрямована на виконання вимог до якості [1, с. 261]. Зазначимо, що виділяють наступні функції управління якістю на підприємстві: прогнозування та планування якості продукції; оцінка та аналіз якості продукції; контроль якості продукції; стимулювання якості продукції та відповідальність за неї.

Управління якістю спрямоване на регулювання всіх етапів життєвого циклу та передбачає: технічну підготовку виробництва; вхідний контроль; процес виготовлення продукції; організацію, мотивацію та оплату праці; облік та фінансову діяльність; контроль якості роботи та продукції; післяпродажне обслуговування в експлуатації.

Сучасні підходи до управління якістю ґрунтуються на ідеології загального менеджменту якості (TQM), орієнтованої на постійне покращення, мінімізацію виробничих витрат. Концепція TQM є основою міжнародних стандартів менеджменту якості ISO серії 9000. Поряд з цим зазначимо, що принцип загального менеджменту якості - це комплексний і цілеспрямований підхід до управління якістю у всіх функціональних підрозділах підприємства на всіх рівнях управління, на всіх стадіях життєвого циклу продукції або послуги, за участю керівництва та службовців всіх рівнів. Завдяки даній стратегії компаніям легше орієнтуватися на безперервне підвищення якості, мінімізацію витрат на якість, здійснення поставок вчасно [2, с. 26]. Відмітимо, що наразі виділяють такі принципи TQM: 1) орієнтація на споживача передбачає постійне вивчення та облік вимог споживачів, а також впровадження нових прийомів, спрямованих на залучення потенційних замовників; 2) зобов'язання керівництва: здійснення управління якістю, насамперед, відноситься до завдань та відповідальності керівника; 3) залучення персоналу: одним із головних принципів попередніх підходів управління якістю є значення персоналу у забезпеченні якості; тому співробітники компанії повинні залучатися до процесу управління якістю з метою його покращення та задоволення споживачів; для покращення якості діяльності працівників використовується два підходи: підвищення кваліфікації працівників та підвищення зацікавленості працівників до якісної праці; у рамках першого підходу на підприємстві має бути створена система освіти та самовдосконалення працівників; у рамках другого підходу має бути розроблена ефективна система мотивації праці, що сприяє залученню персоналу у процес забезпечення якості на підприємстві; 4) процесний підхід: управління якістю здійснюється у межах цілого бізнес-процесу (процесний підхід), а не окремої операції (операційний підхід); вся діяльність підприємства є сукупністю бізнес-процесів перетворення різних ресурсів в кінцевий продукт; вхід в один процес може бути виходом для іншого процесу, тому так важливо здійснювати управління та контроль на всіх стадіях процесів виробництва та надання послуг; 5) системний підхід до управління, при цьому підході підприємство сприймається як єдине ціле, система взаємозалежних процесів від розробки до постачання готової продукції замовнику; 6) постійне вдосконалення: якість характеризується непостійністю, тому керування нею має базуватися на принципі безперервності, для своєчасного виправлення дій слід збирати

інформацію про роботу системи управління якістю; 7) відносини з постачальниками: якість роботи компанії залежить від якості сировини та комплектуючих, а також від своєчасності їх постачання; необхідно будувати взаємовигідні відносини з постачальниками, що посилюють конкурентні позиції підприємства; 8) оптимізація витрат за якість: економічний підхід до управління якістю став важливою ланкою у забезпеченні комплексного управління та контролю якості [3, с. 157].

В рамках визначення сучасних підходів до управління якістю у готельних підприємствах зазначимо, що у будь-якому процесі беруть участь дві взаємодіючі сторони: суб'єкт та об'єкт. Об'єктом управління якістю виступають показники якості послуг, фактори та умови, що визначають їхній рівень, а також процеси формування якості. Суб'єктами управління якістю є керуючі органи та окремі особи, які здійснюють завдання управління відповідно до встановлених принципів та методів. У готельному підприємстві як суб'єкти виступають різні рівні управління, передбачені організаційною структурою підприємства - спеціалізовані служби, підрозділи, відділи, що виконують функції організації, координації та контролю робіт з управління якістю. Доречно відмітити, що одним із обов'язків підприємств індустрії гостинності у сфері управління та забезпечення якості є регулярне проведення внутрішніх перевірок якості, при цьому частота періодичних перевірок встановлюється планом внутрішніх перевірок. Співробітники, які проводять внутрішній аудит, повинні мати відповідну кваліфікацію та бути незалежними від того підрозділу, який вони перевіряють. Контроль якості встановлює як перевірку над якістю послуг, що надаються, так і нагляд якості роботи збутового апарату готельного підприємства. При управлінні процесами надання послуг на основі концепції TQM готель має важливі особливості:

I) присутність гостя в процесі надання послуг і, як наслідок, тісна взаємодія між споживачем і постачальником послуг;

II) необхідність забезпечення високого ступеня індивідуалізації праці відповідно до потреб споживачів;

III) при наданні послуг витрати праці можна порівняти лише з кваліфікованою ручною працею в матеріальному виробництві [3, с. 159].

Наведені характеристики демонструють, наскільки складно забезпечити ефективне управління якістю готельних послуг.

Список використаних джерел:

1. Балабанець А., Гапонюк О. Методичний підхід до оцінки якості обслуговування споживачів готельних послуг / А. Балабанець // Соціально-економічні проблеми і держава. – 2019. – Вип.21. №2. – С. 259–270.

2. Жалінська І. В. Сучасні підходи до управління якістю готельних послуг: їх розвиток та стан в Україні / І.В. Жалінська // Економіка, управління та адміністрування. – 2022. – № 3(101). – С. 24–31.

3. Мельник І.М. Сучасні підходи до оцінки якості обслуговування в готельних підприємствах / І.М. Мельник, Т.В. Химич // Економіка та управління підприємствами. – 2017. – № 14. – С. 155–161.

ТРАНСПАРЕНТНІСТЬ ЯК ОСНОВНИЙ ФАКТОР ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

О. О. РУДАЧЕНКО, д-р екон.наук, проф.

Д. МЕДВЕДЄВ, аспірант спеціальності 076 - Підприємництво та торгівля

Харківський національний університет міського господарства

імені О. М. Бекетова

Термін «транспарентність» історично сформувався в англо-американській соціальній науці та визначається як показник комунікації між публічною владою та громадськістю. Походження цього поняття вивчається з погляду лінгвістичного аспекту, де англійське слово «transparency» перекладається як «прозорий, зрозумілий, явний» («trans» – прозорий, наскрізь, та «pareo» – бути очевидним). Сучасність свідчить про відзначений тренд використання цього терміну в різних мовах світу, таких як французька («transparence»), італійська («trasparenza»), іспанська («transparencia»), німецька («transparenz») та інші.

На думку автоки В. Пилаєвою, сучасна правова доктрина розглядає поняття «транспарентності» з кількох теоретичних підходів [1]:

- як дослідження «транспарентності» в контексті права громадян на доступ до інформації про діяльність державних органів;
- як ототожнення термінів «транспарентність», «гласність», «прозорість» та «відкритість», які вважаються синонімічними;
- як окремі, не тотожні поняття, при цьому існують науковці, які взагалі не враховують категорію «транспарентності».

Українські наукові праці часто використовують терміни «прозорість» і «відкритість» як синоніми для «транспарентності», а також взаємозамінюють їх із «гласністю» та «публічністю». Основне значення терміну «транспарентність» в українській літературі часто асоціюється з інформаційною відкритістю соціальних, економічних та політичних процесів [2].

Процес транспарентності важливий в будь-якій діяльності, особливо гостро це відчувається в підприємстві, де інвестори або кредитори повинні мати довіру до керівництва [3].

Сучасний бізнес стикається з безпрецедентною кількістю викликів і можливостей, і транспарентність стає ключовим фактором успіху для підприємств у цьому конкурентному середовищі. Забезпечення високого рівня прозорості у веденні підприємницької діяльності визначається як стратегічна необхідність, відіграючи важливу роль у різних аспектах економічного та соціального розвитку. Так, сфоровані, основні напрямки, необхідні для процесу транспарентності.

1. Вимоги сучасного ринку. Сучасні споживачі дедалі більше схильні обирати продукти та послуги компаній, які володіють високим рівнем прозорості. Відкритість у відносинах з клієнтами є основною вимогою, оскільки споживачі прагнуть зрозуміти, звідки походить продукція, як вона виготовляється, та яким чином підприємство взаємодіє зі спільнотою.

2. Зміни в законодавстві. Багато країн активно впроваджують законодавчі ініціативи, спрямовані на підвищення рівня прозорості в бізнесі. Обов'язкові звітності, відкритість фінансових операцій та інші заходи стають необхідними елементами ведення підприємницької діяльності.

3. Збільшення довіри стейкхолдерів. Прозорість сприяє збільшенню довіри стейкхолдерів, включаючи інвесторів, партнерів, співробітників та громадськість. Підприємства, які відкрито демонструють свою діяльність, етичні принципи та соціальну відповідальність, здатні залучати більше ресурсів та можливостей для розвитку.

4. Ризики та кризові ситуації. В умовах глобальної економічної нестабільності підприємства стають більш уразливими перед ризиками та кризовими ситуаціями. Високий рівень прозорості сприяє забезпеченню швидкої реакції на негативні явища, зменшуючи можливість фінансових втрат та зберігаючи репутацію компанії.

5. Зростання соціальної відповідальності. Підприємства відчувають рости вимог до соціальної відповідальності, а прозорість стає ключовим інструментом в їхній реалізації. Як показник внутрішніх стандартів та відкритості у відносинах з громадськістю, цей фактор є основою для створення сталої та впливової компанії.

Таким чином, все більше підприємств розуміють, що прозорість – це не тільки правило гри, але і стратегічна перевага, яка забезпечує стабільність, взаємодію з ринком та позитивний вплив на співробітників та споживачів. Тому, питання створення прозорого та відкритого бізнес-середовища залишається однією з ключових тем в сучасному економічному дискурсі.

Список використаних джерел:

1. Пилаєва В. М. Наукові підходи щодо визначення принципу прозорості в діяльності органів виконавчої влади у вітчизняній науці адміністративного права. *Право і суспільство*. 2016. № 2. Ч. 2. С. 128–132.

2. Наливайко Л.Р., Чепік-Трегубенко О.С. Прозорість публічної влади: вітчизняний і зарубіжний досвід. URL: <http://er.dduvs.in.ua/bitstream/123456789/1999/1/2.1.pdf>

3. Коненко В.В., Рудаченко О. О. Процес цифровізації підприємницької діяльності як спосіб забезпечення прозорості господарювання. № 9 (2023): *ЕФЕКТИВНА ЕКОНОМІКА*. DOI: <http://doi.org/10.32702/2307-2105.2023.9.9>

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РОЗВИТКУ МАЛОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

О. О. РУДАЧЕНКО, д-р екон.наук, проф.

О. Ю. ПАЛАНТ, д-р екон.наук, проф.

О. РОГАТИН, студент 2 курсу, ННІ Економіки і менеджменту

Харківський національний університет міського господарства

імені О. М. Бекетова

Еволюція малого та середнього підприємництва є невід'ємною частиною ринкової системи економіки. Безумовно, це відповідає меті українських економічних реформ: створення ефективної конкурентоспроможної економіки, яка забезпечувала високий рівень та якість життя громадян.

Малий бізнес у України поступово стає органічною частиною національної економіки, набирається досвіду, розвивається та завойовує своє місце в економічній та соціальній структурі суспільства.

Малий бізнес – це основа ринкового господарства, що є найдосконалішою формою виробничо-економічних відносин, у яких підприємець веде свою діяльність за умов абсолютної господарської самостійності та майнової відповідальності [1].

На сьогоднішній день загальноприйнятого визначення малого бізнесу в теорії та практиці не існує. Зазвичай його пов'язують із обсягом діяльності та чисельністю працюючих на підприємстві. Саме за цими критеріями і розрізняють малий, середній та великий бізнес.

Розвиток малого бізнесу є однією з важливих умов сталого розвитку країни та регіону. Малі та мікропідприємства та індивідуальні підприємці сприяють задоволенню потреб населення у товарах та послугах, пом'якшенню проблеми безробіття, забезпечують досягнення таких імперативів стійкості, як ресурсозбереження та соціальна стабільність.

Світовий досвід доводить, що малий бізнес є важливим елементом ринкової економіки, відсутність якого гальмує гармонійний розвиток держави. Він багато в чому визначає темпи економічного зростання, структуру та якість валового національного продукту.

Безперервність розвитку – це одне з ключових завдань для підприємства малого бізнесу у всіх галузях економіки. Ключем до досягнення цього завдання має стати грамотна організація підприємницької діяльності.

У сучасних умовах малі підприємства належать до необхідних елементів економічної системи країни, оскільки цей сектор істотно впливає на темпи економічного зростання, структуру та якість валового внутрішнього продукту.

Таким чином, розвиток малого бізнесу певною мірою сприяє розвитку позитивних процесів в економіці, демократизації суспільства, збільшенню політичної ваги країни на міжнародній арені, що, своєю чергою, приносить цій державі не лише політичні, а й економічні дивіденди.

Список використаних джерел:

1. В.М. Бабаєв, Сухонос М.К., Димченко О.В., Рудаченко О. О. Тараруєв. Інтернаціоналізація підприємництва та потенціал конкурентоспроможності регіонів. Комунальне господарство міст. Сер.: Економічні науки. – Вип.7(160). 2020, С.2-10.

ЗЕЛЕНА ЕКОНОМІКА ЯК ФАКТОР РОЗВИТКУ ЕНЕРГЕТИКИ У ПІДПРИЄМНИЦЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

О. О. РУДАЧЕНКО, д-р екон.наук, проф.

І. САЗОНОВ, студент 2 курсу, ННІ Економіки і менеджменту
Харківський національний університет міського господарства
імені О. М. Бекетова

Екологічні загрози, що пов'язані зі зміною навколишнього середовища та зміною клімату, останніми роками посіли перше місце серед ризиків сталого розвитку суспільства. Про це свідчать документи ООН, її спеціалізованих організацій, рішення «Великої двадцятки» (G20), матеріали Всесвітнього економічного форуму. Всі зростаючі загрози поставили у пріоритет питання необхідності поступового зменшення негативного впливу на природу при підвищенні економічної ефективності. Саме тому на початку XXI століття почала набувати концепція «Зеленої економіки» [1].

«Зелена» економіка є балансом реалізації концепції сталого розвитку на більш ефективному енергоспоживанні та зменшенні впливу рівня вуглекислого газу (CO₂), зменшення шкідливого впливу на довкілля та розвитку соціально інтегрованого суспільства [2-3].

В Україні зелене енергетике почали використовувати з 2009 року як стимул для підприємницької діяльності. Це пояснюється зовнішніми загальносвітовими факторами такими як підвищення цін на нафту, обмеження пов'язані з використанням та політичний тиск з боку країн-експортерів нафти.

Тому, почали поступово переходити на «зелену енергетику» - використання енергії сонця, води, вітру, геотермальна енергія та біопаливо (біомаса). Вони також мають назву «відновлювальні джерела енергії». Їх активно вводять у підприємницьку діяльність.

У даний момент інституційна трансформація української економіки в напрямі її зеленого зростання має недостатньо цілеспрямований характер через недосконалість, невідповідність та неефективність наявних механізмів, а національна інституційна інфраструктура забезпечення «зеленого» зростання, не лише інструментарій для досягнення національних цілей, а й передумова успішної загальнодержавної політики. Для підтримки національних цілей та міжнародної спільноти, були створенні Цілі Сталого Розвитку.

Цілі Сталого Розвитку – ключові напрямки розвитку країн, що були ухвалені на Саміті ООН зі сталого розвитку, вони замінили Цілі розвитку тисячоліття, термін яких закінчився наприкінці 2015 року [29-30].

ЦСР засновані на офіційному документі Генеральної Асамблеї ООН «Перетворення нашого світу: Порядок денний в області сталого розвитку на період до 2030 року» (англ. Transforming our world: the 2030 Agenda for Sustainable Development), від 25 вересня 2015 року, оголошує новий план дій, метою якого є виведення світу на траєкторію сталого та життєстійкого розвитку. Вони поділяються на 17 Цілей і 169 завдань [29-30].

Таким чином, сучасні шляхи розвитку зеленої енергетики мають велику актуальність в контексті зміни клімату, енергетичної безпеки та сталого розвитку. Ось кілька ключових аспектів, що є надзвичайно важливими в розвитку зеленої економіки:

Зменшення викидів CO₂: Зелена енергетика, зокрема виробництво електроенергії з використанням відновлювальних джерел, допомагає значно знизити викиди парникових газів. Це стає ключовим чинником в зусиллях світової спільноти зменшити негативний вплив глобального потепління.

Диверсифікація енергетичного портфеля: Зелена енергетика дозволяє країнам розширити свій енергетичний портфель і зменшити залежність від традиційних джерел, таких як вугілля та газ. Це полегшує енергетичну безпеку і робить країни менш вразливими до коливань цін на енергоносії.

Економічні переваги: Розвиток зеленої енергетики веде до створення нових робочих місць, сприяє інноваціям та стимулює економічний розвиток. Відкриваються нові можливості для бізнесу, особливо в галузі виробництва технологій для використання відновлювальних джерел енергії.

Технологічний прогрес: Інвестиції в зелену енергетику стимулюють дослідження і розробку нових технологій. Це включає в себе покращення ефективності сонячних батарей, вітрових турбін, акумуляторів і систем зберігання енергії.

Глобальне партнерство: Співпраця між країнами у галузі зеленої енергетики сприяє глобальній стабільності. Спільні проекти та обмін технологіями допомагають створити спільні рішення для глобальних проблем, пов'язаних з енергетикою та зміною клімату.

Усі ці аспекти свідчать про те, що розвиток зеленої енергетики має величезне значення для сучасного суспільства, сприяючи вирішенню кліматичних викликів та сприяючи сталому економічному розвитку.

Список використаних джерел:

1. Косова Т.Д., Деєва Н.Е., Ползікова Г.В. Фінансова архітектоніка: потенціал розвитку для економіки, менеджменту, маркетингу. Інвестиції: практика та досвід. 2020. №14-15. С.10-16.

2. Цілі сталого розвитку. URL: <https://business.diia.gov.ua/handbook/sustainable-development-goals/cili-stalogo-rozvitku>

3. Про Цілі сталого розвитку України на період до 2030 року. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/722/2019#Text>

СУЧАСНІ ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Г. В. СТАДНИК, к.е.н., проф.

І. А. ОСТРОВСЬКИЙ, к.е.н., доц.

*Харківський національний університет міського господарства
імені О. М. Бекетова*

Рішення Європейської ради щодо початку переговорів з Україною про вступ до ЄС є, з одного боку, підтвердженням вектору нашої країни до євроспільноти, підтримки під час воєнного лихоліття, з іншого боку, підняттям планки вимог до впровадження сучасних технологій, дотримання демократичних принципів, урахування сучасних соціальних стандартів.

Це має особливий сенс для зовнішньоекономічної діяльності підприємств. Урахування глобальних трендів демографічного і «зеленого» переходів, прогресуючої цифровізації потребують сполучення соціально-економічних, екологічних та управлінських механізмів, що спираються на міжнародний досвід. І одним з ключових напрямків є підтримка та стимулювання розвитку експортного потенціалу.

Найвідомішим є визначення експортного потенціалу підприємства як обсягу конкурентоспроможної продукції, що потрібна на зовнішньому ринку, яку здатні виробити та збути господарюючі суб'єкти в наявних ринкових умовах.

Управління розвитком експортного потенціалу має системний характер. Для досягнення заданого рівня його реалізації необхідно постійно проводити дослідження, обґрунтовувати, контролювати і регулювати процеси, що відбуваються. Необхідна повна, точна та оперативна інформація про діяльність підприємства та зміни у зовнішньому середовищі. Такою об'єктивною інформацією систему управління може забезпечити стратегічний моніторинг.

Стратегічний моніторинг – це один із складників управлінської діяльності, що спрямований на збір, стратегічний аналіз інформації, оцінювання, прогнозування та контроль. Як постійний, комплексний та системний процес, він виступає основою для розробки рекомендацій для коригування поточного стану об'єкта відповідно до цільових параметрів, встановлених на етапі стратегічного планування

При керуванні розвитком експортного потенціалу підприємству треба спочатку спиратися на стратегію власного розвитку. Обрана стратегія є підставою для системи інструментів, які підприємство може ефективно застосовувати для прогресу експортного потенціалу. Незважаючи на те, що в арсеналі підприємств є різноманітний набір інструментів, багато з них, на думку сучасних вчених-економістів, мають резерви розвитку та потребують доопрацювання.

В експортному потенціалі підприємства можна назвати ключові внутрішні та зовнішні чинники, що стимулюють його прояви. Вони визначають конкурентоспроможність суб'єкта, його здатність створювати необхідний товар

у визначеній кількості, забезпечувати потрібну якість виробництва експортної номенклатури та ін.

На тлі цього створюється синергетичний ефект прогресуючого зростання ефективності зміцнення та прояву експортного потенціалу на зарубіжних ринках. Лише всебічний та достовірний облік взаємодоповнюючих і взаємозамінних чинників може обґрунтувати вітчизняним підприємствам, що просуюються на світовий ринок, належні конкурентні переваги.

У таблиці 1 зведено особливості управління розвитком експортного потенціалу підприємства.

Таблиця 1 – Характерні особливості управління розвитком експортного потенціалу

Характерні особливості	Фіксація сегменту ринку та концентрація зусиль на ньому	Спеціалізація у виробництві продукції
Бізнес-стратегія	Орієнтована на спеціальних споживачів	Однакова для всіх споживачів
Мета розвитку	Виведення на міжнародний ринок продукції під потреби конкретного споживача	Виведення на міжнародний ринок уніфікованої продукції
Територіальні переваги	Відповідно до розміщення споживача	Орієнтація на більшість країн світу
Асортимент	Враховуються потреби конкретних споживачів	Міжнародна стандартизація й уніфікація продукції
Виробничий розвиток	Ретельне опрацювання конкретних потреб споживачів	Оптимальне співвідношення між адаптацією та стандартизацією
Розміщення виробництва	Виробництво в окремій країні	Відповідно до досягнення конкурентних переваг
Постачання матеріалів та комплектуючих	Перевага постачальникам, які мають певні параметри (системи стандартизації і т. д.)	Економічно вигідні постачальники (Співвідношення витрат і якості)
Способи збуту продукції	Відповідають бажанням споживачів	Відповідають вимогам міжнародного ринку
Конкурентні переваги продукції	Залежать від національних особливостей обраного ринку	Однакові для всіх ринків, тісно взаємопов'язані
Особливості маркетингу	Розробляються під кожного конкретного споживача	Загальні технології, знання, інновації на ринках різних країн
Додаткові види експорту	Має на увазі використання надання пакету послуг	Можливе застосування «проектного експорту»
Застосовувані способи експорту	Прямий експорт продукції	Широкий набір непрямих способів експорту продукції
Стратегічні переваги	Споживачі прив'язані до конкретної продукції	Формування конкурентних переваг (за витратами)
Недоліки	Перешкоджає створенню єдиних конкурентних переваг та компетенцій	Складність обліку та управління всіма особливостями міжнародного ринку

СЕКЦІЯ 2

РОЗВИТОК ПІДПРИЄМНИЦТВА: РЕГІОНАЛЬНИЙ АСПЕКТ

РОЗВИТОК МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В РЕГІОНАЛЬНОМУ АСПЕКТІ

А. А. ПАКУЛІНА, канд. екон. наук, доцент

О. В. ОВЕРЕДНА, здобувач вищої освіти

*Харківський національний університет міського господарства
імені О. М. Бекетова*

Мале підприємництво відіграє особливо важливу роль у соціально-економічному розвитку регіонів. Воно є одним з найвагоміших чинників забезпечення економічного зростання в регіонах, підвищення зайнятості та рівня доходів населення та поповнення місцевих бюджетів. Ряд регіональних аспектів розвитку малого підприємництва, що стосуються його ефективного розвитку, залишаються в недостатній мірі дослідженими та висвітленими в економічній літературі.

Динаміка чисельності малих підприємств в Україні свідчить про уповільнення розвитку сектору малого бізнесу, а в порівнянні з країнами ЄС вона явно недостатня. Так, на 1000 українців припадає 6 одиниць малих підприємств, тоді як у країнах-членах ЄС – не менше 30. Фінансовий результат від діяльності малих підприємств має збитковий характер, тоді як на великих і середніх підприємствах у цілому маємо прибуткове сальдо.

Серед великої кількості факторів, які негативно впливають на конкурентоспроможність підприємств, особливо вирізняються три, а саме: інвестиційний клімат є далеким від того рівня, що потрібен для швидкої модернізації економіки; ринкові інституції є здебільшого слабкими, оскільки зруйновані традиційні зв'язки між дослідницькими установами та виробництвом; головні супровідні галузі, зокрема фінансовий сектор і інформаційно-комунікаційна технологія, поки що не змогли відіграти свою посередницьку та супровідну роль у сприянні інноваційній діяльності та інвестиціям.

Законом України «Про стимулювання розвитку регіонів» з метою стимулювання розвитку депресивних територій передбачено в життя конкретних державних заходів, серед яких надання державної підтримки, у тому числі фінансової, малим підприємствам, сприяння формуванню об'єктів інфраструктури розвитку підприємництва, таких як бізнес-центри, бізнес-інкубатори, інноваційні та консалтингові центри, венчурні фонди тощо, а також сприяння зайнятості населення.

Негативні тенденції у сфері зайнятості на малих підприємствах також безпосередньо пов'язані з низькою матеріальною забезпеченістю працівників малих підприємств, відсутністю на малих підприємствах чітко діючої системи

підвищення кваліфікації, підготовки та перепідготовки працівників і їх соціального захисту, невідповідними умовами праці та існуючим на малих підприємствах моральним, психологічним і етичним кліматом.

На сьогодні головними чинниками розвитку малого підприємництва в регіональному аспекті є відповідні нормативно-правове поле та інституційно-інфраструктурна база в регіонах. Успішний подальший розвиток малого підприємництва вимагає формування та здійснення відповідної ефективної та гнучкої регіональної політики, котру необхідно розглядати як один з найбільш пріоритетних напрямів діяльності місцевих органів влади щодо забезпечення динамічного соціально-економічного розвитку територій. Важливість врахування регіональних особливостей при виробленні політики підтримки підприємництва пов'язана з тим, що воно переважно зорієнтоване на місцеві ринки. При цьому слід усвідомлювати, що регіональна політика розвитку підприємництва передбачає чітко опрацьовану в законодавчому аспекті практичну діяльність центральних і місцевих органів виконавчої влади та органів місцевого самоврядування в усіх регіонах країни, спрямовану на створення необхідного комплексу соціальних, економічних, науково-технологічних, морально-психологічних умов розвитку підприємництва.

Взаємодія місцевих органів виконавчої влади та органів місцевого самоврядування з підприємцями має забезпечуватися шляхом сприяння формуванню громадських колегій і координаційних рад з питань розвитку малого підприємництва та залучення до участі в формуванні та реалізації державної політики регіональних і галузевих об'єднань підприємців.

Головним інструментом державної політики підтримки малого підприємництва на місцях виступають регіональні програми розвитку малого підприємництва. Регіональні програми спрямовуються на комплексне вирішення питань розвитку та підтримки малого підприємництва в межах повноважень місцевих органів влади, а саме: вдосконалення нормативно-правової бази; зменшення податкового тиску насамперед на підприємства, що здійснюють свою діяльність у сфері виробництва та науки; впровадження системи фінансово-кредитної та ресурсної підтримки суб'єктів малого підприємництва, в тому числі створення регіональних гарантійно-кредитних установ, фондів сприяння розвитку малого підприємництва; сприяння розвитку інфраструктури підтримки малого підприємництва. Досвід реалізації регіональних програм впродовж дає можливість виявити головні перешкоди в розвитку підприємництва на регіональному рівні та визначити найбільш продуктивні напрями діяльності регіональних органів влади з формування сприятливого підприємницького клімату на відповідних територіях.

До таких напрямів належить:

- фінансово-кредитна інвестиційна підтримка;
- фінансове забезпечення регіональних програм;
- впорядкування нормативно-правового регулювання підприємницької діяльності;
- стимулювання розвитку малого підприємництва на місцевому рівні;
- ресурсне забезпечення;

- удосконалення інфраструктури підтримки малого підприємництва;
- соціально-спрямовані заходи та підготовка кадрів для підприємництва.

Таким чином, виходячи з потреб сьогодення підтримка малого підприємництва на місцях, має розглядатись під кутом створення сприятливих умов для залучення в цю сферу незайнятого населення, що може бути забезпечено реалізацією конкретних соціально спрямованих заходів, які впливають на ефективність зайнятості в сфері малого підприємництва:

- створення державою умов для росту зайнятості в сфері малого підприємництва;
- розвиток мотивації до накопичення в зайнятих у сфері малого підприємництва;
- державна та регіональна підтримка зі створення союзів, асоціацій підприємців на основі спільних інтересів, з їх лобювання на різних рівнях влади, з обміну досвідом, зі створення нового продукту;
- регіональне вирівнювання умов розвитку зайнятості в сфері малого підприємництва;
- зростання інвестиційної привабливості малого підприємництва;
- удосконалення законодавства про мале підприємництво; виокремлення напрямів і розробка конкретних рекомендацій з підвищення ефективності зайнятості в сфері малого підприємництва.

Зарубіжний досвід свідчить, що формування інноваційних структур сприяють забезпеченню комфортного підприємницького середовища, де впроваджуються інноваційні підходи у виробництво аграрної продукції і реалізуються креативні науково-обґрунтовані ідеї. Створення агротехнопарків у певній мірі уможливить вирішення проблем зайнятості населення, міграції науковців за кордон, сприятиме швидкому впровадженню результатів фундаментальної науки в господарській практиці, підвищенню конкурентоспроможності суб'єктів господарювання у сфері малого підприємництва.

Таким чином, врахування регіональних особливостей розвитку і реалізація окреслених напрямів сприятиме активізації і підвищенню ролі малого підприємництва в регіоні на перспективу, дасть можливість розв'язання низки невирішених проблемних питань і забезпечить подальше економічне зростання регіону.

РОЛЬ РОЗВИТКУ РЕГІОНАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

А. А. ПАКУЛІНА, канд. екон. наук, доцент

О. М. СОЛОТКІНА, здобувач вищої освіти

*Харківський національний університет міського господарства
імені О. М. Бекетова*

В епоху глобалізації розвиток регіональних економічних систем розглядається в контексті сталого розвитку. Як наслідок, фундаментальним завданням стає стабільне зростання економіки за допомогою зміни галузевих

структур. Зміну галузевих структур регіонів визначають як основну тенденцію трансформації в новий індустріальний простір, що передбачає розвиток економіки інноваційним шляхом.

Відповідно до зарубіжного досвіду, слід зазначити, що основну частину господарюючих суб'єктів становлять малі та середні підприємства, які є сферою впливу та реальним сектором економіки, що підлягає регулюванню та підтримці на рівні регіонів. Вони здатні швидко реагувати на потреби ринків, формувати точки регіонального економічного зростання і робити свій внесок у розв'язання проблем зайнятості та безробіття.

Підприємництво та ділова активність регіональних господарств відрізняється від господарств великих міст не тільки по масштабу, але і по джерелам ресурсів і видам промислових практик.

Роль малих і середніх підприємств (МСП) в економіці насамперед відображається у можливості формування точок економічного зростання і підвищення рівня зайнятості та пояснюється мобільністю і гнучкістю політики управління та організаційних механізмів. Однак ці підприємства стикаються з труднощами планування та реалізації бізнес-стратегій. Позитивна кореляція між розвитком МСП та економічним зростанням неодноразово підтверджена різними дослідженнями [1].

Стан розвитку МСП в регіонах залежить від ряду факторів, але передусім від ринкових умов розвитку регіону. Соціально-економічний розвиток регіонів показує купівельну спроможність населення, рівень його життя, що є важливим показником для розвитку МСП[2].

Установлення міжрегіональних зв'язків між регіональними підприємствами дає змогу використати можливості одних регіональних територій, які забезпечують власне населення необхідним продуктом, для реалізації вивезення такого продукту в інші регіони з метою покриття дефіциту відповідного регіонального виробництва.

Своєю чергою, налагодження зовнішньоекономічних зв'язків регіональними підприємствами розв'язує не тільки завдання міжнародного товарообміну, а й завдання соціально-економічного розвитку, підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств і продукту, оновлення, у тому числі інноваційне, виробничих процесів тощо.

Розвиток міжрегіональних зв'язків регіональних підприємств дає змогу налагодити ефективний обмін продукцією між різними регіональними територіями, тим самим розв'язуючи завдання раціонального використання кліматичного та виробничого потенціалу конкретної регіональної території. Тобто доцільне заснування особливих високотехнологічних територій виробництва конкретних видів продукту виходячи з потенціалу конкретної регіональної території.

При цьому для формування таких точок зростання необхідно виходити з того, що виробництво конкретного продукту регіональними підприємствами для направлення до інших регіональних територій повинно забезпечувати зростання прибутку регіональних підприємств і підвищення рівня добробуту населення. При цьому сьогодні такі точки зростання мають формуватися за допомогою

впровадження інноваційних методів виробництва та оновлення старих виробничих потужностей для прогресивного економічного розвитку.

Для налагодження міжрегіональних зв'язків регіональних підприємств необхідно орієнтуватися на такі об'єктивні та суб'єктивні чинники:

- формування високотехнологічних зон виробництва або зон агропромислового комплексу виходячи з потенціалу регіональної території та конкретних передумов для ефективного розвитку у відповідній галузі;

- забезпечення продуктом населення регіональної території, забезпечення потреб інших регіонів за рахунок надлишку продукту, забезпечення безпеки країни і регіональних територій у сфері продовольства;

- розвиток інфраструктури, яка є найважливішим чинником для глибокої спеціалізації виробництва регіональної території, оптимізації розміщення виробничих і агропромислових комплексів та формування і розвитку ефективних регіональних ринків;

- визначення потреб населення в конкретних видах продукту;

- визначення потреби регіональної території в сировині, трудових ресурсах, інноваційних технологіях тощо;

- забезпечення налагодження комунікацій для довгострокових відносин обміну між регіональними територіями, підприємства яких виробляють відповідні продукти, і тими регіональними територіями, які його споживають;

- формування умов доступності необхідного продукту для всього населення країни.

Ефективні відносини обміну між регіональними підприємствами можливі тільки за допомогою встановлення ефективних довгострокових комунікацій між регіональними територіями. Саме від рівня розвитку міжрегіональних контактів залежить якість і конкурентоспроможність продукту та ефективність регіонального підприємства.

З погляду населення значення розвитку міжрегіональних зв'язків регіональних підприємств зумовлене тим, що їх розвиток дає змогу домогтися зниження споживчої ціни за допомогою скорочення витрат на виробництво і на витрати з доставки продукту до споживача.

З позиції держави розвиток міжрегіональних зв'язків регіональних підприємств дає змогу підвищити доходи бюджету, забезпечити купівельну спроможність населення, забезпечити конкурентоспроможність вітчизняного продукту й економіки загалом.

Сьогодні тривають процеси глобалізації економічної діяльності, що, у свою чергу, актуалізує зовнішньоекономічну діяльність вітчизняних підприємств.

Розвиток зовнішньоекономічних зв'язків регіональних підприємств виступає необхідною умовою зростання конкурентоспроможності та якості вітчизняної продукції, а отже, і підвищення добробуту населення країни, зокрема за допомогою інноваційного оновлення економіки.

Зважаючи на значущість розвитку зовнішньоекономічних зв'язків регіональних підприємств для підвищення ефективності вітчизняної економіки та добробуту населення, видається за доцільне в програмах регіонального

соціально-економічного розвитку передбачати заходи, спрямовані на встановлення ефективних каналів зв'язку регіональних територій із зарубіжними державами.

Таким чином, для покращення економічного розвитку регіонального підприємництва потрібне визначення статусу та функцій системи центральних та регіональних органів державного управління, щодо підтримки та координації розвитку малого та середнього бізнесу в пріоритетних напрямках.

Список використаних джерел:

1. Ndiaye N., Razak L.A., Nagayev R., Ng A. Demystifying small and medium enterprises' (SMEs) performance in emerging and developing economies // *Borsa Istanbul Review*. 2018. № 18(4). p. 269-28. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2214845018300280?via%3Dihub>
2. Щербакова А. С. Механізм економічного розвитку бізнесу в регіонах України. *Формування ринкових відносин в Україні* №1 (212). 2019.

ІНДИКАТИВНЕ ПЛАНУВАННЯ ЯК ЕЛЕМЕНТ СТРАТЕГІЧНОГО РОЗВИТКУ

В. М. ПРАСОЛ, доцент

Є. М. ГРИМАШЕВИЧ, студентка 2 курсу

Т. В. ХАЛІНА, студентка 2 курсу

Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова

Вивченням теоретико-методологічних основ формування системи стратегічного індикативного планування займаються як зарубіжні, так і українські науковці. Основні положення викладені в працях і дослідженнях українських та зарубіжних учених С. Лавлинського, А. Левінталя, А. Петрова, М. Погребняка, С. Сильвестрова, Т. Псарьової та ін.

Суб'єктами планування та управління адміністративно-територіальної одиниці є: голова адміністрації, представники органів місцевого самоврядування, господарюючі суб'єкти і населення.

Об'єктом планування та управління адміністративного району є територія району.

Громадянин як соціальний суб'єкт може розглядатися з двох позицій: як особистість і як частина місцевого співтовариства, об'єднаного за якою-небудь ознакою (за рівнем економічної активності, за спорідненою ознакою (сім'я), за приналежністю до громадської організації та ін.).

Отже, територіальне індикативне планування передбачає формування такої системи відносин і взаємодії усіх соціальних суб'єктів, господарюючих суб'єктів і владних структур, щоб у результаті реалізації індикативного плану досягти максимального економічного і соціального ефекту.

При розробленні індикативних планів потрібно враховувати інтереси не лише приватного бізнесу, але і соціальних суб'єктів.

Господарюючі суб'єкти зобов'язані орієнтувати діяльність на службу суспільству і державі так, щоб вона сприяла зростанню рівня і якості життя населення територій регіонів, не зашкодила екології та довкіллю, поповнювала використання трудових, природних та інших ресурсів у процесі виробництва.

Соціальні суб'єкти в усіх своїх проявах, і як індивідуум, і як місцеве співтовариство в цілому, повинні у відносинах з владою і бізнесом виходити з принципу повного задоволення життєвих потреб людини.

Слід керуватися вісьмома базовими принципами:

- безперервності планування,
- пріоритетності і цілеспрямованості,
- комплексності,
- системності,
- адаптивності,
- субсидіарності, балансу інтересів;

і шістьома локальними принципами:

- соціальної спрямованості,
- оптимальної пропорціональності,
- мінімізації ризику,
- професійної відповідальності,
- легітимності,
- відкритості та інформованості.

Одним з найважливіших механізмів регулювання інтересів влади і бізнесу є державно-приватне партнерство (ДПП). Був ухвалений ще один важливий Закон України «Про державно-приватне партнерство», який визначає організаційно-правові засади взаємодії державних партнерів з приватними та основні принципи державно-приватного партнерства на договірній основі.

Сутність ДПП полягає в тому, що учасники процесу отримують різні види віддачі: господарюючі суб'єкти – прибуток, а влада - внесок у вирішення основного завдання – підвищення добробуту та якості життя населення.

На практиці місцева влада часом не зацікавлена у співпраці з приватним бізнесом, здійснюючи контроль за найпривабливішими сферами господарської діяльності. З іншого боку, високі ризики, відсутність гарантій повного покриття інвестиційних і поточних витрат, високі податкові витрати, призводить до того, що приватні партнери (господарюючі суб'єкти) не поспішають співпрацювати з владою на умовах ДПП. У цьому випадку порушується основний принцип балансу інтересів усіх суб'єктів процесу індикативного планування. Досягнення такого балансу можливе тільки в режимі прямого діалогу бізнесу і влади. Тільки в цьому випадку бізнес і влада знайдуть взаємовигідні точки зіткнення, що сприятиме розвитку ДПП.

Основною метою індикативного планування соціально - економічного розвитку є формування і реалізація комплексу аналітично-прогнозних документів, планів і програм, що забезпечують скоординовану діяльність усіх учасників планового процесу, спрямовану на виконання поставлених цілей і завдань, створення сприятливих умов для життя і діяльності усіх господарюючих і соціальних суб'єктів, стійкого і безпечного розвитку суспільства.

Основними завданнями територіального індикативного планування соціально – економічного розвитку є:

- Підвищення рівня та якості життя населення в результаті реалізації програмних заходів і досягнення індикаторів цілі;
- підвищення ефективності системи управління регіональним розвитком;
- створення і вдосконалення інститутів регіонального моніторингу, економічного моделювання, планування і бюджетування;
- розроблення стратегії розвитку й індикативного плану на основі моніторингу, з урахуванням взаємозв'язку, синхронізації та узгодження планів на територіальному, регіональному і державному рівнях та координації різних форм власності;

Індикативне планування є дієвим механізмом реалізації стратегічних цілей розвитку регіонів України, яке покликано вирішувати пріоритетні проблеми соціально-економічного розвитку та сприяти зростанню рівня життя населення .

ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ МУНІЦИПАЛЬНИХ УТВОРЕНЬ

О. О. ЄВССЄВА, д-р екон. наук, професор

Український державний університет залізничного транспорту

А. А. ПАКУЛІНА, канд. екон. наук, доцент

Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова

Державне регулювання інвестиційної діяльності муніципальних утворень – комплекс заходів, що сприяють примноженню ефекту від вкладення грошей у розвиток пріоритетних видів економічної діяльності муніципальних утворень.

Методи державного регулювання інвестиційної діяльності МУ включають безпосередні та опосередковані методи. Суть прямих методів регулювання полягає у фінансовій підтримці видів економічної діяльності МУ або окремих підприємств, які гарантовано не вистоять у конкурентній боротьбі. Опосередковане державне регулювання інвестицій – це сукупність методів, якими користується держава з метою непрямого впливу на інвестиційні процеси, що виявляється в інструментах бюджетування, кредитування та оподаткування. За допомогою цих інструментів держава намагається зробити ефективний вплив на суб'єкти, залучені в процес інвестування.

Форми державного регулювання інвестиційної діяльності МУ можна представити у вигляді наступної послідовності:

- податкове регулювання інвестиційної діяльності;
- регулювання фінансових інвестицій;
- регулювання участі інвесторів у приватизації;
- надання фінансової допомоги;
- пільгове кредитування;

- проведення ефективної амортизаційної політики;
- експертиза інвестиційних проектів;
- регулювання сфер і об'єктів інвестування;
- регулювання умов інвестування коштів за межі України.

Регулювання органами місцевого самоврядування інвестиційної діяльності, здійснюваної у формі капітальних вкладень, передбачає:

1) створення в муніципальних утвореннях сприятливих умов для розвитку інвестиційної діяльності, здійснюваної у формі капітальних вкладень, шляхом: встановлення місцевих податків; захисту інтересів інвесторів; надання суб'єктам інвестиційної діяльності не суперечливих законодавству України пільгових умов користування землею та іншими природними ресурсами, що знаходяться в муніципальній власності; розширення використання коштів населення та інших позабюджетних джерел суб'єктам інвестиційної діяльності пільг з фінансування житлового будівництва та будівництва об'єктів соціально-культурного призначення;

2) пряма участь органів місцевого самоврядування в інвестиційній діяльності, що здійснюється у формі капітальних вкладень, шляхом: проведення експертизи інвестиційних проектів відповідно до законодавства України; випуску муніципальних позик відповідно до законодавства України; залучення в інвестиційний процес тимчасово призупиненого і законсервованого будівництва і об'єктів, що знаходяться в муніципальній власності. Органи місцевого самоврядування надають на конкурсній основі муніципальні гарантії щодо інвестиційних проектів за рахунок коштів місцевих бюджетів. Порядок надання муніципальних гарантій за рахунок коштів місцевих бюджетів затверджується представницьким органом місцевого самоврядування відповідно до законодавства України. Контроль за цільовим та ефективним використанням коштів місцевих бюджетів, що спрямовуються на капітальні вкладення, здійснюють органи, уповноважені представницькими органами місцевого самоврядування. У разі участі органів місцевого самоврядування у фінансуванні інвестиційних проектів, що здійснюються Україною та її регіонами, розробка та затвердження цих інвестиційних проектів здійснюються за погодженням з органами місцевого самоврядування. При здійсненні інвестиційної діяльності органи місцевого самоврядування мають право взаємодіяти з органами місцевого самоврядування інших муніципальних утворень, у тому числі шляхом об'єднання власних та залучених коштів на підставі договору між ними та відповідно до законодавства України. Регулювання органами місцевого самоврядування інвестиційної діяльності, здійснюваної у формі капітальних вкладень, може здійснюватися з використанням інших форм і методів відповідно до законодавства України. Органи місцевого самоврядування в межах своїх повноважень відповідно до законодавства України, законів регіонів та інших нормативних правових актів регіонів України гарантують всім суб'єктам інвестиційної діяльності: забезпечення рівних прав при здійсненні інвестиційної діяльності; гласність в обговоренні інвестиційних проектів; стабільність прав суб'єктів інвестиційної діяльності.

Успішна реалізація інвестиційної політики муніципальних утворень (МУ) значною мірою залежить від фінансового забезпечення інвестиційної діяльності. Нарощування фінансового потенціалу реалізації муніципальної інвестиційної політики представлено в різних формах: традиційних – самофінансування організацій, бюджетне співфінансування (вертикальне і горизонтальне) і новаторських – реалізація державних і муніципальних програм, муніципально-приватне співфінансування, приватне фінансування в умовах посилення стимулів інноваційно-інвестиційної діяльності державою і органами місцевого самоврядування.

Муніципально-приватне партнерство (МПП) визначено нами як найбільш ефективний спосіб взаємодії для досягнення поставлених цілей інвестиційної політики муніципального утворення, який вимагає відповідної нормативної бази, що закріплює на рівні МПП контрактні форми – передачу муніципального майна на концесію; співфінансування інноваційних проектів та ін.

Комплекс взаємопов'язаних інституційних, організаційних та інформаційних заходів, в сукупності націлених на створення сприятливого інвестиційного клімату в муніципальних утвореннях, в числі яких обґрунтовані новації з інвестиційних податкових пільг, субсидування процентної ставки за інвестиційними кредитами, системи муніципальних закупівель, страхування інвестицій, що створить додаткові стимули використання фінансово-інвестиційного резерву території.

Важливість організаційно-управлінських заходів створення сприятливого інвестиційного клімату аргументується тим, що стан системи державного і муніципального управління в регіоні робить істотний вплив на рішення інвесторів. З метою підвищення її ефективності, на нашу думку, необхідно:

- 1) розвивати інструменти стратегічного управління і планування (забезпечити достовірність і точність прогнозування соціально-економічного розвитку регіону і муніципальних утворень для зниження ризику невизначеності);

- 2) покращувати організацію надання державних і муніципальних послуг, в тому числі за рахунок розвитку багатофункціональних центрів і оптимізації системи муніципальних закупівель (розширити можливості використання даного інструменту в якості державної підтримки інноваційної та інвестиційної діяльності);

- 3) забезпечити диверсифікацію інвестицій;

- 4) розвинути систему страхування інвестицій як форми державної (муніципальної) підтримки інвестиційної діяльності.

ФОРМУВАННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ НАВИЧОК СТУДЕНТІВ ПЕРЕМІЩЕНИХ УНІВЕРСИТЕТІВ

Т. П. НЕСТОРЕНКО к.е.н., доц.

Бердянський державний педагогічний університет

Повномасштабна російсько-українська війна призвела до суттєвих змін в житті українських університетів, які були розташовані на окупованих сьогодні територіях, а також до змін в житті студентів та працівників університетів. В квітні-травні 2022 року більша частина закладів вищої освіти півдня та південного сходу країни змушені були переміститися на території, що підконтрольні уряду України.

Відбувається скорочення зайнятості в Україні, зокрема, внаслідок припинення діяльності значної кількості підприємств. Більшість таких підприємств знаходилась на територіях, що були окуповані в перші місяці війни. Наприклад, скорочення кількості фірм в Запорізькій області в другому в кварталі 2022 р. становило 30% по відношенню до попереднього періоду [2]. В умовах корінних змін, що відбуваються на ринку праці України, перед студентами переміщених вишів повстає питання працевлаштування по закінченню свого навчання. Започаткування та ведення власного бізнесу може стати одним із рішень цієї проблеми.

Тому повстає питання організації ефективного процесу формування у студентів переміщених університетів знань та навичок з підприємництва. Актуальним є це питання також і для Бердянського державного педагогічного університету (БДПУ), керівництво та частина колективу та студентства якого після окупації 26 лютого 2022 року міста Бердянськ покинули рідні стіни. БДПУ був тимчасово переміщений до міста Запоріжжя. Частина студентів виїхала за кордон, частина – на підконтрольні уряду України території, частина залишилася на окупованих територіях. Але всі студенти БДПУ опинилися в новому для себе середовищі [5].

В нових умовах студенти переміщеного університету можуть отримати знання з підприємництва за допомогою різних методів та ресурсів, серед яких можна виділити наступні:

1) онлайн-курси та вебіари. Можна використовувати як закордонні платформи з онлайн-навчання, такі як Coursera (<https://www.coursera.org/>), FutureLearn (<https://www.futurelearn.com>), Udemy (<https://www.udemy.com>), edX (<https://www.edx.org>), так і вітчизняні платформи, наприклад, Prometheus (<https://prometheus.org.ua>), Дія.Освіта (<https://osvita.diia.gov.ua>), що пропонують широкий вибір курсів з підприємництва в різних форматах;

2) участь в локальних підприємницьких заходах, зокрема, таких як семінари, конференції, майстер-класи, які організують підприємці та бізнес-спільнота. Але така участь є можливою тільки для студентів, які виїхали з окупованих територій;

3) долучення до діяльності бізнес-інкубаторів та акселераторів стартапів. Так, наприклад, в БДПУ в 2019 році було засновано бізнес-інкубатор [3], в якому

студенти отримували знання та навички з підприємницької діяльності, в тому числі і за умов карантинних обмежень [4];

4) менторство та консультації, зокрема, шляхом проходження стажування, практики як на вітчизняних, так і на закордонних підприємствах та в громадських організаціях, метою діяльності яких є підтримка та розвиток соціального бізнесу. Наприклад, можливість навчатися у досвідчених підприємців з інших країн надає програма «Еразмус для молодих підприємців», що представляє собою транскордонну програму обміну [6];

5) книги та ресурси для самостійного вивчення. Книги та статті відомих підприємців та експертів можуть допомогти студентам отримати та розширити свої знання в галузі підприємництва;

6) освітні компоненти освітніх програм університету. БДПУ пропонує студентам всіх спеціальностей освітні компоненти вільного вибору, що пов'язані з підприємництвом, бізнес-плануванням та бізнес-діяльністю і формують у студентів підприємницькі навички. До таких компонент можна віднести «Основи бізнесу», «Основи ведення сучасного бізнесу», «Бізнес-планування», які обирають студенти нееконімічних спеціальностей для отримання знань та розвитку навичок з підприємництва. Розробка освітніх компонент, що присвячені формуванню підприємницьких навичок студентів, відповідає пріоритету розвитку БДПУ «Прагматизація змісту освіти і науки з метою поширення культури якості та зміцнення БДПУ як простору можливостей для особистісного і професійного зростання», який є одним з трьох пріоритетів розвитку даного закладу вищої освіти, що зазначено в Стратегії розвитку університету на 2022-2025 рр.: «Трансформувати зміст освітніх послуг відповідно до потреб нового конкурентного середовища шляхом комплексного аналізу чинних ОП, ринку праці, нового освітнього ринку, переліку професій майбутнього і кадрового потенціалу Університету» [1].

Підприємницька компетентність стає ключовим фактором не лише для особистого розвитку студентів, але й для відновлення економічної активності та сприяння стабільності в регіоні. На фоні російсько-української війни підготовка студентів переміщених університетів до підприємництва виявляється важливою не лише як засіб особистого зростання, але і як важлива ланка в процесі відновлення та розвитку країни.

Таким чином, навички підприємництва сприяють особистому зростанню, розвитку лідерських якостей та самостійності, що є важливим у будь-якій життєвій ситуації. Студентам важливо взаємодіяти з оточуючим середовищем, використовувати різноманітні ресурси та брати участь у можливостях для підвищення навичок у сфері підприємництва. Здобуті в ході підготовки навички дають студентам можливість збагачувати свої проекти ідеями, впроваджувати інновації та протистояти складним ситуаціям, властивим умовам воєнного конфлікту. Тому навички та знання з підприємництва можуть стати важливими інструментами для успішного адаптування та реалізації потенціалу студентів переміщених університетів у новому середовищі.

Список використаних джерел:

1. Стратегія розвитку Бердянського державного педагогічного університету (2022 – 2025 рр.). URL: <http://surl.li/emvpr>.
2. Судаков М., Лісогор Л. Ринок праці України 2022–2023: стан, тенденції та перспективи. 2023. URL: <http://surl.li/pdvlb>
3. Nestorenko T., Ostenda A., Kravchyk Yu., Nestorenko O. Entrepreneurship and universities: a place of academic business incubators. *Ukrainian Journal of Applied Economics and Technology*. 2022, vol.7, № 1, 63-71. <https://doi.org/10.36887/2415-8453-2022-1-7>
4. Nestorenko T., Tokarenko O., Kolmakova O. Entrepreneurship in Eastern Ukraine: development in the context of armed conflict and the Covid-19 pandemic. *International Relations 2021: Current issues of world economy and politics. Proceedings of scientific works from the 22nd International Scientific Conference*, 2–3.12.2021, 510-517. URL: <https://cutt.ly/DHUw2WV>
5. Peliova J., Nestorenko T., Kovachov S., Suchikova Y., Nestorenko O. Adapting to adversity: a case study of asynchronous learning implementation in a relocated university amidst war. *Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Technicznej w Katowicach*. 2023, nr 16, 119-132. <https://doi.org/10.54264/0067>
6. The European exchange programme for Entrepreneurs. Erasmus+. URL: <https://www.erasmus-entrepreneurs.eu/>

ЕКОНОМІЧНІ ДЕТЕРМІНАНТИ ВАЛОВОГО РЕГІОНАЛЬНОГО ПРОДУКТУ ОБЛАСТЕЙ УКРАЇНИ

Д. Ю. МІСЬКІВ, здобувач вищої освіти

Львівський національний університет імені Івана Франка, м. Львів

Збільшення капітальних інвестицій може призвести до зростання виробництва та створення нових робочих місць, що в свою чергу може підвищити ВРП. Кількість активних підприємств також може мати вплив на ВРП. Чим більше підприємств, працюють у промисловому секторі, тим більше можливостей для виробництва та збільшення ВРП. Обсяг реалізованої промислової продукції також може впливати на ВРП. Зростання обсягу продукції може призвести до збільшення вартості виробництва що і призводить до зростання ВРП. Експорт та імпорт товарів також мають вплив на ВРП. Збільшення обсягу експорту товарів може підвищити ВРП, оскільки експорт сприяє залученню іноземних валют та створенню нових робочих місць. З іншого боку, збільшення імпорту товарів може зменшити ВРП, оскільки витрати на імпорт не приносять прямого внеску в економіку. Висока заробітна плата може стимулювати споживання, що збільшує попит на товари і послуги, а отже, сприяє зростанню виробництва і ВРП.

Для моделювання макроекономічних показників доцільно застосовувати методи економетричного моделювання, такі як симульативне моделювання [1, 2], просторове та панельне моделювання [3], авторегресійного моделювання [4, 5] тощо.

Для дослідження залежності валового регіонального продукту областей України від економічних регіональних показників побудовано таку множинну кореляційну модель:

$\bar{y} = 1235476,09 - 59,18x_1 + 32,7x_2 + 23,51x_3 - 10,49x_4 - 43,87x_5 - 97,63x_6$
де y – ВРП, млн грн, x_1 – капітальні інвестиції в промисловість, млн грн, x_2 – кількість активних підприємств у регіоні, x_3 – обсяги реалізованої промислової продукції, млн грн, x_4 – експорт товарів, млн грн, x_5 – імпорт товарів, млн грн, x_6 – середньомісячна заробітна плата працівників.

Уся вхідна статистика для моделі зібрана за 2021 рік у розрізі областей України з офіційної сторінки Державної служби статистики України [6].

Значення коефіцієнта множинної детермінації дорівнює 0,92, тобто 92% дисперсії результуючої змінної (ВРП) пояснюють усіма 6 факторними ознаками, які містить модель. Щодо P-Value то майже всі значення перевищують 0,05 крім, другої та третьої факторної ознаки. Тому можна зробити висновок, що у нас наявна мультиколінеарність.

Побудуємо кореляційну матрицю факторних, визначник матриці дорівнює 0,00009, що є близьке до нуля значення, що також свідчить про наявність мультиколінеарності в моделі.

Іншим способом тестування багатофакторної кореляційно-регресійної моделі на наявність мультиколінеарності може бути застосування алгоритму Феррара-Глобера, який складається з 7 послідовних кроків.

Критичне значення $\chi_{кр}^2$ знаходимо з таблиць розподілу Пірсона при заданому рівні значущості $\alpha = 0,01$ та кількості ступенів вільності $\nu = \frac{1}{2}k(k - 1) = 15$. У нас $\chi_{кр}^2 = 30,57$, а щодо $\chi_{ем}^2 = 187,91$. Звідси робимо висновок, що з імовірністю 99% , що в масиві факторних ознак побудованої моделі наявна мультиколінеарність.

Знаходимо $F_{кр}$ із таблиць розподілу Фішера при заданому рівні значущості $\alpha = 0,01$ та кількості ступенів вільності $\nu_1 = n - k = 18$ та $\nu_2 = k - 1 = 5$. Всі розрахункові емпіричні значення перевищують критичне значення можна зробити висновок, що з імовірністю 99% у моделі є мультиколінеарність. Також розрахуємо коефіцієнти детермінації для кожної множинної моделі, яка описує залежність однієї факторної ознаки від всіх інших, за формулою:

$$R_j^2 = 1 - \frac{1}{c_{jj}}$$

Та отримаємо такі результати: $R_{x_1}^2 = 0,95$; $R_{x_2}^2 = 0,91$; $R_{x_3}^2 = 0,97$; $R_{x_4}^2 = 0,79$; $R_{x_5}^2 = 0,87$; $R_{x_6}^2 = 0,85$.

За статистикою Стьюдента деякі емпіричні значення перевищують критичні значення, що свідчить те, що між певними ознаками присутня колінеарність.

Також можна визначити рівень мультиколінеарності за допомогою дисперсійно-інфляційного фактора VIF. Після підрахунку значень дисперсійно-інфляційного фактора для всіх факторних ознак моделі, критичне значення становить $VIF_{кр} = 10$, то у моделі найгірші показники становлять $VIF_1 = 22,09$; $VIF_2 = 10,31$; $VIF_3 = 36,2$ що свідчить про наявність

мультиколінеарності $x_1; x_2; x_3$ ознаки між всіма іншими. Найгірший показник є за третьою факторною ознакою тому усунемо її та проведемо повторну перевірку на наявність мультиколінеарності за всіма попередніми кроками. Після проведення потворної перевірки виявили, що наявна мультиколінеарність усього масиву факторних ознак та параметр x_2 моделі, тому його також усуваємо і отримуємо модель такого вигляду:

$$\bar{y} = 144812,3 + 121,29x_1 + 39,01x_4 - 134,5x_5$$

де всі параметри моделі є статистично значущі з імовірністю 95%. Проведемо знову тестування на наявність автокореляції за алгоритмом Феррара-Глобера, та виявляємо, що відсутня мультиколінеарність між факторними ознаками.

Отже, побудувати множинну модель ВРП та провели тестування моделі на наявність мультиколінеарності та спробували усунути явище мультиколінеарності між факторними ознаками. Саме явище мультиколінеарності може мати вплив на оцінки коефіцієнтів регресії та інтерпретацію моделі, однак її не можна вважати страшним або надзвичайно проблемним явищем. Оскільки, мультиколінеарність не змінює значущість впливу змінних на залежну змінну. Вона впливає на оцінки коефіцієнтів та їх стандартні помилки, але не змінює основних впливів змінних. Також, у деяких випадках, мультиколінеарність може бути передбачуваною та зрозумілою з економічної точки зору. Наприклад, якщо у моделі є дві змінні, які мають високу кореляцію, це може відображати факт, що ці дві змінні сильно залежать одна від одної через економічні механізми.

Список використаних джерел:

1. Zomchak L. M. Sustainable development of Ukraine as a combination of social, economic and environmental components: structural econometric model of three-pillar approach. IOP Conference Series: Earth and Environmental Science. IOP Publishing. 2023. Vol. 1254. No. 1. P. 012125
2. Зомчак Л. М., Старчевська І. М. Симультаивне моделювання залежності економічного зростання та рівня інфляції України. Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія «Економічні науки». 2022. №1 (105)). С. 78-85.
3. Зомчак Л., Коваль Л. Сталий розвиток регіонів України: просторово-панельний підхід. Інфраструктура ринку. 2022. С. 211-215.
4. Zomchak L., Lapinkova A. Key Interest Rate as a Central Banks Tool of the Monetary Policy Influence on Inflation: The Case of Ukraine. Advances in Intelligent Systems. Computer Science and Digital Economics IV. Cham: Springer Nature Switzerland. 2023. P. 369-379.
5. Zomchak L., Umrysh H. Modeling and forecasting of meat and eggs producing in Ukraine with seasonal ARIMA-model. Agricultural and Resource Economics: International Scientific E-Journal. 2017. №3(3). P. 16-27.
6. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 01.12.2023).

РЕГІОНАЛЬНИЙ ВИМІР ПІДПРИЄМНИЦТВА У СЕКТОРІ ІНФОРМАЦІЯ ТА КОМУНІКАЦІЯ В ЕКОНОМІЦІ УКРАЇНИ ДЛЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

М. В. КІЧУРЧАК, д.е.н., проф.

Львівський національний університет імені Івана Франка

Активне використання інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ), зростання цифрової грамотності населення та всебічна підтримка державою процесів цифровізації формують сприятливі умови для суб'єктів господарювання у секторі інформації та комунікації (СІК) в економіці України. Додатково на підприємницьку активність у цьому секторі впливають заходи державної політики з досягнення цілі 8 “Гідна праця та економічне зростання” та цілі 9 “Промисловість, інновації та інфраструктура” сталого розвитку країни. Однак воєнні дії російської федерації проти України є одним з вагомих чинників, що деструктивно позначився на регіональному підприємництві у СІК з позиції сталого розвитку. Актуалізується питання регіонального виміру підприємництва у СІК для сталого розвитку в економіці України.

На науково-методологічному рівні за допомогою економетричного моделювання ідентифіковано головні чинники, які впливають на просторовий розвиток СІК в Україні, визначено їхню роль у структурних змінах у цьому секторі та національній економіці [1; 2; 3; 4]. Водночас важливо специфікувати головні тенденції розвитку підприємництва у розрізі регіонів України та оцінити перспективи для сталого розвитку та повоєнної відбудови.

Про значення для розвитку економіки України і головні тенденції підприємництва у СІК свідчать дані табл. 1. Згідно з цим підприємництво у СІК поступово посилювало свої позиції в національній економіці через постійне зростання частки діючих суб'єктів господарювання, обсягу реалізованої ними продукції, доданої вартості та кількості зайнятих. У регіональному розрізі це також позитивно впливало на економічні та соціальні процеси та досягнення цілей сталого розвитку.

Таблиця 1 - Основні показники соціально-економічного розвитку СІК в Україні у 2010–2021 рр.

Роки	Кількість діючих СГ, % до ЗК*	КІ*, % до ЗО, у тім числі			Обсяг реалізованої продукції (товарів, послуг) СГ, % до ЗО*	Витрати на персонал СГ з урахуванням банків, % до ЗО			Додана вартість за витратами виробництва СГ, % до ЗО	Кількість зайнятих працівників у СГ з урахуванням банків, % до ЗК
		Всього	КІ у матеріальні активи	КІ у нематеріальні активи		Всього	витрати на оплату праці	відрахування на соціальні заходи		
2010	2,563	1,977	2,586
2014	5,918	4,552	3,156	1,396	2,293	3,626	3,740	3,303	3,929	3,400
2015	5,882	10,727	4,785	5,943	2,475	3,678	3,809	3,277	4,088	3,302
2018	9,492	6,301	2,734	3,567	2,697	3,434	3,513	3,062	4,927	3,829
2019	10,617	4,054	2,498	1,556	3,122	3,317	3,372	3,056	5,157	4,048
2020	11,866	5,607	3,309	2,298	3,504	3,482	3,553	3,143	5,647	4,233
2021	14,524	4,429	2,623	1,806	3,468	3,422	3,482	3,139	...	4,827

* СГ – суб'єктів господарювання; КІ – капітальні інвестиції; ЗО – загального обсягу; ЗК – загальної кількості. Джерело: обчислено на основі [5].

Для побудови багатофакторного регресійно-кореляційного рівняння виходили з припущення, що поясненою змінною є Y (кількість діючих суб'єктів господарювання у СІК у розрізі регіонів, од.). На неї впливають такі незалежні змінні як X_1 – додана вартість за витратами виробництва суб'єктів господарювання у СІК за регіонами, тис. грн; X_2 – кількість зайнятих працівників у суб'єктів господарювання в СІК, осіб; X_3 – прибуток до оподаткування підприємств у СІК за регіонами, тис. грн.; X_4 – валовий регіональний продукт (ВРП), % до загального обсягу.

Для отримання багатофакторного регресійно-кореляційного рівняння використано панельні дані за 2014-2021 рр. для регіонів України. У результаті одержали таку багатофакторну регресійно-кореляційну модель:

$$Y = 0,0016 * X_1 + 0,123 * X_2 - 0,006 * X_3 + 502,905 * X_4 + 1110,423$$

Це регресійно-кореляційне рівняння є адекватним за критерієм Фішера та t -тестом Ст'юдента (табл. 2), у ньому відсутня автокореляція першого порядку за критерієм Дарбіна-Уотсона.

Таблиця 2 - Результати регресійно-кореляційного аналізу*

Види змінних	Коефіцієнти	Стандартна похибка**	t -статистика	Інтервал довіри, 95 %		DW, 99 %
				Нижня межа	Верхня межа	
Y-перетин	1110,423	386,846	2,870	352,204	1868,642	2,056
змінна X_1	0,0016	0,0001	11,580	0,0013	0,0018	
змінна X_2	0,123	0,0333	3,679	0,057	0,188	$d_L=1,633$
змінна X_3	-0,006	0,001	-10,706	-0,007	-0,005	$d_U=1,715$
змінна X_4	502,905	145,568	3,455	217,591	788,219	
Регресійна статистика						
R	R^2	Нормалізований R^2	F	Стандартна похибка***		
0,9517	0,9057	0,9030	407,996	2895,104		

*Джерело: побудовано автором на основі [5]; ** – для коефіцієнтів рівняння; *** – для регресійного рівняння.

У розрізі регіонів України у 2022 р. суб'єкти господарювання у СІК краще адаптовувалися до викликів війни порівняно з іншими суб'єктами господарювання, загалом по галузі одержано чистий прибуток до оподаткування, хоча обсяг реалізованої продукції скоротився на 45 % порівняно з 2021 р. [5]. Іншими словами, СІК краще пристосовувався до ситуації з відключенням енергопостачання, оголошенням частих повітряних тривог і руйнації інфраструктурних об'єктів.

Отже, у 2010–2021 рр. головними тенденціями функціонування СІК були посилення його позицій в економіці України за наступними показниками. Це позитивно позначилося на можливостях досягнення цілей сталого розвитку України, які стосувалися гідної праці, інноваційності та економічного зростання. Виявлено, що під час війни в Україні СІК здатен швидко адаптуватися до функціонування в несприятливих умовах. Згідно з одержаними результатами для того, щоб СІК і надалі позитивно впливав на просторовий розвиток економіки України та досягнення цілей сталого розвитку потрібно на створити під час і після завершення війни сприятливе середовище для розширення обсягів виробництва продукції СІК.

Список використаних джерел:

1. Кічурчак М. Структурні зміни в секторі інформації та комунікації в системі креативної економіки країн ЄС: досвід для України. *Економіка і прогнозування*. № 3. С. 115–130. DOI: <https://doi.org/10.15407/eip2022.03.115>.
2. Kichurchak M. Information and communication technologies sector development as a factor of forming creative industries in the European Union countries: experience for Ukraine. *Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice*. 2023. № 1 (48). P. 399–408. DOI: <https://doi.org/10.55643/fcaptp.1.48.2023.3934>.
3. Кічурчак М. Вплив сектору інформації та комунікації на просторовий розвиток і пост-воєнну відбудову креативних індустрій в економіці України. *Економічний форум*. 2023 № 1 (3). С. 12–21. DOI: <https://doi.org/10.36910/6775-2308-8559-2023-3-2>.
4. Kichurchak M. Information and communication sector at the core of Ukraine's creative economy: assessing the structure of intercorrelations for sustainable development and postwar recovery. *Formation of market economy in Ukraine*. 2023. Vol. 49. P. 3–18. DOI: <http://dx.doi.org/10.30970/meu.2023.49.0.4901>.
5. Економічна статистика. Державна служба статистики України: офіційний сайт. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 08.01.2024).

ЄВРОПЕЙСЬКА МЕРЕЖА ПІДПРИЄМНИЦТВА (ENTERPRISE EUROPE NETWORK) ЯК МЕРЕЖА ПІДТРИМКИ МАЛИХ І СЕРЕДНІХ ПІДПРИЄМСТВ

О. В. РОЗГОН, к.ю.н., доц.

НДІ правового забезпечення інноваційного розвитку НАПрН України

Конкурентоспроможність підприємств, зокрема, малих і середніх підприємств (МСП), значною мірою формується за допомогою управління якістю між усіма структурними підрозділами підприємства, вдалого маркетингу, процесу інноваційної діяльності, фінансової підтримки.

У 2011 році Україна приєдналася до EEN. Ця інфраструктура надає три основні сервіси: міжнародна співпраця, консультаційна підтримка, підтримка бізнесу щодо розвитку інновацій.

EEN допомагає підприємствам упроваджувати інновації та розвиватися в міжнародному масштабі. Це найбільша у світі мережа *підтримки МСП* із міжнародними амбіціями. EEN — це потужна інфраструктура, яка об'єднала всі основні існуючі європейські організації підтримки бізнесу для того, щоб компанії *МСП* могли отримувати в одному місці всі необхідні послуги для реалізації свого потенціалу і розвитку інноваційних можливостей.

Одним із головних очікуваних результатів EEN є посилення зв'язків МСП з іншими суб'єктами по всій Європі для *міжнародного ділового співробітництва, передачі технологій і знань, а також інноваційного партнерства.*

Мережі трансферу технологій надають МСП доступ до соціальних ресурсів, які заохочують як до розвідки, так і до видобутку [1].

У разі підтримки МСП база даних EEN також надасть опис потреб у знаннях, пов'язаних із цими ресурсами. EEN як ініціатива Європейської комісії спрямована на те, щоб допомогти компаніям *упроваджувати інновації та розширювати свою діяльність у всьому світі*. Пропозиції, опубліковані на платформі, призначені для полегшення передачі знань між організаціями, дозволяючи їм виробляти продукцію ефективніше, легше отримувати доступ до нових ринків, швидше знаходити технологію, необхідну для стимулювання інновацій, і більш відкрито співпрацювати у проектах досліджень і розробок. База даних EEN є цінним джерелом інформації. МСП, які *використовують мережеві бази даних*, можуть бути на роздоріжжі між тим, які знання вони потенційно хочуть знайти і засвоїти у результаті пошуку інновацій. Тому кожна пропозиція EEN містить детальний опис стану і досягнень кожної компанії [2].

Мережа сприяє *соціальній взаємодії* між невеликими компаніями та допомагає їм реалізувати свій інноваційний потенціал. МСП, як правило, належать принаймні до однієї мережі, і ці мережі в основному керуються обміном бізнес-технічними знаннями [3].

Kesselring M., Ruiz-Coupeau S., Kirsch M., Wagner F., Gloaguen R. встановлено, що *мережеві зв'язки збільшують потенціал дослідницьких інновацій*, а використання покращення продуктивності та навчання на основі даних може оптимізувати існуючі траєкторії інновацій. Участь в екосистемах, керованих обміном, може зменшити інноваційні бар'єри та збільшити здатність до поглинання [4].

На думку M. Deja, *дослідницькі інновації* є більш поширеним предметом інноваційної поведінки в базі даних EEN. Це говорить про те, що МСП *надають перевагу інтелектуальним технологіям і міжнародному підходу* до бізнес-операцій. Ці перспективи більше стосуються науково-дослідної діяльності, ніж трансформація або еволюція поточних інформаційних технологій і програмного забезпечення, що характеризує експлуатаційні інновації. Таким чином, вихідні припущення щодо дослідницьких інновацій також справедливі для бази даних EEN [2].

Поведінка МСП спрямована на пошук інновацій, вплив на ринок. Варто відзначити сильний наголос на впровадженні штучного інтелекту в цій категорії, зумовлений вірою в те, що технології індустрії 4.0, такі як машинне та глибоке навчання, покращать процес прийняття рішень і дозволять створювати нові рішення, зрештою прискорюючи дослідження та розробку корисних технологій і послуг [5]. Цей підхід узгоджується із принципами *відкритих інновацій*, коли співпраця на основі нових технологій може не тільки підвищити ефективність МСП, але зумовити зміни в організаційному середовищі, трансформувати операції та забезпечити прогрес в Індустрії 4.0 [6].

Таким чином, робимо висновок, що EEN як мережа надає підтримку МСП щодо посилення зв'язків з іншими суб'єктами для міжнародного ділового співробітництва, передачі технологій і знань, інноваційного партнерства, надає доступ до соціальних ресурсів, які заохочують як до розвідки, так і до видобутку,

спрямована на впровадження інновацій, розширення діяльності МСП у всьому світі, сприяння соціальній взаємодії між МСП і допомогу в реалізації ними свого інноваційного потенціалу.

Список використаних джерел:

1. Mancini S., González J. L. C. (2021). Role of technology transfer, innovation strategy and network: a conceptual model of innovation network to facilitate the internationalization process of SMEs. *Technol. Invest.*, 12, 82–128, <https://doi.org/10.4236/ti.2021.122006>.

2. Deja M. et al. (2023). Seeking innovation: The research protocol for SMEs' networking. *Heliyon*, e14689. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e14689>.

3. Gray, C. (2006). Absorptive capacity, knowledge management and innovation in entrepreneurial small firms. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 12, (6), 345–360. <https://doi.org/10.1108/13552550610710144>.

4. Keßelring M., Ruiz-Coupeau S. et al. (2021). Integrated test sites for innovation ecosystems. *Technol. Innov. Manag. Rev.*, 11, (7/8), 20-32, <http://dx.doi.org/10.22215/timreview/1454>.

5. Cheng L., Yu T. (2019). A new generation of AI: a review and perspective on machine learning technologies applied to smart energy and electric power systems. *International Journal of Energy Research*, 43 (6), 1928–1973. <https://doi.org/10.1002/er.4333>.

6. Burchardt C., Maisch B. (2019). Digitalization needs a cultural change—examples of applying Agility and Open Innovation to drive the digital transformation. *Procedia Cirp*, 84, pp. 112–117. <https://doi.org/10.1016/j.procir.2019.05.009>.

ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ МЕХАНІЗМУ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ РЕГІОНІВ

Н. О. КОНДРАТЕНКО, д.е.н., проф.

Д. О. ПРУНЕНКО, д.е.н., доц.

ХАЛІЛЗАДЕ ОРХАН ХАЛІЛ ОГЛИ, докторант

*Харківський національний університет міського господарства
імені О. М. Бекетова*

У сучасних умовах, які визначаються негативним впливом внутрішніх чинників, зовнішніми диспропорціями, відсутністю чітких напрямів розвитку регіонів, розбалансуванням зв'язків, потребують переосмислення підходи до забезпечення та функціонування механізму державного управління розвитком регіонів. У цьому контексті заслуговують на увагу питання щодо визначення розвитку регіонів.

Узагальнюючи існуючі теоретико-методичні підходи [1] та базуючись на системному підході, запропоновано визначення розвитку регіонів як системи взаємодії економічних, функціональних, стратегічних, безпекових, потенційних, стейкхолдерних чинників, яка спрямована на формування нового більш

сприятливого середовища, що забезпечується зростанням інвестиційної привабливості, конкурентоспроможності та рівня життєдіяльності населення і базується на кількісній основі, сформованій за результатами оцінки рівня регіонального розвитку для прийняття обґрунтованих управлінських рішень державними інституціями.

Обґрунтовані підходи до визначення механізму державного управління розвитком регіонів [2]: структурний, функціональний, системний, нормативно-правового та інформаційно-аналітичного забезпечення, інноваційний, інституційний.

Запропоновано визначення механізму державного управління розвитком регіонів як системи, що складається із організаційної й економічної складових, взаємодія яких спрямована на забезпечення регіонального розвитку. До організаційної складової механізму відносяться: нормативно-правове забезпечення, управлінська структура державного управління на регіональному рівні. Економічна складова формується з економічних, функціональних, стратегічних, безпекових, потенційних, стейкхолдерних чинників.

Обґрунтовано інструментарій державного управління регіональним розвитком, який базується на застосуванні методів, моделей, напрямів та підрозділяються за розподілом владних повноважень і ресурсів. Зокрема, сформовано інструментарій, який характеризується значним впливом центральних органів державної влади на регіональні процеси і зростанням значення місцевого самоврядування, яке має широке повноваження й реалізує самостійно значні функціональні напрями щодо забезпечення регіонального розвитку.

Визначені чинники, які впливають на розвиток регіонів в сучасних надзвичайних умовах. Вони пов'язані із наслідками агресії РФ, трансформаційними процесами, що відбуваються в економіці держави, негативним впливом зовнішніх і внутрішніх факторів, регіональними диспропорціями. У таких умовах особливого значення має застосування сучасного інструментарію протидії негативним явищам та забезпечення регіонального розвитку, який базується на формуванні та використанні механізму державного управління економічним розвитком регіонів.

Визначені методи і моделі для оцінки рівня розвитку регіонів. Запропоновано застосовувати інтегральний підхід, який базується на використанні методів і моделей експертного і кількісного аналізів, аналізу ієрархій, спрямованого на визначення інтегрального показника розвитку регіонів, що дозволяє здійснити економіко-математичне моделювання та прогнозування змін напрямів та особливостей напрямів регіонального розвитку для прогнозування змін рівнів конкурентоспроможності та інвестиційної привабливості регіонів.

Теоретико-методичний підхід до оцінки рівня розвитку регіонів базується на побудованій багаторівневій системі чинників і включає сукупність методів і моделей, які спрямовані на визначення інтегрального показника регіонального розвитку, що створює кількісну основу для економіко-математичного моделювання та прогнозування у контексті забезпечення розвитку регіонів,

зростання їх конкурентоспроможності й інвестиційної привабливості. Для розробки та реалізації теоретико-методичного підходу застосовується сукупність взаємопов'язаних етапів: формування й застосування інформаційно-аналітичного забезпечення розвитку регіонів; виокремлення локальних, узагальнюючих, інтегрального чинників регіонального розвитку; побудова багаторівневої системи показників; характеристика критеріїв оцінки локальних чинників; оцінка локальних чинників розвитку регіонів; побудова моделі оцінки узагальнюючих чинників; оцінка узагальнюючих показників розвитку регіонів; побудова моделі визначення інтегрального чинника регіонального розвитку; визначення вагових коефіцієнтів; оцінка інтегрального показника розвитку регіонів; інтерпретація отриманих результатів.

Побудована модель визначення інтегрального показника враховує узагальнюючі чинники та вагові коефіцієнти, які оцінюються із застосуванням методу аналізу ієрархій. Результати інтегральної оцінки розвитку регіонів дозволяють здійснити інтерпретацію та виявити особливості регіонального розвитку. Побудована схема розробки та реалізації теоретико-методичного підходу до оцінки рівня розвитку регіонів.

Запропоновано механізм державного управління розвитком регіонів функціонування якого відповідає сучасним умовам та впливу зовнішніх і внутрішніх чинників, наслідків агресії РФ. Він представляє собою систему взаємопов'язаних елементів, які базуються на інформаційно-аналітичному забезпеченні та кількісному підґрунті результатів оцінки інтегральних показників розвитку регіонів, їх конкурентоспроможності та інвестиційної привабливості, інструментів економіко-математичного моделювання й прогнозування, що дозволило виокремити організаційні і економічні складові механізму, визначити напрями зростання, запропонувати заходи забезпечення регіонального розвитку. Крім того, цей механізм спрямований на протидію негативного впливу внутрішніх і зовнішніх чинників, наслідків агресії РФ та трансформацію системи державного управління на основі створення та функціонування інституції, орієнтованої на забезпечення розвитку регіонів, враховуючи сучасні умови.

Список використаних джерел:

1. Мазур А.Б. Узагальнення та аналіз показників економічного розвитку регіонів України. Регіональна економіка. Бізнес Інформ. 2018. № 5. С. 80–85.
2. Дегтяр А.О. Формування та функціонування механізму державного управління соціально-економічним розвитком регіону. Держава та регіони. 2014. № 4 (48). С. 46–51.

СЕКЦІЯ 3

РОЗВИТОК ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН В СУЧАСНОМУ ПІДПРИЄМНИЦТВІ

ОСОБЛИВОСТІ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОГО МЕХАНІЗМУ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ

А. А. ПАКУЛІНА, канд. екон. наук, доцент

О. В. ОВЕРЕДНА, здобувач вищої освіти

Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова

У кожному суспільстві є правила, які виховані люди приймають і вважають для себе обов'язковими для виконання. У нашому випадку під таким суспільством ми будемо розуміти систему фінансово-економічних відносин. Вважаючи себе повноправними членами такого товариства, ми беремо на себе зобов'язання по виконанню всіх встановлених вимог, прийнятих для цієї системи. Наша країна тільки вчиться бути повноправним учасником міжнародних процесів. За рівнем розвитку деяких галузей економіки десь ми відстали, а десь йдемо в ногу з часом. Не будемо говорити про всю економіку, а спробуємо проаналізувати тільки її фінансову складову.

Фінансово-економічні відносини – це відносини між суб'єктами, які пов'язані з формуванням, розподілом і використанням грошових коштів з метою забезпечення потреб держави, підприємств і громадян. Не станемо торкатися теми розподілу, а постараємось розібратися, як правильно і безболісно для себе використовувати кошти. Для цього в нашій державі прийнято достатню кількість законів, що дозволяють використовувати міжнародний досвід у цій сфері. Деякі з них знаходяться на стадії розробки і обговорення.

Міжнародна практика фінансово-економічних відносин з введенням принципів, розроблених Організацією економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР), ставить головним завданням визначення кінцевого бенефіціара бізнесу. Рухаючись згідно раніше заданого тренду на інтеграцію в міжнародне співтовариство і конкретно в його фінансово-економічну сферу, ми приймаємо закон «Про запобігання та протидію легалізації доходів, одержаних злочинним шляхом, фінансуванню тероризму та фінансуванню розповсюдження зброї масового знищення», а також постанову НБУ «Про затвердження Положення про здійснення банками фінансового моніторингу», в яких намагаємось застосувати принципи ризик-орієнтованого підходу.

Як вже говорилося, ми як виховані члени суспільства, учасники фінансово-економічних відносин взялися за виконання функцій і завдань, запропонованих законами. Головна роль у цьому процесі була відведена банкам. Банки, які пережили кризу, котру в народі охрестили «банкопадом», а офіційно – «очищенням банківської системи», з великим завзяттям взялися за вивчення

своїх клієнтів, щоб не отримати штраф від НБУ за неправильно вжиті заходи згідно ризик-орієнтованого підходу. На цьому тернистому шляху кожний з банків почав розробляти свої інструкції та положення. Для вивчення величезного масиву інформації почали створюватися спеціальні відділи, що призвело до збільшення штату співробітників і витрат на утримання банку. Відповідно, прибутковість банківських операцій зменшилася.

Банки були створені для того, щоб у одних гроші під відсотки брати, іншим їх під відсотки давати і різницю процентних ставок залишати собі як заробіток. Для цього вони отримали всі необхідні дозволи та індульгенцію з приводу своїх можливих огріхів з умовою, що займатися всім цим можуть тільки вони, і головним над ними буде НБУ. Розуміючи всю складність виконання поставленого перед банками завдання з вивчення клієнтів на предмет їх ризик-орієнтованості, НБУ дав можливість делегувати функцію ідентифікації і верифікації клієнтів агентам. Та щоб банки не розслабилися, відповідальність за роботу агентів була покладена на самі банки. Від так, на практиці вони вирішили не ризикувати своєю репутацією і не зв'язуватися з агентами.

Ризик-орієнтований підхід почав давати результати у вигляді блокування операцій клієнтів з вимогою надати документи, що підтверджують джерело походження коштів. Бажання клієнта уточнити у банку що небудь по його процедурі ідентифікації і верифікації тепер буде розглядатися як спроба обійти цю процедуру.

Уже зараз більшість банків підключені до системи автоматичного арешту і списання боргів з осіб, які потрапили до Єдиного реєстру боржників. Незабаром автоматичний арешт коштів стане можливий для всіх видів боргів – за несплату штрафу за порушення ПДР, несплату кредиту або відсотків по ньому, борг по комуналці тощо. Банки самі зацікавлені в переході на більш сучасну модель роботи, оскільки вона економить їх людські, часові та паперові ресурси. Більше того, часто вони самі намагаються стягувати гроші з когось, тому їм вигідніше застосовувати більш ефективні інструменти.

Як кажуть, порятунок потопаючих – справа рук самих потопаючих. Щоб не було згодом нестерпно боляче, треба вже зараз давати собі звіт у тому, що уникнути розкриття своїх активів не вийде. Сприймаючи це як догму, слід звернутися до фахівців для отримання консультації на предмет зменшення ризиків і надання іншого роду професійної допомоги.

Актуальними є й питання інвестиційного розвитку сімейних підприємств. При посиленні державної підтримки та забезпеченні правового захисту інвесторів та суб'єктів сімейного бізнесу, інвестиції спрямовуються у ефективні, мобільні до змін проекти, що позитивно впливатиме на конкурентоспроможність вітчизняного економічного сектору. Це підтверджується позитивним досвідом розвитку підприємництва країн Європи, – притік інвестицій, який дозволяє впровадити інновації, модернізувати виробничі потужності підприємств цієї сфери, має віддачу в різних галузях економіки, в тому числі зменшує соціальну напругу в суспільстві (зокрема шляхом створення нових робочих місць).

Проблеми недостатності інвестицій тісно пов'язані з проблемами кредитування сімейного бізнесу, відсутністю механізмів пільгового

кредитування, регіонального кредитування. Для більшості сімейних господарств сучасна кредитна політика не є стимулюючою. Держава знаходиться осторонь цієї проблеми, не розвинутим є і кредитування через муніципальні фінансові установи.

Одна з проблем, вирішенню якої має сприяти удосконалення механізму розвитку сімейних підприємств – це забезпечення ефективного контролю за їх фінансовою та економічною діяльністю. Крім того, для сімейних підприємств характерні ризики, пов'язані з вкладанням власного сімейного капіталу, самозайнятістю, впливом соціально-психологічних чинників, пошуком нових індивідуальних ніш бізнесу, – все це зумовлює необхідність управління ризиками, знаходження напрямів мінімізації їх впливу, ситуаційного контролю. Саме тому доречним для підприємств сімейного бізнесу буде впровадження індивідуальної системи контролінгу, яка систематизує інформаційне середовище підприємства, забезпечить планування основних напрямів діяльності (бізнес-процеси та бізнес-лінії), бюджетування та комплекс показників функціонування підприємства (хоча б на рівні експрес-діагностики), облікову політику, документообіг і статистико-аналітичні дані, дозволить узгоджувати процеси управління доходами і витратами, отже, в цілому сприятиме систематизації діяльності та прийняттю обґрунтованих управлінських рішень.

Отже, розвиток малого та середнього бізнесу найчастіше починається з власного сімейного капіталу. Дослідження механізму розвитку підприємств сімейного бізнесу як джерела та рушійної сили їх економічних відносин та взаємозв'язків сприятиме упорядкуванню діяльності сімейних підприємств та підвищенню ефективності їх функціонування. Формування фінансово-економічного механізму дозволить забезпечити збалансований розвиток на основі стабільної прибуткової діяльності сімейних підприємств. Водночас, подальших наукових досліджень потребують окремі елементи фінансово-економічного механізму при врахуванні специфіки галузі, в якій функціонує сімейне підприємство.

ПРОБЛЕМНІ АСПЕКТИ СТИМУЛЮВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙ НА ЕТАПІ ПОВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ УКРАЇНИ

Ю. Б. ІВАНОВ, д.е.н., проф.

Науково-дослідний центр індустріальних проблем розвитку НАН України,

В. І. ЛАПТЄВ, д.е.н., проф.

Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця

Післявоєнне відновлення України потребує суттєвих змін економічної політики держави, і в першу чергу, податкової політики. Цілком зрозуміло, що одним з найбільш важливих акцентів цього етапу є необхідність залучення інвестицій у відбудову та реконструкцію економіки країни, а це потребує адекватних заходів в сфері податкового регулювання.

Одним з головних та визначальних документів в цьому аспекті є затверджена наприкінці 2023 р. Національна стратегія доходів до 2030 року

(надалі – Стратегія) [1], оскільки період її дії покриває, або, принаймні, значною мірою співпадає з етапом повоєнного відновлення економіки України. На відміну від традиційного підходу до стратегічних документів, в дану Стратегію закладений принцип гнучкості, що передбачає можливість її періодичного коригування на основі щорічного моніторингу (за підсумками року подаються річні звіти щодо ходу її реалізації). Це дає змогу виправити ті недоліки, які будуть виявлені при її громадському обговоренні, та вносити необхідні зміни з урахуванням поточних та стратегічних пріоритетів та досягнутого рівня встановлених індикаторів.

Цікаво, що в тексті розпорядження КМУ від 27.12.2023 № 1218-р, яким була затверджена Стратегія, відсутня норма про необхідність приведення інших документів стратегічного плану у відповідність з цією стратегією, що, на наш погляд, є принципово негативним моментом. Справа в тім, що в нормативно-правовому забезпеченні державної економічної політики існує значна кількість нормативно-правових актів, які суперечать принципам та нормам Стратегії. Це, зокрема, стосується чинної Національної економічної стратегії на період до 2030 року, затвердженої Постановою КМУ від 03.03.2021 р. № 179 [2] (зі змінами, останні з яких датовані 21.04.2023 р.), яка передбачає широкий спектр податкових преференцій, що суперечать заходам Національної стратегії доходів.

Так, наприклад, передбачений Стратегією №179 стратегічний курс державної політики щодо підвищення інвестиційної привабливості за стратегічною ціллю 1 "Створити необхідні умови для залучення інвестицій" серед шляхів досягнення стратегічної цілі створення ефективних інструментів залучення зовнішніх інвесторів передбачає «забезпечення впровадження механізмів податкових пільг інвесторам (податкові канікули, відшкодування частини капітальних інвестицій, спеціальні податкові режими) у більшості секторів економіки».

За стратегічною ціллю 2 «Створити привабливу екосистему для накопичення та примноження вітчизняного капіталу» виділено ціль підвищення ефективності використання капіталу, для досягнення якої заплановано здійснити стимулювання інвестиційної діяльності суб'єктів господарювання України за рахунок введення податку на виведений капітал замість податку на прибуток.

Аналогічні приклади можуть бути наведені за переважною більшістю стратегічних курсів економічної стратегії, тому нагальним є завдання усунення суперечностей між цими документами.

Серед перспективних інструментів податкового стимулювання інвестицій в Національній стратегії доходів прямо названі спеціальні податкові режими, а також прискорена амортизація.

До спеціальних податкових режимів віднесені чотири режими, передбачені в українському податковому законодавстві після 2021р.: «Дія-сіті», індустриальні парки, режим «Інвест-няня», та «спеціальні умови для підприємств у шахтарських регіонах». Перший з названих режимів має чітко визначний секторальний характер, та навряд чи може бути класифікований як інвестиційна пільга. Справа в тім, що право суб'єктів режиму «Дія-сіті» обрати зменшену 9-відсоткову ставку податку на прибуток (до бази оподаткування, яка визначається

на підставі операцій із розподілу прибутку та операцій, які прирівнюються до такого розподілу) спрямоване на забезпечення розвитку діяльності в сфері ІТ і не є за своєю сутністю чисто інвестиційної пільгою. Що стосується двох останніх спеціальних податкових режимів – на практиці вони ще не застосовуються, хоча можуть бути перспективним в повоєнному періоді. Тому реальну інвестиційну спрямованість з позицій української практики оподаткування сьогодні мають лише технопарки, в яких застосовується пільга з податку на прибуток підприємств у вигляді податкових канікул (звільнення від сплати податку на 5 років).

Слід зазначити, що в країнах ЄС пільга з корпоративного прибуткового податку у вигляді податкових канікул практично не використовується, оскільки вона базована не на результатному, а на процесному (здійснення певної діяльності) підході без врахування ефективності та результативності такої діяльності. Крім того, світова практика містить значну кількість різновидів спеціальних економічних зон інвестиційно-інноваційного спрямування, моделі яких також можуть бути перспективними для України.

Друга група інструментів податкового стимулювання інвестицій, передбачена Стратегією, застосування прискореної амортизації та одного з її екстремальних варіантів – миттєвої повної амортизації (в редакції Стратегії), яка передбачає повне врахування вартості капітальних витрат у витратах періоду. За своєю економічною сутністю миттєва повна амортизація еквівалентна застосуванню податкової знижки з податку на прибуток за ставкою 100%, що дозволяє зменшити базу оподаткування на повну суму понесених капітальних витрат.

До речі, залишається незрозумілим, чому в Стратегії застосований саме термін «миттєва» амортизація, хоча в світовій практиці найбільш використовуваним є інший термін – авансова або попередня амортизація (advanced depreciation) [3], причому в теорії до витрат може бути віднесена не повна, а часткова сума витрат на основні засоби.

Основними аргументами на користь цих преференцій в Стратегії заявлена обмежена можливість зменшення податкової бази в умовах дії глобального мінімального податку, а також те, що такі податкові стимули базуються на витратах, і є тимчасовими змінами бази оподаткування (переносять момент оподаткування в часі).

Обидва названих аргументи не є беззаперечними, тому в процесі розвитку та удосконалення Стратегії слід розглядати також можливість та доцільність використання світової практики інших варіантів спеціальних податкових режимів спеціальних економічних зон інвестиційно-інноваційного типу та широко застосовуваних в країнах ЄС інструментах корпоративного прибуткового оподаткування у вигляді диференційованих ставок оподаткування роялті, податкових знижок, а також простих та прирісних податкових кредитів

Список використаних джерел:

1. Національна стратегія доходів до 2030 року. Затверджена розпорядженням КМУ від 27 грудня 2023 № 1218-р. URL: https://mof.gov.ua/storage/files/Національна_стратегія_доходів_2030.pdf.

2. Про затвердження Національної економічної стратегії на період до 2030 року. Постанова КМУ від 03.03.2021 р. № 179. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/179-2021-п#Text>

3. International tax glossary edited by Susan M. Lyons, revised 3rd edition. – Amsterdam : International Bureau of Fiscal Documentation (IBFD) Publications BV, 1996. – 356 p.

ЦИФРОВІЗАЦІЯ РЕГІОНУ – ПІДГРУНТЯ ДЛЯ УСПІШНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА

Н. Ф. ЧЕЧЕТОВА, д.е.н., проф.

А. М. ТАРНАВСЬКИЙ, аспірант

Таврійський національний університет ім. В. І. Вернадського

Підприємницька діяльність у регіональній економіці є драйвером розвитку добробуту його населення та вносить значний внесок в формування економічного потенціалу регіону. Водночас сучасний економічний розвиток регіону неможливий без суттєвої цифрової трансформації, яка позитивно впливає на ефективність управління регіональною економікою, а саме: зростає швидкість отримання даних та обмін ними, знижуються транзакційні витрати, покращується механізм надання різного роду як бізнесових так і державних послуг, удосконалюється управління в підприємницькому секторі, знижується або навіть зникають певні адміністративні бар'єри, а цифрові технології сприяють трансформації ділової й організаційної діяльності бізнесу. Таким чином виникає синергетичний ефект, який позитивно позначається на економічному розвитку всього регіону.

В контексті цифрової трансформації регіону постає завдання утворення саме «екосистеми цифрової економіки» регіону, яка формує макросередовище сумісного функціонування громадян, бізнесу та органів влади, передбачає наявність цифрових комунікацій, механізмів формування даних та удосконалення інфраструктури регіону за допомогою новітніх цифрових технологій. Слід зазначити, що цифрові екосистеми почали розвиватися у США технологічними гігантами GAFA (Google, Amazon, Facebook, Apple), які вплинули на формування цифрового макросередовища бізнесу, органів влади та громадян [1]. Побудова такої цифрової екосистеми дозволяє за умов високої мінливості економічного середовища набувати додаткових стратегічних переваг в соціальному та економічному розвитку регіону.

Водночас слід зауважити, що в ефективність цифрової екосистеми регіону залежить не тільки від взаємодії таких основних суб'єктів цифровізації, як бізнес, населення та влада, але й від розвитку сучасного цифрового середовища, яке включає:

- цифрову інфраструктуру регіону, як одну з важливих умов цифровізації економіки.

- цифрові компетентності населення, а саме навички населення у сфері застосування персональних комп'ютерів, інтернету та інших видів інформаційно-комунікаційних технологій, а також бажання людей у придбанні сучасних цифрових компетенцій. Водночас ці цифрові компетенції слід поділити на дві складові: базові, які необхідні людям для ефективного використання цифрових технологій для особистих цілей, навчання та роботи; професійні, потрібні для проривного розвитку та створення нових цифрових товарів та послуг. Тут також слід виділити соціально незахищені верстви населення, а також групи, для яких перехід до цифрових технологій пов'язаний із серйозними (вікові верстви населення, географічно віддалені регіони зі слабо розвинутою інфраструктурою тощо), які потребуватимуть відповідного рівня навчання.

- цифрову освіту, адже цифрові компетенції населення в своїй більшості залежать від рівня розвитку системи освіти і найважливішу роль цьому процесі грає вища освіта.

- просторово-територіальний устрій, зокрема рівень урбанізації території, оскільки саме міста концентрують у собі основні технологічні, інформаційні та інтелектуальні ресурси.

- розвиток науки та інновацій, які є одним із головних драйверів розвитку економіки в сучасному світі, а інформаційні технології є тим сучасним інструментом, який дозволяє пришвидшити розробку та впровадження інновацій.

- доступність ресурсів, зокрема енергоресурсів, оскільки впровадження потужних комп'ютерних систем, сучасних інформаційних технологій вимагає наявності значних енергоресурсів і, безумовно, фінансових ресурсів, адже створення цифрової інфраструктури, висока швидкість морального старіння цифрового обладнання, тривалі терміни підготовки висококваліфікованого персоналу зумовлюють потребу в значних витратах як з боку держави, так і бізнесу.

Цифровізація регіонів відкриває унікальні можливості для розвитку, підприємництва та підвищення якості життя громадян. Узагальнення наукових доробок щодо формування «екосистеми цифрової економіки» дозволяє сформулювати основні принципи, які мають бути визначальними для створення, реалізації та користування перевагами, що надають цифрові технології (табл 1).

Для визначення готовності регіонів до формування екосистеми цифрової економіки слід використовувати індекс готовності, який має ґрунтуватися на комплексних показниках, які включатимуть показники використання цифрових технологій:

- забезпеченість регіону інформаційно-комунікаційними засобами (кількість користувачів мобільних інформаційних засобів, пропускну спроможність інтернету, кількість домогосподарств, що мають персональний комп'ютер із виходом в інтернет, кількість користувачів інтернет);

- рівень інформатизації регіону (кількість громадян, які використовують сервіси державних послуг, кількість громадян, які використовують інтернет на

робочому місці, підприємства, що використовують спеціалізовані інформаційні технології для діяльності, обсяг витрат місцевого бюджету на впровадження інформаційних технологій);

- кадровий потенціал регіону (кількість випускників вузів регіону, витрати на наукові дослідження та розробки в сфері інформаційних технологій, витрати на впровадження технологічні інновації.

Таблиця 1 – Принципи формування екосистеми цифрової економіки

Принципи	Сутність принципу
Принцип 1	Цифровізація має забезпечувати кожному громадянину рівні можливості доступу до послуг, інформації та знань, що надаються на основі сучасних інформаційних технологій
Принцип 2	Цифровізація має бути спрямована на створення переваг у різноманітних аспектах повсякденного життя громадян
Принцип 3	Цифровізація - це механізм економічного зростання завдяки приросту ефективності та збільшенню продуктивності від використання цифрових технологій
Принцип 4	Цифровізація має сприяти розвитку інформаційного суспільства, засобів масової інформації, «креативного» середовища та «креативного» ринку тощо.
Принцип 5	Цифровізація має орієнтуватися на міжнародне, співробітництво з метою інтеграції країни до ЄС, співробітництво та взаємодію на світових регіональних ринках.
Принцип 6	Цифровізація передбачає в своїй основі застосування стандартів, які є ключовими факторами її реалізації. Стандарти посилюють конкуренцію, дозволяють знизити витрати і вартість продукції, гарантують сумісність, підтримку якості.
Принцип 7	Цифровізація має включаючи інформаційну безпеку, кібербезпеку, захист конфіденційності персональної інформації.
Принцип 8	Цифровізація має стати об'єктом державного управління, яке відіграватиме провідну роль у розробці, просуванні, впровадженні національних цифрових стратегій.

Сформовано за джерелом [2]

Нові інформаційні технології в управлінні підприємницькою діяльністю, дозволяють впроваджувати методи адаптивного виробничого та фінансового планування, досягати організаційної гнучкості виробництва, а також підвищують надійність і якість організаційно-управлінських рішень, організаційно-управлінську стійкість організації. Клієнтоорієнтованість, врахування індивідуальних вимог окремих споживачів, можливість оперативної реалізації індивідуальних замовлень, що лежать в основі цифрових бізнес-моделей, дозволяють організаціям швидко адаптуватися до потреб ринку, забезпечуючи ефективність своєї діяльності та стійкість власного бізнесу.

Для реалізації «цифрових» трансформацій підприємництву необхідно надавати підтримку, як фінансову, фіскальну, а також мотиваційну. А результатом такої підтримки стане модернізація та конкурентоздатність економіки кожного регіону та країни в цілому.

Список використаних джерел:

1. Петько С.М. Технології індустрії 4:0 у цифровій парадигмі розвитку глобальної економіки. Економічний вісник НТУУ «Київський політехнічний інститут», № 24, 2022, с.51-62. URL: <https://ev.fmm.kpi.ua/issue/view/16437>
2. Цифрова адженда України – 2020, 2016, URL: <https://uccr.org.ua/uploads/files/58e78ee3c3922.pdf>

СУЧАСНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ В УКРАЇНІ

А. А. ПАКУЛІНА, канд. екон. наук, доцент

К. С. ТРУХОНЬ, здобувач вищої освіти

Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова

Незмінними цілями розвитку кожної країни є приріст ВВП на душу населення, науково-технічний розвиток, підвищення рівня життя та соціальних стандартів.

Інтеграція української економіки у світовий економічний простір, її нестійкий характер, процеси глобалізації, посилення впливу інноваційних інформаційних і комунікаційних технологій вимагають від сучасних науковців пошуку новітніх теоретичних підходів, шляхів і методів економічної стабілізації, напрямів подальшого розвитку вітчизняних підприємств та соціально-економічної інфраструктури країни. Сьогодні Україна потребує значних обсягів інвестицій для проведення економічних і соціальних реформ, які мають зумовити активізацію якісних перетворень в усіх сферах: промисловості (заміна застарілого устаткування, введення нових, більш ефективних технологій і т. п.), сільському господарстві, в соціальній сфері. Обсяги власних фінансових ресурсів недостатні, як для вирішення поточних завдань, так і для втілення стратегічних планів, що обумовлює потребу України у залученні великого обсягу іноземних інвестицій.

Україна займає 131 місце у рейтингу країн світу за інвестиційною привабливістю і розташована між двома африканськими країнами: Беніном та Муанмаром, і це не додає оптимізму щодо залучення великих обсягів іноземних інвестицій у найближчому майбутньому.

Таким чином, на сучасному етапі, в умовах невизначеності і дефіциту інвестиційних ресурсів, виникає гостра необхідність у підвищенні ефективності їх використання. Іноземні інвестиції треба не тільки залучити, а спрямувати в пріоритетні галузі економіки, які дадуть поштовх для економічного розвитку нашої держави, а саме у підприємства переробної промисловості з кінцевим продуктом, а не проміжним, таких як: машинобудування, легка промисловість,

фармацевтика; та у ІТ технології. Саме структура інвестицій за галузями економіки визначає шлях економічного розвитку держави.

Розгляд проблеми розвитку України у системі світового господарства свідчить, що її економіка має значний інтеграційний потенціал, усі підстави і значні можливості для поступового входження у світову економіку. Україна традиційно займає одне з провідних місць щодо розвитку зовнішньо-економічних зв'язків. Це зумовлено тим, що в нашій країні існують вагомні об'єктивні матеріальні передумови, які, виступаючи як інтеграційний потенціал, сприяють розвитку зовнішньо-економічних зв'язків: природні й трудові ресурси, виробничі потужності, науково-технічний потенціал, географічне розташування, транспортне забезпечення, геополітичне становище. Опираючись на ці передумови, Україна досягла певних результатів у розвитку експортного виробництва. Зіставлення показників, які характеризують місце України у загальному експортному потенціалі країн, що входили до довоколишнього СРСР, показує значну роль України у цьому процесі. Так, частка України в останні роки існування СРСР становила 20% загальносоюзного експорту. Він направлявся з України у 123 країни світу, об'єктами міжнародних зв'язків були понад 1400 підприємств України. Частка України у колишньому загальносоюзному експорті за окремими видами продукції досягала 50-100 відсотків. Регіональні можливості експортного потенціалу України залежать від рівня розвитку окремих економічних районів, яких за останні часи лишилася незначна кількість.

Незважаючи на значні потенціальні можливості входження України у систему світового господарства, нині існують об'єктивні причини, що стримують її рух до світового ринку.

По-перше, треба мати на увазі, що Україна, як молода суверенна держава, ще не має достатнього досвіду налагодження економічних зв'язків з країнами світового співтовариства. Це стримує процес інтеграції національної економіки у світову.

По-друге, значною перешкодою є те, що Україна, як частина, що входила у минулому до складу СРСР, певною мірою ліквідувала структури, за допомогою яких здійснювалася загальносоюзна зовнішньо-економічна діяльність. Але нових органів, які можуть проводити на всіх рівнях національну зовнішньо-економічну політику України, ще недостатньо. Відбувається формування відповідних структурних елементів на рівні міністерств, відомств, об'єднань підприємств, територіальних органів державної влади, які мають сприяти виходу на міжнародну арену. На даний час українська промисловість знаходиться у кризовому стані, виникнення якого здебільшого обумовлено світовою економічною кризою, озброєним вторгненням росії на територію, минулою пандемією COVID-19. Наявність цих чинників, що стримують економічний розвиток, пов'язана з зовнішнім для промисловості України середовищем, до якого, в силу об'єктивних причин, можливо лише пристосовуватись. У ситуації, що склалася, доцільним є звернути увагу на наявність можливості реалізації внутрішнього економічного потенціалу промислових підприємств.

Досліджено сучасний стан економічного потенціалу промисловості України за такими основними складовими, як: матеріальні ресурси (основні

виробничі засоби), трудові ресурси та фінансові ресурси (у контексті забезпечення впровадження інновацій). За результатами аналізу встановлено, що стан основних виробничих засобів більшості промислових підприємств є незадовільним через їх суттєву зношеність. При цьому скорочення обсягів капітальних інвестицій у матеріальні активи, що спостерігається протягом останніх років, стримує процеси технічного переоснащення та осучаснення вітчизняного промислового виробництва. До того ж промислові підприємства України вже тривалий час втрачають трудовий потенціал, що є дуже негативною тенденцією з точки зору забезпечення економічного розвитку, оскільки несе у собі загрозу виникнення суттєвого дефіциту кваліфікаційної робочої сили у майбутньому.

ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ В УМОВАХ СУЧАСНОГО БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩА

А. А. ПАКУЛІНА, канд. екон. наук, доцент

А. В. ШЕВЧЕНКО, здобувач вищої освіти

*Харківський національний університет міського господарства
імені О. М. Бекетова*

Фінансово-економічні відносини у сучасних підприємствах представляють актуальну та невід'ємну складову сучасного бізнес-середовища. Швидка еволюція цифрових технологій, їх вплив на управління ресурсами та комунікації, викликала необхідність постійного вдосконалення стратегій фінансового планування. У мінливих умовах сучасного ринку, де конкуренція надто висока, а споживачі мають високі вимоги, розуміння та ефективного впровадження інновацій стають вирішальними аспектами. Ця тенденція обумовлює значущість дослідження розвитку фінансово-економічних відносин, спрямованого на вивчення взаємодії цифрових технологій та фінансового планування в контексті підприємств.

Зростання обсягів фінансової інформації та необхідність ефективного її управління стають детермінантами розвитку фінансово-економічних відносин. Використання цифрових технологій надає підприємствам можливість не лише оптимізувати виробничі процеси та поліпшувати якість товарів і послуг, але й активно взаємодіяти з клієнтами на ринку. Таким чином, актуальність вивчення взаємодії цифрових технологій та фінансового планування стає невід'ємною складовою стратегічного розвитку підприємств у сучасних умовах.

Метою даної роботи є ретельний аналіз та узагальнення впливу цифрових технологій на фінансово-економічні відносини на підприємствах.

Фінансово-економічні відносини на сучасних підприємствах визначаються взаємодією між учасниками, спрямованою на формування, ефективний розподіл та раціональне використання фінансових ресурсів з метою задоволення потреб підприємства [1].

Звичайно ефективний розподіл та раціональне використання фінансових ресурсів в умовах військового стану важлива складова для сучасного

підприємства, це дає можливість бізнесу уникнути таких проблем як: збереження ресурсів для оплати праці працівників, для збереження свого персоналу і функціонування загалом компанії.

Фінансово-економічні відносини, що існують у сучасних підприємствах, відображають важливу частину взаємодій у суспільстві, пов'язаних із формуванням, розподілом та використанням матеріальних цінностей. Ці відносини тісно взаємодіють із політичними, соціальними та культурними зв'язками, охоплюючи різні рівні відносин – від родинних і підприємницьких до регіональних, національних та міждержавних. Отже, розвиток фінансових відносин є важливим відображенням прогресу суспільства в цілому [2, с. 102].

Використання цифрових технологій відкриває перед підприємствами нові перспективи в організації фінансових відносин. Здійснення збору та обробки значних обсягів фінансової інформації підвищить точність прогнозування поведінки клієнтів, сприяючи покращенню якості товарів та послуг. Точне врахування індивідуальних потреб клієнтів підвищить їх лояльність і сприятиме поліпшенню платіжної дисципліни. Використання великих обсягів даних та передових технологій прогнозування підвищить ефективність фінансового управління виробництвом та розподілом ресурсів. Цифрові інструменти комунікації розширюють можливості підприємства на ринку, дозволяючи взаємодіяти з покупцями незалежно від їхнього місця розташування [3, с. 55-56].

Ще однією важливою складовою розвитку фінансово-економічних відносин є фінансове планування, яке виступає як необхідний елемент управлінської діяльності. Це пов'язано з процесом формування фінансових планів, прогнозів і бюджетів, а також з контролем за їх виконанням та виявленням причин відхилень від заданих параметрів. Загалом, фінансове планування представляє собою послідовний набір дій та процес формування фінансового потенціалу. Це включає в себе налагодження відповідних матеріальних, трудових і фінансових ресурсів для досягнення фінансових цілей та завдань, поставлених перед підприємством [4, с. 189].

Фінансове планування, розглянуте як вміння передбачати мету, результати та ресурси, необхідні для постійного удосконалення діяльності, враховуючи змінні умови та виявлені можливості, а також оцінюючи вплив внутрішніх і зовнішніх факторів, повинно бути неперервним. Плани не повинні бути статистичними, а мають гнучко адаптуватися до змін у середовищі. Фінансове планування, як одна з функцій управління, дозволяє передбачити всі необхідні дії та максимально зменшити можливі несподіванки, які можуть виникнути під час діяльності, пропонуючи шляхи для мінімізації негативних наслідків цих непередбачених ситуацій [4, с. 189].

Отже, з аналізу обговореного в контексті розвитку фінансово-економічних відносин на сучасних підприємствах виходить, що цифрові технології відіграють ключову роль у формуванні та оптимізації цих відносин. Застосування таких технологій дозволяє підприємствам покращувати якість послуг, оптимізувати виробничі процеси, ефективно управляти ресурсами та розширювати ринкові можливості завдяки ефективній комунікації та взаємодії з клієнтами.

Другим ключовим аспектом є фінансове планування, яке визначається як важлива функція управління. Неперервність та гнучкість фінансового планування є важливими для адаптації до змін у внутрішньому та зовнішньому середовищі. Його ефективне використання дозволяє підприємствам передбачати можливі сценарії та мінімізувати негативні наслідки несподіванок у ході діяльності.

Узагальнюючи, розвиток фінансово-економічних відносин на підприємствах є комплексним і вимагає інтеграції різних аспектів, таких як цифрові технології та ефективне фінансове планування. Готовність підприємств до адаптації до змін та активної реакції на нові можливості є ключовим фактором у побудові стійкої та конкурентоспроможної фінансово-економічної бази в умовах сучасного бізнес-середовища.

Список використаних джерел:

1. Сучасне розуміння фінансово-економічних відносин: *Юридична газета*, №8 (738), 2021. URL: <https://yur-gazeta.com/dumka-eksperta/suchasne-rozuminnya-finansovoeconomichnih-vidnosin.html>
2. Демиденко Л. М. Особливості фінансових відносин підприємства у сучасних умовах господарювання. / *Фінансові відносини у соціальній сфері: Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки*, 2(44), 2017, с. 21-28.
3. Економіка та управління підприємствами: теорія, практика, перспективи розвитку: колективна монографія / Колектив авторів. Полтава: ПП «Астрая», 2021, 188 с.
4. Бедринець М. Д., Довгань Л. П. Фінанси підприємств - навчальний посібник. Київ: Центр учбової літератури, 2018. 292 с.

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЮ БЕЗПЕКОЮ СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Н. О. КОНДРАТЕНКО, д.е.н., проф.

Р. П. ТРЕМБАЧ, аспірант

Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова

Для топ-менеджменту підприємств різних видів економічної діяльності управління фінансово-економічною безпекою є одним із найскладніших сучасних завдань. Існує просте пояснення цієї ситуації: велика кількість небезпек, загроз і ризиків завжди негативно впливають на стан систем фінансово-економічної безпеки. Через відсутність ресурсів, необхідних для створення засобів захисту від такого впливу та компенсації його наслідків для відновлення нормального функціонування господарських процесів, неможливо забезпечити стабільне та ефективне функціонування господарських процесів.

У зв'язку з постійною фінансовою залежністю України, помітно, що міжнародні організації впливають на економічну політику України,

спрямовуючи її час від часу в протилежні боки економічних інтересів країни та її населення.

Дослідники економічної безпеки надають велику увагу розширенню концепції «об'єкт управління». Пропонується визначити управління економічною безпекою як «систему (систему-процес та систему-об'єкт) досягнення певного стану суб'єкта господарювання, який характеризується стійкістю до впливу численних і різноманітних внутрішніх і зовнішніх загроз, наслідки реалізації яких можуть призвести до ліквідації, зниження економічних показників, що характеризують діяльність суб'єкта господарювання» [1].

Прихильники системного підходу до формування системи безпеки та процесного підходу до управління нею стверджують, що «специфічний характер процесу управління економічною безпекою надає наявність таких ознак, що характеризують даний процес: прийняття рішень та розвиток складної системи в часі може мати велику кількість стратегій; аналітики не мають можливості подати повної інформації про процес на етапі формування рішень та прийняття управлінського впливу» [2].

З позицій менеджменту фінансово-економічна безпека підприємства підлягає керуванню, ефективність якого залежить від узгодженої системи управління безпекою, котра орієнтована на досягнення необхідного рівня фінансово-економічної безпеки та протидію дестабілізуючим факторам [3].

Слід звертати увагу на те, як цілі та завдання управління фінансово-економічною безпекою пов'язані зі стратегічними планами підприємства. Це тому, що особливості управління фінансово-економічною безпекою підприємства залежать від всієї системи управління підприємства та можливостей досягнення головних цілей діяльності підприємства.

Таким чином, існує багато змістових проблем у процесі створення сучасних теоретико-методичних основ управління фінансово-економічною безпекою як на мікро-, так і на макрорівні.

Незважаючи на розбіжності, усі дослідники проблем безпекознавства визнають, що досягнення стану фінансово-економічної безпеки підприємств і держави в цілому є необхідним для отримання ринкових переваг і забезпечення економічних перспектив подальшого сталого розвитку в умовах поширення тенденцій до глобалізації економічних і політичних проблем. Вирішення цих проблем має стати науковим і прикладним завданням загальнонаціонального значення.

Список використаних джерел:

1. Занора В.О., Скляр А.В. Управління економічною безпекою суб'єктів господарювання: теоретико-методичні аспекти організації системи. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. Серія : Економіка і менеджмент. –2016. –Вип. 22. –С. 74-77.

2. Маслак О.І., Гришко Н.Є. Управління економічною безпекою підприємства на принципах забезпечення її раціонального рівня. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2013. –№ 1. –С. 198-208.

3. Русіна Ю.О., Уланова К.О. Удосконалення управління фінансово-економічною безпекою підприємства. Інтернаука. 2017. № 14(36). С. 140–143. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/mnj_2017_14_30 (дата звернення: 19.12.2023).

ОЦІНЮВАННЯ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ БАНКУ МЕТОДОМ АНАЛІЗУ ІЄРАРХІЙ

А. ДИДА, здобувачка вищої освіти

Львівський національний університет імені Івана Франка, м. Львів

Дослідження фінансової стійкості банків є важливим завданням для регуляторів, банків, науковців та інших зацікавлених осіб. Воно дозволяє забезпечити стабільність фінансової системи, захистити інтереси вкладників та кредиторів, а також сприяти ефективному функціонуванню банків. Особливо важливим дослідження фінансової стійкості банків є в умовах економічної нестабільності та кризових явищ. У таких умовах підвищується ризик виникнення фінансових проблем у банках, тому їхня фінансова стійкість є особливо важливою.

Для дослідження фінансових ринків загалом та банківської системи зокрема, як елементу фінансових ринків, застосовують різні математичні методи та моделі, наприклад, симультаивні моделі [1], авторегресійні моделі [2], методи машинного навчання [3, 4], логістичну регресію [5] тощо.

У дослідженні застосовано метод аналізу ієрархій Сааті для оцінювання фінансової стійкості банків. Завдання полягає в експертній оцінці пріоритетності альтернатив методом аналізу ієрархії. Основне застосування методу - підтримка прийняття рішень за допомогою ієрархічної композиції завдання й рейтингування альтернативних рішень.

У якості критеріїв оцінювання фінансової стійкості банку обрано такі: А1 - якість зобов'язань, А2 - якість активів, А3 - рівень ліквідності, А4 - рівень прибутковості, А5 – достатність капіталу.

Спершу здійснюємо декомпозицію цілі в ієрархію. Після побудови декомпозиції задачі ієрархії визначаємо пріоритетність критеріїв при виборі альтернатив на основі попарних оцінок суджень.

Матриця попарних порівнянь суджень щодо визначення пріоритетності критеріїв при виборі сценарію предствлена в таблиці 1.

Таблиця 1 – Матриця попарних порівнянь важливості критеріїв при виборі сценарію

	A1	A2	A3	A4	A5
A1	1	1/3	1/5	1/7	1/9
A2	3	1	1/3	1/5	1/7
A3	5	3	1	1/3	1/5
A4	7	5	3	1	1/3
A5	9	7	5	3	1

Джерело: обчислено авторкою

Відповідно до представленої матриці, критерій А2 має помірну перевагу над критерієм А1; критерій А3 – істотне домінування над критерієм А1; критерій А4 – значну перевагу над критерієм А1; критерій А5 має дуже сильну перевагу над критерієм А1, помірне домінування над критерієм А4 та значну перевагу над критерієм А2.

Далі здійснюємо ранжування критеріїв на підставі головного власного вектора W , одержаного внаслідок оброблення матриці попарних порівнянь: знаходимо суму по стовпцях, ділимо кожен елемент на цю суму, отримуємо вектор W , знаходимо суму елементів і ділимо кожен елемент на суму і отримуємо нормоване значення $W_{\text{норм}}$ - вектор пріоритетів W . На основі цих показників обчислюють середнє значення індексу узгодженості думок експертів (таблиця 2).

Таблиця 2 – Середнє значення індексу узгодженості

Розмір матриці	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Середнє значення індексу узгодженості ($I_{\text{ср}}$)	0	0	0,58	0,90	1,12	1,24	1,32	1,41	1,45	1,49

Джерело: обчислено авторкою

За результатами розрахунків найбільш пріоритетним критерієм, від якого залежить оцінка фінансового стану підприємства, є показник достатність капіталу (А4).

Отримано значення індексу узгодженості 0,06 та відношення узгодженості 0,05. Значення індексу узгодженості менше 0,2 та відносної узгодженості менше 0,1 свідчить про узгоженість думок експертів.

Наступним етапом є визначення пріоритетів альтернатив за кожним з критеріїв.

Найбільш пріоритетна альтернатива визначається шляхом перемноження матриці пріоритетів альтернатив за кожним критерієм на матрицю пріоритетів критеріїв (рис. 1).

	А1	А2	А3	А4	А5	$W_{\text{норм}}$
Оптимістичний сценарій	0,75	0,83	0,88	0,89	0,90	0,03
Песимістичний сценарій	0,25	0,17	0,13	0,11	0,10	0,06
						0,13
						0,26
Найбільш пріоритетна альтернатива	0,884649					0,51

Рисунок 1 – Розрахунок пріоритету сценаріїв

Джерело: обчислено авторкою

Результатом є вектор пріоритетності альтернатив. Його можна вважати оцінкою значущості альтернатив. Чим вона вища, тим важливіша реалізація відповідного керівного рішення для досягнення заданої мети.

Таким чином, експертне оцінювання альтернатив методом аналізу ієрархій дає змогу визначити пріоритетність альтернатив за обраними кількісними та якісними критеріями з урахуванням «людського фактора».

Список використаних джерел:

1. Комар М., Зомчак Л., Пешко Б. Банківська система у України в умовах пандемії та війни: симульативна економетрична модель. Економіка та суспільство. 2023. №52.

3. Zomchak L., Lapinkova A. Key Interest Rate as a Central Banks Tool of the Monetary Policy Influence on Inflation: The Case of Ukraine. Advances in Intelligent Systems. Computer Science and Digital Economics IV. Cham: Springer Nature Switzerland. 2023. P. 369-379.

3. Zomchak L., Melnychuk V. Creditworthiness of Individual Borrowers Forecasting with Machine Learning Methods. In International Conference of Artificial Intelligence, Medical Engineering, Education. Cham: Springer Nature Switzerland 2022. P. 553-561.

4. Kaminskyi A., Nehrey M., Zomchak L. Machine learning methods application for consumer banking. In SHS Web of Conferences. EDP Sciences. 2021. Vol. 107, p. 12001.

5. Зомчак Л. М., Вдовин М. Л. Прогнозування успішності банківського маркетингу методами логістичної регресії. Інтелект XXI. 2020. №5. P.100-104.

ВИКОРИСТАННЯ КОНЦЕПЦІЇ ЗБАЛАНСОВАНОЇ СИСТЕМИ ПОКАЗНИКІВ ЯК ІНСТРУМЕНТУ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Т. Б. КУЗЕНКО, к.е.н. доц.

ХНЕУ ім. С. Кузнеця

О. Ю. ЛИТОВЧЕНКО, к.е.н. доц.

ХНУ ім. В. Н. Каразіна

В умовах нестабільного економічного середовища та жорсткої конкуренції особливо важливими є саме стратегічні управлінські рішення для прийняття яких є недостатнім застосування лише фінансових показників діяльності.

Дані фінансової звітності не дозволяють отримувати інформацію про фактори, що впливають на ріст продуктивності праці і обсяг реалізації послуг збільшення ваги ринку та прибутку відношення результативності господарських операцій зі стратегічними цілями підприємства. Крім того фінансові показники характеризують результати попередніх рішень, тобто фактично спрацьовують з запізненням.

У той же час є показники, які можуть попереджувати про можливі зміни фінансових показників. У більшості випадків їх не можна виміряти фінансовими оцінками, тому їх відносять до не фінансових, наприклад, якість продуктів, рівень інновацій, навчання кадрів, ставлення клієнтів тощо.

Отже, в сучасних умовах фінансові показники є недостатніми для визначення реальних механізмів створення вартості на підприємствах. Однак, незважаючи на їх обмеження та орієнтованість на короткострокову перспективу, вони чудово описують минулі результати діяльності та характеризують течію процесу створення вартості. Саме тому ми можемо використовувати фінансові показники як кількісні стандарти оцінки фактичних результатів у зіставленні з очікуваними. Тому від їх використання не можна відмовлятися просто необхідна система яка забезпечуватиме глибоке розуміння діяльності організації та урівноважить історичну точність фінансових показників факторами майбутньої ефективності.

Однією з методик виміру ефективності діяльності підприємств є збалансована система показників, розроблена Р. Капланом та Д. Нортонем, яка дозволяє управляти розвитком підприємств на основі значень ключових показників ефективності [1].

Збалансовану систему показників можна визначити як ретельно підібраний набір інструментів, що піддаються кількісному виміру та ґрунтуються на стратегії організації. Система містить фінансові показники та фактори майбутньої економічної ефективності, оскільки саме вони приводять стратегію організації у дію та створюють вартість.

Збалансована система показників будується на наступних принципах:

- 1) причинно-наслідковий зв'язок всіх показників;
- 2) зв'язок результатних показників, які підприємство має можливість виміряти після завершення певного періоду попередніх показників, які можна виміряти миттєво;
- 3) зв'язок всіх показників з фінансовими результатами діяльності підприємства [2].

Збалансована система показників транслює місію й загальну стратегію організації в систему взаємозалежних показників. Дизайн ЗСП повинен включати шість обов'язкових елементів:

1) перспективи (perspectives) - компоненти, за допомогою яких проводиться декомпозиція стратегії з метою її реалізації. Зазвичай використовуються чотири базові перспективи, однак їх список можна доповнити у відповідності зі специфікою стратегії підприємства. Базовими перспективами є: «Фінанси» (одержання стабільно зростаючої прибутку - як бачать нас акціонери підприємства), «Клієнти» (поліпшення знання кожного клієнта - як бачать нас клієнти), «Внутрішні бізнес-процеси» (чим ми виділяємося серед конкурентів), «Навчання та розвиток» (персонал підприємства);

2) стратегічні цілі (objectives) визначають, в яких напрямках буде реалізовуватися стратегія;

3) показники (measures) - це метрики досягнень, які повинні відображати прогрес у русі до стратегічної мети. Показники увазі певні дії, необхідні для досягнення мети, і вказують на те, як стратегія буде реалізована на операціональному рівні;

4) цільові значення (targets) - кількісні вираження рівня, якому повинен відповідати той чи інший показник;

5) причинно-наслідкові зв'язки (cause and effect linkages) повинні зв'язувати в єдиний ланцюжок стратегічні цілі компанії таким чином, що досягнення однієї з них обумовлює прогрес у досягненні іншій (зв'язок по типу "якщо то");

б) стратегічні ініціативи (strategic initiatives) - проекти або програми, які сприяють досягненню стратегічних цілей [3].

Таким чином, система містить набір індикаторів, що не лише дають змогу оцінити результати минулих рішень, але й дають орієнтацію на майбутнє. Майбутні індикатори можуть відображати ключові покращення у всій організації, минулі індикатори дозволяють відповісти на питання: чи привели ці покращення до підвищення фінансових результатів.

Список використаних джерел:

1. Мисак Н. В., Яценко О. І. Стратегічні аспекти досягнення фінансової стійкості підприємства. Науковий вісник Національного лісотехнічного університету України. 2019. Вип. 15.5. С. 384–389.

2. Приймак І. І. Стратегічний аналіз фінансової стійкості підприємства. Економіка та управління підприємствами машинобудівної галузі. 2012. № 3. С. 55–68

3. Плиса В. Й. Стратегія управління фінансовою стійкістю підприємства. Фінанси України. 2019. № 11. С. 36–42.

ВПЛИВ ВІЙНИ НА РОЗВИТОК ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН У СУЧАСНОМУ ПІДПРИЄМНИЦТВІ

А. А. ПАКУЛІНА, канд. екон. наук, доцент

А. А. СЕРГІЄНКО, здобувач вищої освіти

Харківський національний університет міського господарства

імені О. М. Бекетова

Постійний розвиток фінансово-економічних відносин в сучасному підприємстві є ключовим для забезпечення стійкого та успішного функціонування компаній у сучасних умовах. Загальною тенденцією в сучасному підприємстві є стрімкий технологічний розвиток, спрямований на підвищення ефективності, зростання конкурентоспроможності та відповідь на сучасні виклики та можливості. Розвиток фінансово-економічних відносин враховує ці тенденції.

Воєнний конфлікт і його наслідки можуть відчутно впливати на фінансово-економічні відносини в сучасному підприємстві. Війна може створити складні обставини та виклики, які спонукатимуть підприємства приймати стратегічні рішення для забезпечення власної стійкості та адаптації до нових умов. Ось деякі можливі впливи війни на розвиток фінансово-економічних відносин у сучасному підприємстві:

1. Збільшення ризиків і невизначеності. Військовий конфлікт призводить до збільшення політичних, економічних і соціальних ризиків, що ускладнює планування та управління підприємствами.

2. Зміни в ланцюгах постачань. Війна може призвести до перерв у ланцюгах постачань через територіальні обмеження, зниження виробництва та збільшення ризиків для транспортування товарів.

3. Збільшення вартості капіталу. Військові конфлікти можуть призвести до збільшення вартості капіталу через нестабільність фінансових ринків та підвищення рівня ризиків.

4. Падіння попиту та споживчої діяльності. В умовах війни може відбуватися скорочення попиту на товари та послуги через економічну нестабільність та погіршення фінансового стану населення.

5. Необхідність реструктуризації боргів. Підприємства можуть стикатися з проблемами у здатності сплачувати борги, що може призвести до необхідності реструктуризації фінансових зобов'язань.

6. Зміни валютного курсу. Воєнні події можуть викликати коливання валютних курсів та збільшення валютного ризику для підприємств, особливо тих, які здійснюють міжнародну торгівлю.

7. Зміни в стратегіях розвитку. Військовий конфлікт може змусити підприємства переглядати свої стратегії розвитку, змінювати напрямки діяльності та переглядати цілі та завдання.

8. Підвищення витрат на безпеку та захист. Підприємства можуть бути змушені збільшити витрати на безпеку та захист своїх активів через загрозу військових конфліктів.

9. Зміни в управлінні ризиками. Важливість активного управління ризиками в умовах нестабільності та загострення геополітичних конфліктів.

10. Вплив на кадровий потенціал. Війна може призвести до масового переміщення населення, втрати кадрового потенціалу та змін в робочих ринках.

У цих умовах підприємства повинні бути готові до викликів, активно реагувати на зміни в навколишньому середовищі, ефективно управляти ризиками та адаптувати свої стратегії для забезпечення стійкості та успіху в умовах війни.

На сучасному етапі розвитку підприємництво визначається цілим рядом актуальних проблем у сфері фінансово-економічних відносин. Деякі з них включають: фінансову нестабільність; великі зміни в світовій економіці; цифрову трансформацію та кібербезпеку; зміни в споживчому підході; регулювання та податкову політику; зростання заборгованості та ризиків; нестабільність валютних ринків; кадрові проблеми.

Ці виклики вимагають від підприємств постійного аналізу, гнучкості та інновацій в управлінні фінансами та економічними відносинами для забезпечення стабільності та розвитку підприємств.

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ БУДІВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ ЕКОНОМІЧНИХ ПЕРЕТВОРЕНЬ

К. А. МАМОНОВ, д.е.н., проф.

В. В. ГОЙ, к.е.н., докторант

Л. Б. КОВАЛЕНКО, к.ф.-м.н., доц.

*Харківський національний університет міського господарства
імені О. М. Бекетова*

На сучасному етапі економічних перетворень, які визначаються зниженням основних показників діяльності підприємств, наслідками агресії РФ, особливого значення набуває формування інструментарію протидії негативним явищам та створення підґрунтя для забезпечення розвитку. Представлені процеси поглиблюються на підприємствах будівельної сфери.

Слід зазначити, що в існуючих наукових розробках відсутні єдині підходи до визначення розвитку будівельних підприємств. Зокрема, у деяких наукових розробках розвиток розглядається під призмою:

- вивчення і виділення властивостей систем, що розвиваються;
- через формування трактувань даної дефініції;
- як порівняльної характеристики об'єкта [1, с. 96].

Функціональні параметри щодо розвитку підприємств виокремлені як впорядкованість, узгодженість, взаємодію певною мірою диференційованих або автономних частин цілого, обумовлених його будовою, з метою досягнення кращого поєднання елементів структури, що посилює й підвищує вихідні показники системи порівняно з показниками попереднього етапу її функціонування, тобто сприяє вилученню потенційної енергії в новому стані [2]. У цьому контексті заслуговують на увагу розробки, де характеризується розвиток підприємств як сукупність змін [3].

Для забезпечення розвитку підприємств розробляються і виділяються комплекс взаємопов'язаних дій:

- дозволяти перевести підприємство з одного стану в інший, більш досконалий, якісно новий стан, що має бути чітко ідентифікованим;
- дозволяти організувати процес переходу підприємства в інший, більш досконалий стан;
- здійснюватися шляхом цілеспрямованого внесення переважно керованих змін у діяльність підприємства;
- мати конкретний змістовно визначений характер дій [4].

У контексті забезпечення стійкого розвитку підприємств запропоновано реалізовувати напрями, які полягають у:

«1) ендогенний – організація основної діяльності підприємства на засадах сталого розвитку (орієнтація на раціоналізацію ведення діяльності, забезпечення оптимального рівня витрат та доходів, інтенсифікація за рахунок інформаційних технологій, посилення заходів економічної безпеки, зниження техногенного навантаження на довкілля);

2) екзогенний – дії, пов'язані з покращенням (досягненню соціальних цілей щодо підвищення якості життя, перегляд «споживчого» підходу; покращення розуміння єдності національно-регіональних цінностей і глобальних пріоритетів розвитку);

3) поліпшення умов функціонування – дії, пов'язані з покращенням кон'юнктури ринку (трансформація податкової системи в напрямі зменшення податкового навантаження; достовірне прогнозування процесів соціально-економічного розвитку, дотримання галузевих стандартів охорони навколишнього середовища; оцінка існуючих та потенційних ресурсозберігаючих технологій, модернізація природоохоронної інфраструктури)» [5].

Розвиваючи структурний підхід, визначені форми розвитку:

– революція: стрибок, фазовий перехід, катастрофа, яка передбачає докорінну зміну підприємства;

– еволюція: форма розвитку, яка передбачає поступальну, повільну якісну зміну на основі адаптації підприємства до швидко змінюваних умов середовища;

– прогресивний розвиток: зміна якості системи від нижчого до вищого, процеси, які забезпечують підвищення ефективності функціонування виробничо-комерційної системи підприємства, поліпшення якості його діяльності;

– регресивний розвиток: зниження якісного рівня, деградація організації, падіння її якісних і кількісних характеристик та ін. [6].

Стратегія розвитку підприємства визначається як довгостроковий гнучкий план дій інноваційного спрямування з відповідним рівнем ризику, який базується на детальному аналізі внутрішнього і зовнішнього середовища підприємства, залежить від людських чинників та потребує інвестицій для досягнення ефективних результатів, підвищення конкурентоспроможності продукції і підприємства [7].

Визначено багатоаспектність категорії стратегія розвитку:

1) розгляд стратегії як плану;

2) розгляд стратегії розвитку як набору рішень, завдань, цілей;

3) розгляд стратегії як множини можливих напрямів розвитку підприємства;

4) ототожнення стратегії розвитку зі стратегією підприємства (загальною, конкурентною, ринковою і т. ін.);

5) розгляд стратегії розвитку як властивості стратегії на певних рівнях ієрархії, що може розвинути за сприятливих умов [8].

Отже, до особливостей розвитку будівельних підприємств на сучасному етапі економічних перетворень відносяться сукупність параметрів (функціональні, управлінські, структурні, факторні, стратегічні, інвестиційні, системні), які дозволяють сформулювати багаторівневу систему показників та запропонувати метод інтегральної оцінки розвитку, побудувати теоретико-методологічну платформу й кількісну основу для прийняття обґрунтованих управлінських рішень.

Список використаних джерел:

1. Раєвнева О.В. Управління розвитком підприємства: методологія, механізми, моделі: монографія. Х.: «ІНЖЕК», 2006. 496 с.
2. Юшкевич О.О. Систематизація поглядів до теорії розвитку підприємства як відкритої системи. Вісник Житомирського державного технологічного університету. 2011. № 2 (56). Ч. 2. С. 179–183.
3. Іванчук К.О. Теоретичні підходи до визначення сутності категорії «розвиток підприємства». Стратегія і механізми регулювання промислового розвитку. 2012. С. 231–239.
4. Погорелов Ю.С. Природа, рушійні сили та способи розвитку підприємства. Харків: АдвТМ, 2010. 352 с.
5. Яковенко Я.Ю. Концепція управління стійким розвитком підприємств. Науковий вісник Херсонського державного університету. С. 75–81. URL: <https://ej.journal.kspu.edu/index.php/ej/article/view/600/596>.
6. Коваленко Н.В. Управління розвитком промислових підприємств: теоретичний складник. Проблеми системного підходу в економіці. Економіка та управління підприємствами. 2019. Вип. № 6 (74). С. 71–83.
7. Гура О.Л., Бобівський В.А. Стратегія розвитку підприємств в Україні. Економічна наука. Економіка та держава. 2020. № 5. С. 175–181.
8. Шастун С.В. Сутність та особливості стратегії розвитку підприємств. Науковий вісник Херсонського державного університету. 2017. Вип. 24. Ч. 1. С. 161–165.

ФІНАНСОВІ АСПЕКТИ ЕКОНОМІЧНОГО ВІДНОВЛЕННЯ ТА СТАЛОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ

О. Ю. ЛИТОВЧЕНКО, к.е.н., доцент

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

Т. Б. КУЗЕНКО, к.е.н., доцент

Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця

Попри тривалу військову агресію, руйнування інфраструктурних та промислових об'єктів, втрати ресурсного та кадрового потенціалів, значну низку викликів та системних ризиків економіка України має потенціал до поступального відновлення. Так, за підсумками Міністерства економіки України, за вісім місяців 2023 року, зростання реального ВВП становило 3%, а макроекономічні прогнози констатують збереження цієї позитивної динаміки. Означені результати, передусім, обумовлені здатністю до швидкої адаптації підприємств до нових умов діяльності, відновленням стабільної роботи енергосистеми країни, поступовою активізацією внутрішнього попиту, стабілізацією курсу гривні. Отже, сьогодні можна говорити про позитивні очікування та об'єктивні умови щодо відновлення підприємницької діяльності та зміцнення фінансового стану підприємств.

Фінансування сталого розвитку підприємств здійснюється із залученням широкого кола учасників на засадах співробітництва та партнерства з

урахуванням їхніх інтересів. У вітчизняній практиці господарювання найбільшого поширення набули такі форми фінансування процесів функціонування і розвитку підприємств, як самофінансування, кредитування та бюджетне фінансування. Про оптимістичні погляди на можливості самофінансування та позитивні очікування щодо сценаріїв розвитку вітчизняного підприємництва свідчать результати дослідження [1], проведеного НБУ наприкінці 2023 року. Зокрема, було встановлено, що в 2024 році бізнес очікує зростання ділової активності, хоча й дещо нижчими темпами, ніж раніше. Попри безпекові ризики та логістичні труднощі з перетином кордону, респонденти прогнозують відчутніше зростання обсягів виробництва товарів та послуг, а також позитивно налаштовані щодо розвитку власних підприємств. Пожвавлення ділової активності прогнозується завдяки збереженню позитивних очікувань щодо загальних обсягів реалізації продукції власного виробництва, інвестиційних видатків на машини, обладнання та інвентар та майбутнього фінансово-економічного стану.

Щодо макроекономічної ситуації в Україні, то зростання обсягів виробництва товарів і послуг в Україні очікують підприємства всіх видів економічної діяльності та розмірів за кількістю працівників, а також більшості областей і видів діяльності, крім експортерів. Найвагомим інфляційним чинником для 83% респондентів є воєнні дії. Поліпшення фінансово-економічного стану очікують підприємства більшості видів економічної діяльності, при цьому найоптимістичніші у своїх оцінках – підприємства переробної промисловості та будівництва. Зростання загальних обсягів реалізації продукції, в тому числі на зовнішньому ринку, очікують респонденти всіх напрямків ЗЕД, але найбільше – добувної, переробної промисловості, а також торгівлі. Підприємства мають позитивні оцінки щодо зміни рівня інвестиційних видатків на машини, обладнання та інвентар, водночас посилюються песимістичні оцінки щодо інвестиційних видатків на будівельні роботи. Підприємства, що залучають іноземні інвестиції, посилюють очікування щодо збільшення їх обсягів у 2024 році. Найвищі очікування - у підприємств енерго- та водопостачання, добувної промисловості, а також транспорту та зв'язку.

Частка респондентів, які планують залучати найближчим часом банківські кредити становить 36%, з них переважна більшість (80,3%) надають перевагу кредитам у національній валюті. Найсуттєвішою перешкодою для залучення нових кредитів для 46,6% респондентів є занадто високі ставки.

Усвідомлюючи проблематику функціонування бізнесу в умовах тривалого військового супротиву та системних викликів необхідно також враховувати можливості використання суб'єктами господарювання державної підтримки. Одним із пріоритетів держави у 2024 році є завдання фінансової підтримки бізнесу та розвитку підприємництва, забезпечення прискорення темпів відновлення та формування підґрунтя для подальшого сталого економічного зростання [2]. Зокрема, йдеться про фінансування програм відновлення та розвитку економіки, які визначено у державному бюджеті. Так, у 2024 році на реалізацію програми «Забезпечення функціонування Фонду розвитку

підприємництва» державним бюджетом передбачено фінансування у обсязі 18 млрд. грн. Ця програма передбачає надання фінансової державної підтримки суб'єктам підприємництва в Україні, спрямованої на розвиток підприємництва, збільшення обсягів виробництва, експорту, імпортозаміщення, розвиток високотехнологічного виробництва, енергоефективності, впровадження інновацій, фінансування сільськогосподарських товаровиробників для проведення сільськогосподарської діяльності в умовах воєнного стану, а також надання фінансової державної підтримки суб'єктам підприємництва за договорами фінансового лізингу.

Обсяг фінансування бюджетної програми «Надання грантів для створення або розвитку бізнесу» у 2024 році становитиме 1,37 млрд грн за рахунок загального фонду державного бюджету. Бюджетною програмою передбачено надання безповоротної державної допомоги у формі грантів суб'єктам господарювання на: створення або розвиток переробних підприємств; створення або розвиток садівництва, ягідництва та виноградарства; створення або розвиток тепличного господарства.

У 2024 році запроваджується нова державна програма «Доступний факторинг», яка стане ще одним важливим інструментом для підтримки та розвитку мікро-, малого та середнього бізнесу в Україні в умовах військової агресії. Завдяки цій програмі підприємства матимуть змогу покрити щоденні витрати, знизити ризик виникнення «неплатежів» з боку контрагентів та покращити стійкість всього ланцюга постачання товарів. Фінансова підтримка суб'єктів господарювання за договорами факторингу передбачатиме компенсацію відсоткової ставки за факторинг на рівні до 13% річних. Також у 2024 році запроваджується бюджетна програма «Забезпечення державної підтримки реалізації інвестиційних проектів із значними інвестиціями». Для її реалізації у державному бюджеті заплановано 3 млрд. грн. Кошти будуть спрямовані на: будівництво об'єктів інженерно-транспортної інфраструктури - 1,2 млрд грн; компенсацію вартості збудованих заявником або інвестором із значними інвестиціями об'єктів інженерно-транспортної інфраструктури - 1,2 млрд.грн; компенсацію витрат на підключення та приєднання до інженерно-транспортних мереж, необхідних для реалізації інвестиційного проекту із значними інвестиціями - 600 млн грн.

Відповідно до ч. 2 ст. 4 Закону України «Про державну підтримку інвестиційних проектів із значними інвестиціями в Україні» передбачено, що загальний обсяг державної підтримки для реалізації інвестиційного проекту із значними інвестиціями встановлюється у спеціальному інвестиційному договорі та не повинен перевищувати 30% планового обсягу значних інвестицій за інвестиційним проектом із значними інвестиціями. Використання цих коштів дасть змогу потенційним заявникам/інвесторам із значними інвестиціями: активізувати власну інвестиційну діяльність, у т.ч. розпочати реалізацію таких проектів, що позитивно вплине на активність економічних агентів, національну економіку та економіку регіонів, де такі проекти реалізовуватимуться; забезпечити будівництво об'єктів інженерно-транспортної інфраструктури, що дасть змогу покращити логістику та зменшити витрати заявника/інвестора із

значними інвестиціями; забезпечити мультиплікаційний ефект на суміжні галузі, адже збільшення інвестицій викликає зростання обсягу виробництва, валового внутрішнього продукту тощо; забезпечити створення нових робочих місць, що є важливою складовою соціальної політики, і дозволить працевлаштувати, зокрема внутрішньо переміщених осіб, та запобігти втраті працездатного населення у зв'язку з міграційними процесами; забезпечити надходження до бюджетів всіх рівнів від діяльності в рамках реалізації інвестиційних проектів із значними інвестиціями, а також після введення в експлуатацію об'єктів інвестування, що дасть змогу збалансувати бюджетні витрати та надходження.

Бюджетна програма «Підтримка внутрішнього попиту на вітчизняні товари та послуги» передбачає виділення 3 млрд грн на підвищення попиту на вітчизняні товари, шляхом здійснення часткової компенсації їх вартості, що закуплені у вітчизняних виробників та/або їх дилерів. На заходи із посилення інституційної спроможності для підготовки проектів державно-приватного партнерства заплановано 4,95 млн грн. Також значний обсяг коштів передбачено бюджетною програмою «Фінансова підтримка сільгосптоваровиробників», у обсязі 205 млн грн. Програма орієнтована на забезпечення продовольчої безпеки держави, підтримку фінансової стійкості сільськогосподарських товаровиробників шляхом відновлення та модернізації меліоративних систем, а також підвищення ефективності і прозорості управління.

Отже, сьогодні діяльність підприємства повинна базуватись на своїх перевагах, тобто використовувати по максимуму усі свої можливості, в той же час, зводити до мінімуму свої слабкі сторони, передбачаючи ймовірні загрози, а також максимально використовувати державну підтримку. Такий підхід дозволить господарчому суб'єкту не лише вірно побудувати політику управління в поточному періоді, націлену на відновлення та зростання, але й чітко сформулювати напрямки стратегічного розвитку підприємства. В свою чергу, реалізація завдань бюджетних програм у сфері підтримки бізнесу та розвитку підприємництва, за умов їх успішної реалізації також матиме позитивний вплив на економічний розвиток громад.

Список використаних джерел:

1. Ділові очікування підприємств (IV кв. 2023 р.). Департамент статистики та звітності. Випуск № 4 (72). [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ualombards.com.ua/2024/01/19/dilovi-ochikuvannia-pidpriemstv-iv-kvartal-2023-roku/#:~:text=%D0%A2%D1%80%D0%B8%D0%B2%D0%B0%D0%BB%D0%BE%20%D0%BF%D0%BE%D0%BB%D1%96%D0%BF%D1%88%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8F%20%D1%96%D0%BD%D1%84%D0%BB%D1%8F%D1%86%D1%96%D0%B9%D0%BD%D0%B8%D1%85%20%D0%BE%D1%87%D1%96%D0%BA%D1%83%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D1%8C%2C%20%D0%B2%D0%25>

2. Бюджетні інструменти економічного відновлення та розвитку у 2024 році. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://decentralization.gov.ua/en/news/17720>.

СЕКЦІЯ 4

ОСОБЛИВОСТІ БІЗНЕС-АДМІНІСТРУВАННЯ НА ПІДПРИЄМСТВАХ (РІЗНИХ ФОРМ ВЛАСНОСТІ)

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ СУЧАСНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ СФЕРИ ПОСЛУГ

М. В. БОРОВИК, д.е.н., проф.,

С. В. ШКОЛЯР, аспірант

*Харківський національний університет міського господарства
імені О. М. Бекетова*

Управління підприємствами сфери послуг є складним завданням, оскільки включає в себе різноманітні види діяльності. Управління підприємствами сфери послуг - це комплекс дій та стратегій, спрямованих на організацію та оптимізацію роботи підприємств, які надають широкий спектр послуг. Сфері послуг притаманним є виконання економічних, соціальних, відтворювальних функцій; крім того, багато напрямів цієї сфери мають вирішальне значення у розвитку прогресу сучасного суспільства. Слід підкреслити значення сфери послуг у вирішенні соціальних завдань, оскільки більшість підприємств сфери послуг належать до малих підприємств, на яких нині працює близько 65 % зайнятих осіб вітчизняної економіки.

Підприємства сфери послуг працюють на ринку в умовах жорсткої конкуренції, що дозволило закордонним компаніям завойовувати вітчизняний ринок послуг. Більше того, в даний час значно знижено реальні доходи населення, а воно, в свою чергу, є основним споживачем послуг даних підприємств. Саме через жорстку ринкову конкуренцію виникає потреба у ефективному управлінні підприємствами сервісної діяльності.

Управління підприємствами сфери послуг - це свідомий цілеспрямований і постійний вплив суб'єктів управління на об'єкти та процеси, а також на участь у них людей, які мають на меті вибір напрямку діяльності підприємства сфери послуг та отримання бажаних результатів.

Цілями управління є підвищення прибутку і рівня рентабельності діяльності підприємства, зміцнення конкурентної позиції на ринку, формування конкурентних переваг; забезпечення адаптивності підприємства до зовнішніх умов, які постійно змінюються; а також реалізація інтересів власників, працівників і споживачів послуг підприємств. Ефективне управління підприємствами сфери послуг передбачає необхідність враховувати певні особливості, які притаманні підприємствам сфери послуг. Ці особливості пов'язані з предметом діяльності даних підприємств, а саме послугою, яка ними надається.

Поняття «послуга» розглядається у трьох наступних напрямках: з позиції галузі, де враховується спеціалізація; з позиції самої послуги, де до уваги

беруться її властивості, які враховують специфіку конкретної послуги; у якості альтернативи товару як матеріальному благу.

Аналіз літературних джерел дозволив переконатись, що виділяють специфічні особливості послуг [1, 2, 3], які полягають у нематеріальному характері послуг, нерозривності споживання та виробництва послуги, мінливості її якостей, нездатності до зберігання та залежності від виконавця послуги. Послуга в загальному сенсі є товаром, оскільки має свою вартість та цінність, але, водночас, має суттєві відмінності від товару. Послуга створюється під конкретного користувача, вона характеризується індивідуальністю та особистісним характером.

В процесі управління сучасними підприємствами сфери послуг необхідно враховувати такі фактори, які мають суттєвий вплив на управління підприємствами сфери послуг. До таких ключових факторів доцільно віднести наступні: висока динаміка сфери послуг, яка пов'язана не тільки зі збільшенням обсягів послуг у вартісному вираженні, а й у постійній мінливості самих послуг; короткий виробничий цикл даної сфери діяльності, що робить привабливим цей напрямок економіки для бізнесу; велика кількість у сфері послуг малих підприємств; локальний характер, територіальна сегментація; індивідуальність, відсутність посередників при наданні послуг; мінливість та нестандартність; невизначеність результату; високі вимоги до персоналу; проблеми у визначенні якості послуг та її стандартизації; тісний зв'язок з матеріальним виробництвом, оскільки виробничі підприємства в даний час не тільки виробляють матеріальний товар, а й надають широкий спектр послуг; тісний зв'язок маркетингу та процесу надання послуг; залежність зростання попиту на послуги від реальних доходів населення; залежність від місця розташування підприємства.

Управління підприємствами у секторі сфери послуг передбачає розробку та впровадження стратегій, спрямованих на досягнення бізнес-цілей, задоволення потреб клієнтів та забезпечення стабільного функціонування.

До ключових аспектів управління підприємствами сфери послуг доцільно віднести наступні:

1) ринкове дослідження: вивчення та аналіз ринку, визначення потреб клієнтів та виявлення конкурентних переваг підприємства; розробка стратегій маркетингу для залучення нових клієнтів та утримання існуючих;

2) якість обслуговування: висока якість послуг є ключовою для задоволення клієнтів та побудови позитивного іміджу підприємства; забезпечення навчання та мотивації персоналу для гарантування високого стандарту обслуговування;

3) ефективне управління персоналом: відбір, навчання та розвиток кваліфікованого персоналу; розробка ефективних систем мотивації та утримання персоналу на підприємстві;

4) технологічні інновації: використання сучасних технологій для полегшення операцій та підвищення ефективності діяльності підприємства; розробка CRM-систем, та інших інструментів автоматизації;

5) фінансовий менеджмент: ефективне управління бюджетом та фінансами; аналіз фінансових показників для прийняття стратегічних рішень.

Ефективне управління підприємствами сфери послуг вимагає гнучкості, адаптивності та здатності швидко реагувати на зміни в оточуючому середовищі. Управління підприємством сфери послуг з урахуванням перспектив має здійснюватися на основі гнучких екстрених рішень, оскільки постійні зміни у зовнішньому середовищі потребують негайної адекватної реакції з урахуванням цілей підприємства та наявних ресурсів. Щоб підприємству вижити та вести ефективну діяльність немає іншого шляху як шлях постійно уточнювати стратегії та ефективно використовувати обмежені ресурси у конкретний час.

Таким чином, сучасний ринок послуг висуває цілий комплекс певних вимог до системи управління підприємством. І такою основною вимогою є ефективне функціонування підприємства в умовах активних дій з боку як внутрішнього, так і зовнішнього конкурентного середовища. Саме тому, удосконалення організаційного механізму управління підприємством є неодмінною умовою забезпечення ефективної діяльності підприємств сфери послуг.

Список використаних джерел:

1. Данилишин Б., Куценко В., Остафійчук Я. Сфера та ринок послуг у контексті соціальної модифікації суспільства: монографія. Київ: ЗАТ «Нічвала», 2005. 328 с.

2. Рябова Т.А., Рябов І.Б. Особливості маркетингу у сфері послуг. *Приазовський економічний вісник*. 2018. Випуск 3(08). С. 78-81.

3. Мацук З. А. Теоретичні аспекти дослідження послуги як економічної категорії. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»*. Серія «Економіка». 2016. № 2(30). С. 4–8.

НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

М. В. БОРОВИК, д.е.н., проф.

К. О. ЧЕРЕДНИЧЕНКО, аспірант

*Харківський національний університет міського господарства
імені О. М. Бекетова*

Наразі підприємства промислового комплексу України зазнають постійного негативного впливу факторів зовнішнього середовища. Це позначається на їх конкурентоспроможності, конкурентних позиціях, іміджі та фінансовому становищі. Управління є процесом, необхідним для підвищення конкурентоспроможності промислових підприємств.

Завдяки впливу факторів внутрішнього та зовнішнього середовища на бізнес можуть виникати різні проблеми, які знижують конкурентоспроможність. Зокрема, вважається, що існують дві основні причини зниження конкурентоспроможності компанії: ендогенні та екзогенні.

Ендогенні причини погіршення конкурентоспроможності включають неефективне управління конкурентоспроможністю; низький рівень кваліфікації персоналу; відсутність власних напрямків стратегічного розвитку; надмірна трудомісткість виробничих процесів; використання застарілого обладнання; високі витрати на продукцію; зношеність обладнання; високі ціни на продукцію; і низька продуктивність [1].

Для підвищення конкурентоспроможності компанії можна використовувати такі екзогенні фактори, як неефективне конкурентне середовище; низький рівень розвитку конкуренції; низький рівень боротьби; неефективне законодавство; адміністративні бар'єри; низька інноваційна активність компанії; технологічна відсталість; зношеність основних засобів; відсутність сприятливих умов для розвитку бізнес-середовища; і відсутність підтримки та підтримки з боку бізнес-середовища [2].

Підвищення конкурентоспроможності промислових підприємств може бути досягнуто за допомогою таких заходів, як використання системи управління персоналом; оптимізація системи інформаційного забезпечення; захист прав інтелектуальної власності та авторських прав; використання інноваційних технологій; залучення інвестиційного капіталу; налагодження зв'язків між державою та підприємствами; інновації.

Для вирішення проблем конкурентоспроможності промислових підприємств необхідно вдосконалювати управління всіма сферами діяльності, використовувати нові методи управління конкурентоспроможністю, налагоджувати партнерські відносини з постачальниками, розширювати асортимент продукції, вивчати потреби споживачів, удосконалювати роботу структурних підрозділів, створювати конкурентні переваги на основі виконання бізнес-планування та стимулювати персонал.

Підвищення конкурентоспроможності промислових підприємств можна досягти шляхом впровадження політики, яка стимулює експорт, державної підтримки, пільг і державної допомоги, захисту вітчизняних підприємств і створення умов для розвитку бізнесу.

Таким чином, якщо промислові компанії в Україні постійно піддаються впливу факторів зовнішнього середовища, управління конкурентоспроможністю є доцільним. Це дозволить визначити проблеми, які перешкоджають підвищенню конкурентоспроможності та ефективності управління, а також аналізувати проблеми конкурентоспроможності. З іншого боку, необхідно визначити шляхи підвищення конкурентоспроможності промислових підприємств і розробити ефективні методи управління конкурентоспроможністю. Все це призведе до покращення іміджу та показників діяльності компаній промисловості.

Список використаних джерел:

1. Денисенко Н.П., Воронкова Т.Є., Янковець Т.М. Проблеми підвищення конкурентоспроможності промислових підприємств України. Науково-технічна інформація. 2015. № 1. С. 37-46.

2. Филюк Г. Проблеми та шляхи підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств в умовах глобалізації. Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Економіка. 2013. Вип. 10 (151). С. 5-8. URL: <https://econpapers.repec.org/article/scn013723/15567498.htm>.

СКЛАДОВІ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

Н. О. КОНДРАТЕНКО, д.е.н., проф.

С. Р. ПОЛОКА, аспірант

Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова

Впровадження ринкового механізму господарювання в українській економіці призвело до багатьох суттєвих змін у функціонуванні промислових підприємств. В умовах ринкових відносин промислові підприємства повинні самостійно вирішувати, куди вони хочуть рухатися вперед. Вони мають турбуватися про економічну ефективність, орієнтуючись на потреби та вимоги клієнтів.

Компанії, які прагнуть конкурувати через демонополізацію виробництва, повинні звертати особливу увагу на зміни кон'юнктури ринку. Тим не менш, внутрішні процеси повинні бути організовані таким же чином, як і проблеми, що виникають із зовнішнього середовища компанії. Оскільки підприємства в різних галузях функціонують в умовах, значно відрізняються за рівнем державного контролю, конкурентною боротьбою та іншими факторами, галузева специфіка є важливим фактором, що впливає на розвиток підприємств.

Зростає значення виробничого сектора завдяки глобалізації, яка змінює масштаб економічної діяльності підприємств, розширює їхню присутність на глобальних ринках і збільшує роль, яку він відіграє. Оскільки світовий ринок інформаційних технологій швидко розвивається разом із міжнародним спектром даних, керуючому персоналу необхідно постійно мати доступ до все більшого різноманіття інформації, щоб приймати найкращі стратегічні та тактичні рішення. Інформація стає дорогим і цінним товаром, який потребує постійного перегляду.

Першоосновою розвитку підприємств слід вважати різноманітні зміни (внутрішні та зовнішні), які виникають через взаємодію економічних предметів (об'єктів), різних властивостей, рис і параметрів. Соціально-економічні зміни, які відбуваються в системі підприємства, не залежать від особистих бажань чи волі власників, менеджерів, працівників, інвесторів або кредиторів [1].

Визначення об'єкта управління розпочинається з постановки цілей управління об'єктом, тобто досягнення бажаного його стану, що характеризуються значенням окремих параметрів та задаються суб'єктом управління. Метою управління розвитком підприємства пропонується вважати підвищення рівня організованості й конкурентоспроможності підприємства. При цьому підвищення рівня організованості підприємства є внутрішнім, а

збільшення конкурентоспроможності – зовнішнім проявом розвитку підприємства. З урахуванням усього вищенаведеного, процес розвитку пропонується вважати об'єктом управління.

Як об'єкт управління розвиток підприємства – це особлива взаємодія взаємозалежних інноваційних процесів та процесів функціонування, які реалізуються в межах виділених у складі промислового підприємства структурно-функціональної та виробничо-економічної підсистем, потребують спеціального механізму управління і призводять до підвищення рівнів організованості й конкурентоспроможності підприємства [2].

Ураховуючи все вищенаведене, управління розвитком має розуміти системний, планомірний і цілеспрямований вплив на ресурси підприємства та працівників з метою підвищення організованості та конкурентоспроможності підприємства шляхом використання необхідних і достатніх способів впливу. На будь-який об'єкт управління впливають економічні, організаційні, соціальні, технологічні та інші фактори.

Список використаних джерел:

1. Богатирьов І. Ефективність розвитку підприємств. Формування ринкових відносин в Україні: Збірник наук. праць. Вип. 7–8 (26–27). Київ: НДЕІ, 2003. С. 73–79.

2. Бурмака Т. Управління розвитком будівельних підприємств в умовах конкурентного середовища / дис. ... канд. ек. наук: 08.00.04. Харків, 2010. 215 с.

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ БУДІВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

М. В. БОРОВИК, д.е.н., проф.

К. В. ВОРОБІЙОВ, аспірант

*Харківський національний університет міського господарства
імені О. М. Бекетова*

У світлі постійно змінюваного ринку в Україні менеджмент будівельних підприємств повинен переорієнтувати свої зусилля на забезпечення поточних результатів діяльності з метою отримання конкурентних переваг. Формування цих переваг є певним гарантом тривалого ефективного функціонування компанії. Оцінка поточних і перспективних можливостей компанії є однією з найважливіших завдань керівництва підприємства в умовах ринку, що характеризується нестабільністю та ризиком.

Для вирішення цієї ситуації необхідно спочатку переглянути основні принципи та систему прийняття рішень, оскільки керівництво внесе свої принципи в процес управління конкурентоспроможністю. В ідеалі це можна описати як «сукупність управлінських дій, спрямованих на дослідження діяльності активних і потенційних конкурентів, їх сильних і слабких сторін, а також розробку конкурентних стратегій, які забезпечують формування й підтримку довгострокових конкурентних переваг» [1].

В умовах сьогодення важливим елементом управління конкурентоспроможністю будівельного підприємства є необхідність врахування факторів ризику та невизначеності. «Управління конкурентоспроможністю підприємства в умовах нестабільності представляє собою процес роботи під впливом обставин таким чином, щоб це дало змогу керівництву підприємства здійснювати аналіз, планування, організацію і контроль цілого ряду взаємопов'язаних операцій для прийняття необхідних та розумних рішень з невідкладних проблем, що виникли перед суб'єктом господарювання» [2].

Варто також зазначити, що при визначенні та розумінні категорії конкурентоспроможності важливим є галузева належність підприємства, оскільки має бути враховано, які саме компоненти формують його конкурентні переваги. На нашу думку, для підприємств будівельної галузі слід використовувати процесний підхід до управління конкурентоспроможністю, оскільки саме на ньому будується система управління будівельними компаніями.

Кожна будівельна компанія повинна сама визначити мету та поставити завдання для підвищення конкурентоспроможності. Зростання частки ринку, підвищення прибутковості діяльності, диверсифікація діяльності, покращення репутації компанії та довіри споживачів — це лише деякі з можливих результатів.

У процесі визначення завдань враховуються не лише цілі, але й результати аналізу внутрішнього та зовнішнього середовища, особливо щодо виявлення проблем і загроз, з якими стикаються будівельні компанії, які можуть негативно вплинути на їхню конкурентоспроможність на ринку. Дослідження показало, що багато будівельних компаній стикаються з багатьма проблемами, які можуть вплинути на їх конкурентоспроможність.

Розробка стратегічного плану досягнення конкурентних переваг та заходів щодо їх реалізації є останнім етапом управління конкурентоспроможністю будівельної організації. Ці дії можуть бути як оборонними, так і наступальними, залежно від засобів конкурентної боротьби в галузі та стадій життєвого циклу будівельної організації.

Сьогодні кожна будівельна компанія повинна створити комплексну систему управління конкурентоспроможністю, яка базується на процесному підході та результатах конкурентного позиціонування. Поетапне впровадження такої системи дозволить захистити та посилити конкурентні позиції. Участь цієї системи в основних функціональних стратегіях розвитку будівельної організації необхідна для її успішної реалізації.

Список використаних джерел:

1. Балабанова Л.В., Кривенко Г.В., Балабанова І.В. Управління конкурентоспроможністю підприємства : Навч. посіб. Київ : Видавничий дім «Професіонал», 2009. 256 с.

2. Зянько В. В., Кривіцька В. В. Механізм управління конкурентоспроможністю підприємства в умовах нестабільності. Ефективна економіка. 2020. № 8.

МОДЕЛЮВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ МЕТОДОМ ГОЛОВНИХ КОМПОНЕНТ

Т. КУХОЦЬКА, здобувачка вищої освіти

Р. ГРИНИШИН, здобувач вищої освіти

Я. ВУЇВ, здобувач вищої освіти

Львівський національний університет імені Івана Франка, м. Львів

Дослідження конкурентоспроможності підприємств є важливим інструментом для підвищення ефективності діяльності підприємств, розвитку економіки та підвищення якості життя населення. Дослідження конкурентоспроможності допомагає підприємствам зрозуміти свої сильні та слабкі сторони, а також можливості та загрози на ринку. Це дозволяє підприємствам ухвалювати більш ефективні рішення щодо стратегії, маркетингу, виробництва та інших аспектів діяльності.

Для дослідження функціонування та діяльності підприємств застосовують різні математичні методи та моделі, наприклад методи машинного навчання [1], симульвативного моделювання [2], категорійного менеджменту [3], авторегресійного моделювання [4], багатовимірного статистичного аналізу [5] тощо.

У дослідженні обрано метод аналізу головних компонент для дослідження конкурентоспроможності підприємств. Для визначення коефіцієнта конкурентоспроможності автомобілебудівних підприємств було обрано заводи, які працюють у сфері автомобілебудування:

- Державне підприємство «Харківський автомобільний завод»;
- Приватне акціонерне товариство «Запорізький автомобілебудівний завод»;
- Дочірнє підприємство «Автоскладальний завод №1» публічного акціонерного товариства «Автомобільна компанія Богдан-Моторс»;
- Приватне акціонерне товариство «Бориспільський автозавод»;
- Державне підприємство «Черкаський автомобільний ремонтний завод».

На першому етапі на основі річної фінансової звітності за 2021 рік у середовищі MS Excel було розраховано показники конкурентоспроможності, які наведено на рис. 1.

Підприємство		рентабельність активів (2350/1300)	коефіцієнт поточної ліквідності (1195/1695)	коефіцієнт фінансової автономії (1495/1900)	коефіцієнт загальної оборотності активів (2000/	коефіцієнт забезпеченості обороту власними оборотними коштами (1495-1095/1195)
Повна назва	Скорочена	X1	X2	X3	X4	X5
Державне підприємство «Харківський автомобільний завод»	ДП "ХАЗ"	0,0000	0,5188	-0,5388	3,4531	-0,9276
Приватне акціонерне товариство «Запорізький автомобілебудівний завод»	ПРАТ "ЗАЗ"	0,2619	14,6071	0,9036	0,1223	0,7908
Дочірнє підприємство «Автоскладальний завод №1» публічного акціонерного товариства «Автомобільна компанія Богдан-Моторс»	ДП "АСЗ №1" АТ "АК "БОГДАН МОТОРС"	0,0527	0,6518	-0,2768	1,4003	-0,5343
Приватне акціонерне товариство «Бориспільський автозавод»	ПРАТ "БАЗ"	0,0000	0,1278	-1,5397	0,0000	-10,6905
Державне підприємство «Черкаський автомобільний ремонтний завод»	ДП "ЧАРЗ"	0,0002	1,9517	0,8844	1,4101	0,4876

Рисунок 1 – Показники конкурентоспроможності підприємств

Джерело: побудовано авторами

Тісноту зв'язку між змінними визначаємо за допомогою матриці коефіцієнтів кореляцій. Між змінними присутній кореляційний зв'язок, максимальне значення якого становить 0,971.

За результатами обчислень власних значень отримано, що перша головна компонента (фактор 1 – рентабельність активів) пояснює 59,45% загальної варіації, тому, включивши до розрахунку лише першу компоненту, описуємо однією змінною 59,45% зміни п'яти змінних. Визначаємо власні вектори кореляційної матриці (рис.5), які визначають зв'язок між змінними та головними компонентами (факторами).

Отримуємо рівняння першої компоненти

$$K_n = 0.918Z_1 + 0.930Z_2 + 0.652Z_3 - 0.553Z_4 + 0.394Z_5$$

Для переходу до звичайних змінних стандартизовані змінні Z_i необхідно замінити за формулою:

$$Z_i = \frac{X_i - \bar{x}_i}{\sigma_i}$$

Де \bar{x}_i – середнє значення i -ї змінної

σ_i - середньоквадратичне відхилення i -ої змінної

Отримаємо рівняння:

$$K_n = 8,08X_1 + 4.49X_2 + 0.63X_3 - 0.39X_4 + 0.07X_5 - 0.2864$$

Ця величина є коефіцієнтом конкурентоспроможності. Чим він більше, тим вище конкурентоспроможність підприємства. Використовуючи цю формулу знаходимо конкурентоспроможність кожного підприємства.

- Державне підприємство «Харківський автомобільний завод» 0,292;
- Приватне акціонерне товариство «Запорізький автомобілебудівний завод» 67,993;
- Дочірнє підприємство «Автоскладальний завод №1» публічного акціонерного товариства «Автомобільна компанія Богдан-Моторс» 2,307;
- Приватне акціонерне товариство «Бориспільський автозавод» -1,431;
- Державне підприємство «Черкаський автомобільний ремонтний завод» 8,52.

Отже, в 2021 році конкурентоспроможність досліджуваних підприємств змінювались від 67,993 до -1,431, де 0 це середнє значення по сфері діяльності, а зміни з більшу або меншу сторону говорять про покращення чи погіршення конкурентоспроможності підприємства.

Відповідно до отриманих результатів бачимо, що найбільш конкурентоспроможним підприємством у обраній сфері діяльності є Приватне акціонерне товариство «Запорізький автомобілебудівний завод», а найменш конкурентоспроможне - Приватне акціонерне товариство «Бориспільський автозавод».

Список використаних джерел:

1. Zomchak L., Melnychuk V. Creditworthiness of Individual Borrowers Forecasting with Machine Learning Methods. In International Conference of Artificial Intelligence, Medical Engineering, Education. Cham: Springer Nature Switzerland 2022. P. 553-561.

2. Nehrey M., Zomchak L., Klymenko N., Volovelska I., Pichugina J. Problems and priorities of strengthening economic security using IT management: structural modeling approach. Journal of Information Technology Management. 2022. №14(Special Issue: Digitalization of Socio-Economic Processes). P. 121-131.

3. Zomchak L., Vdovyn M. Economic-mathematical Methods and Models of Category Management in Retail. Financial and Economic Security and Accounting and Analytical Support in Business: monograph. "East West" Association For Advances Studies and Higher Education GmbH, Vienna, Austria. 2016. P. 153-162.

4. Zomchak L., Umrysh H. Modeling and forecasting of meat and eggs producing in Ukraine with seasonal ARIMA-model. Agricultural and Resource Economics: International Scientific E-Journal. 2017. №3(3). P. 16-27.

5. Зомчак Л. М., Нич О. В. Економіко-математичне моделювання фінансової стійкості підприємств методом головних компонент. Економіка і суспільство. 2017. №8. С. 850-853.

РЕАЛІЗАЦІЯ ПРИНЦИПІВ ГЕНДЕРНОЇ РІВНОСТІ В СТРУКТУРІ БРЕНД-ІМІДЖУ СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

О. В. БУЛГАКОВА, к.е.н., доцент

Донецький державний університет внутрішніх справ

Сучасні підприємства докладають значних зусиль для створення водночас багатоаспектного та цілісного образу власної діяльності, який дозволяє не тільки ідентифікувати продукцію на ринку, а й забезпечує широке поле комунікації зі споживачами. Формування бренд-іміджу для будь-якого підприємства може бути і результатом реалізації стратегії розвитку в досягненні комерційних цілей, і можливістю забезпечення стратегічних переваг сталого розвитку у надзвичайно мінливому зовнішньому середовищі з врахуванням широкого спектру ризиків і загроз.

Сучасні умови воєнного стану в Україні поставили перед значною кількістю підприємств питання врахування ризиків підприємницької діяльності, які пов'язані з небезпеками воєнного характеру в зовнішньому середовищі підприємства. Проте, саме ця ситуація дозволила деяким підприємствам переосмислити значення соціальної відповідальності як важливої складової власного бренд-іміджу та реалізувати стратегію соціальної орієнтації за умов складних та вкрай небезпечних викликів і загроз.

Питання соціальної відповідальності підприємства розглядаються з різних позицій, проте доречно орієнтуватись на визначення «соціальної відповідальності», викладеної в Міжнародному стандарті ISO/FDIS 26000 «Керівництво з соціальної відповідальності». [1] Цей документ ISO 26000

призначений не лише для суто комерційних підприємств, а й для організацій усіх типів і розмірів. Відповідальність за сталий розвиток однаково розподіляють усі компанії та організації: навіть малі та середні підприємства можуть впливати на різні групи зацікавлених сторін і, принаймні, на своїх власних працівників і клієнтів. Також потрібно звернути увагу на сім принципів корпоративної та організаційної соціальної відповідальності згідно з ISO 26000: відповідальність, прозорість, етична поведінка, повага до інтересів зацікавлених сторін, повага до верховенства права, повага до міжнародних стандартів поведінки, повага до прав людини. [1]

Звертаючись до принципу «повага прав людини» в діяльності підприємства доречно звернути увагу на стан забезпечення і реалізації гендерної рівності, як підходу щодо створення рівних умов і можливостей для чоловіків і жінок. Для окремих підприємств це може стати достатньо серйозним викликом в організації відповідних бізнес-процесів, оскільки здебільшого загальний менеджмент не завжди концентрує зусилля на визначенні потреб і запитів співробітників жінок і чоловіків як окремі сегменти внутрішніх споживачів.

Потрібно звернути увагу, що реалізація принципу гендерної рівності здебільшого спрямована саме на таку організацію внутрішніх бізнес-процесів, яка дозволяє сформувати глибинну структуру бренд-іміджу підприємства, що базується на уявленні і сприйнятті діяльності підприємства безпосередньо працівниками цього підприємства. Сутнісне наповнення бренд-іміджу соціально відповідального підприємства забезпечують саме відгуки та ставлення працівників до діяльності підприємства та його продукції на ринку.

Принцип гендерної рівності в діяльності соціально відповідального підприємства відображається не тільки в загальних атрибутах бренду: слогану, місії, візії тощо. Здебільшого забезпечення гендерної рівності стає глибинним відображенням сукупності принципів ISO 26000 «етична поведінка + повага до інтересів зацікавлених сторін + повага до верховенства права», адже сучасне українське законодавство створило підґрунтя для запровадження гнучкого механізму побудови внутрішніх бізнес-процесів в такий спосіб, щоб досягти максимальної реалізації соціального розвитку персоналу підприємства одночасно за досягненням високих показників господарсько-економічної діяльності самого підприємства.

Також слід зауважити, що досягнути лояльності персоналу підприємства може бути набагато важливішою задачею стратегії розвитку підприємства, ніж досягнення лояльності зовнішніх клієнтів. Досягнути стратегічної мети - високого рівня лояльності персоналу підприємства, можна через реалізацію принципу гендерної рівності.

Таким чином, бренд-імідж соціально відповідального підприємства в своїй основі містить реалізацію семи основних принципів, викладених в ISO 26000. Застосування підходу забезпечення гендерної рівності в діяльності підприємства доцільно використовувати в побудові внутрішніх бізнес-процесів, що дозволить досягнути не тільки високого рівня лояльності працівників, а й забезпечить стратегічну сталість діяльності підприємства навіть в умовах високих ризиків в зовнішньому середовищі

Список використаних джерел:

1. Міжнародний стандарт ISO/FDIS 26000 «Керівництво з соціальної відповідальності». URL: http://www.ksovok.com/doc/iso_fdis_26000_rus.pdf
2. Мацьків, Р., Топольницька, Т., & Данилейчук, Р. (2021). Соціальна відповідальність підприємств як фактор забезпечення конкурентоспроможності регіону. *Економіка та суспільство*, (26). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-26-42>

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ЗБУТОВОЮ ПОЛІТИКОЮ ТА ЇЇ ЗНАЧЕННЯ ДЛЯ УСПІХУ ПІДПРИЄМСТВА

Л. О. ДАШУТІНА, к.е.н., доц.

В. Ю. КОСЕНКО, здобувач вищої освіти ступеня бакалавр

Сумський національний аграрний університет

Управління виробничо-збутовою діяльністю підприємства завжди залишається актуальною темою. Маючи добре структуровану маркетингову стратегію в системі збуту, підприємство забезпечує нормальне функціонування [1]. Вивчення цього питання стає необхідним для розуміння основних аспектів діяльності підприємства в умовах його пристосування до ринкових умов.

Українські товаровиробники, опинившись у ринкових умовах, стикаються з проблемами постачання і збуту своєї продукції. З течією часу проблема збуту загострюється через те, що, якщо в 90-ті рр. ринок був майже порожнім і відсутні були іноземні конкуренти, то сьогодні ситуація радикально змінилася. Багато секторів ринку насичені іноземними виробниками, які міцно закріпили свої позиції. Розв'язання проблеми збуту сьогодні означає не лише пристосування до ринку, а й створення фундаменту для подальшого зміцнення позицій і забезпечення довгострокового успіху.

У зв'язку з процесами глобалізації та інтеграції України у світову економіку, управління виробничо-збутовою діяльністю підприємств стає складнішим та динамічнішим. Для ефективного управління цим процесом потрібно розробляти нові методи та вдосконалювати існуючі, оскільки існуючі, за останніми даними, в основному не відповідають вимогам ринкової економіки [2].

Система збуту товару є однією з ключових складових маркетингової стратегії підприємства. У сфері збутової політики маркетингологи розглядають питання вибору оптимального каналу та методу збуту товару, що, при ефективному впровадженні, сприятиме збільшенню прибутку компанії (рис. 1).

Один з аспектів стратегії збуту підприємства полягає в виборі оптимального каналу розподілу. Канал розподілу товарів представляє собою шляхи переміщення продукції від місць виробництва чи видобутку до місць споживання, з зупинками на певних етапах та переходом власності від одного власника до іншого. Це може включати комплекс підприємств або окремих осіб, які беруть на себе обов'язок чи допомагають у передачі права власності на товари чи послуги від виробника до споживача [3].

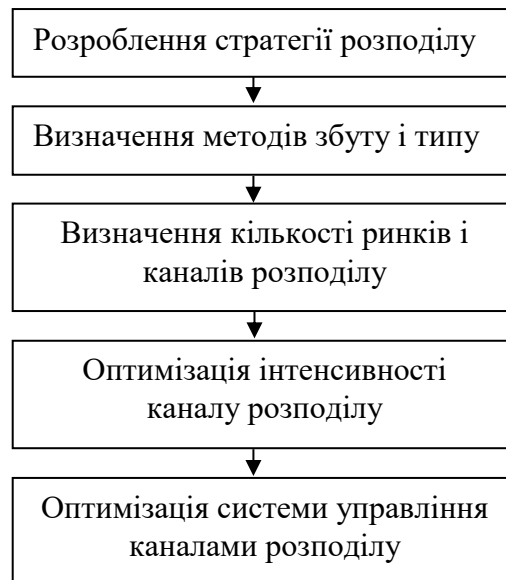


Рисунок 1 – Етапи планування збутової політики

При вирішенні питання організації збуту, керівникам підприємства завжди постає питання: "Чи слід займатися прямим продажем, чи краще скористатися послугами посередників?". Очевидно, що відповідь на це питання не є однозначною, і основні переваги та недоліки кожної з альтернатив розглядаються зокрема.

Прямий збут (нульовий рівень) передбачає відсутність посередників, оскільки продаж відбувається безпосередньо споживачам через прямі контакти. Це може бути реалізація продукції через власну торгову мережу чи рекламу в ЗМІ. Такий спосіб збуту часто застосовується для продукції виробничо-технічного призначення та рідше - товарів народного споживання.

Непрямий збут (багаторівневий) передбачає продаж продукції через посередників, які можуть бути одно-, дво- або трьохрівневими. Кількість посередників визначає ширину каналу розподілу та може впливати на контроль над ситуацією та оперативну взаємодію. Типи непрямих збуту включають інтенсивний, селективний та ексклюзивний.

Використання послуг посередників вимагає уважного розгляду, оскільки менше посередників може забезпечити більший контроль, але збільшує залежність від них, що може впливати на комерційний успіх у майбутньому.

Таким чином, практика використовує різноманітні комбінації для оптимізації процесу збуту товарів. У ринковій економіці, де підприємства активно працюють над пристосуванням до ринкових умов, ефективність каналів розподілу, методи збуту та якість послуг стають ключовими факторами для досягнення успіху.

Список використаних джерел:

1. Дашутіна Л.О., Березка М.О. Важливість розробки стратегії розвитку підприємства. *Технології XXI сторіччя: Збірник тез за матеріалами 26-ої міжнародної науково-практичної конференції (7-9 грудня 2020 р.)*. Ч.2. Суми: СНАУ, 2020. С.18.

2. Дашутіна Л.О. Управління виробничо-збутовою діяльністю підприємства. *Технології XXI сторіччя: Збірник тез за матеріалами 25-ої міжнародної науково-практичної конференції (15-20 вересня 2019 р.)*. Ч.2. Суми: СНАУ, 2019. С. 47-48.

3. Дашутіна Л.О., Турчіна С.Г. Стратегія та механізм управління просуванням товарів у приватному виробничому підприємстві «Вибір». *Економіка і управління підприємствами: теорія, методика, практика : колективна монографія / Кол. авторів*. Полтава: ПП «Астроя», 2020. С.118-123. URL : <http://www.economics.in.ua/2020/06/blog-post.html>

ПЕРСПЕКТИВИ ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

В. Ю. ХАЛІНА, канд. екон.наук, доц.

І. М. БІЛАНЧУК, аспірант

Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова

У сучасних умовах фінансової нестабільності в Україні, яка характеризується постійними змінами внутрішнього і зовнішнього середовища, забезпечення життєздатності підприємств є одним із найважливіших питань. Безпека є ключовою для бізнесу. Заходи протидії небезпекам розробляються на основі стандартів і показників, щоб визначити стан безпеки. У світлі загострення економічної ситуації в Україні необхідно провести незалежну оцінку фінансової стабільності відповідно до стандартів міжнародних фінансових організацій. Існують ризики, які можуть вплинути на ефективність виробництва, раціональне використання ресурсів, платоспроможність і фінансову стійкість підприємств.

Розвиток сучасних компаній тісно пов'язаний зі станом захисту їх економічних інтересів. Тому, поряд зі створенням інноваційних, інвестиційних та інших функціональних фондів, необхідно виділити гроші для забезпечення поточної та перспективної фінансово-економічної безпеки. Швидкі темпи розвитку підприємства призводять до послаблення функціональних зв'язків між окремими системами підприємства та збільшення ризиків діяльності. Завдяки зростанню прибутковості підприємств, забезпеченню розширеного відтворення та відповідним потребам розвитку рівня фінансово-економічної безпеки необхідні більш ґрунтовні заходи для підтримки стійкості та невразливості компанії.

У сучасному світі питання економічної безпеки, пов'язаної з глобалізацією, і пошуку загроз і способів їх подолання стає важливим. Згідно з концепцією глобалізації, влада, відповідальна за захисту суспільних цінностей і інтересів, повинна вжити заходів, щоб гарантувати стабільний розвиток країни. Як зазначалося раніше, забезпечення фінансово-економічної безпеки є одним із найважливіших завдань верхівки влади, оскільки стан економічної підгалузі системи національної безпеки безпосередньо впливає на політичну, військову, соціальну та інші сфери національної безпеки. У реальному житті створення

систем, здатних запобігати можливим небезпекам, є одним із способів покращити економічну безпеку [1].

Варто відзначити, що фінансово-економічна безпека компанії є складною системою, яка складається з певних внутрішніх елементів, які спрямовані на забезпечення ефективного використання ресурсів компанією за кожним напрямом її діяльності. Таким чином, ми вважаємо, що будь-яку безпеку, в тому числі фінансово-економічну, слід розглядати через її функціональні елементи. Це дозволяє: відстежувати фактори, які впливають на стан фінансово-економічної безпеки загалом; вивчати процеси, які впливають на забезпечення фінансово-економічної безпеки; аналізувати розподіл і використання ресурсів підприємства; вивчати економічні показники, які показують рівень забезпечення фінансово-економічної безпеки суб'єкта господарювання.

Під час реалізації фінансово-економічних інтересів сучасних підприємств щодо забезпечення ефективності їх діяльності слід враховувати такі загрози: низький рівень фінансування науково-технічних робіт; недостатній розвиток інфраструктури трансферу технологій; зниження експорту та зростання імпорту наукоємних товарів; і низький рівень інформаційної безпеки та інфраструктури [2].

Конкретні варіанти забезпечення фінансово-економічної безпеки обираються відповідно до стратегічних цілей компанії, поточного фінансового стану та наявних ресурсів (трудових, фінансових, інформаційних тощо). Розмаїття методів дозволяє створити унікальну комбінацію заходів, які сприятиме досягненню стану захищеності економічних інтересів суб'єкта господарювання відповідно до особливостей його функціонування, оточуючого середовища та визначених векторів розвитку.

Список використаних джерел:

1. Гнатенко В. Загрози економічній безпеці в умовах сучасності. *Public administration aspects*. 2021. № 9 (1). С. 55–62.
2. Петренко К.В., Микитюк О.П., Кравченко Т.В. Системоутворюючі чинники економічної безпеки. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. 2017. № 27. С. 80–83. URL: <http://vestnik-econom.mgu.od.ua/journal/2017/27-1-2017/20.pdf> (дата звернення: 10.12.2023).

ПЕРСПЕКТИВИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ СТРАХОВИХ КОМПАНІЙ УКРАЇНИ

А. О. НОВОСЕЛЕЦЬКА, аспірант

Національний університет «Острозька академія»

Одним із найбільш прибуткових і ризикових видів бізнесу є страхування. Останнім часом спостерігається тенденція до скорочення кількості страхових компаній. Це призведе до посилення концентрації, монополізації та конкуренції між сильними гравцями на страховому ринку. Визначення ступеня управління конкурентоспроможністю страховиків, а також їхніх конкурентних переваг і

факторів, що формують їхню позицію на ринку, є особливо важливими в сучасних умовах.

Кожен страховик створює свою конкурентну позицію під час боротьби. Ця позиція є місцем, у якому він знаходиться у порівнянні зі своїми конкурентами. Конкурентні переваги страхової компанії – це важливі характеристики послуги чи діяльності, які відрізняють її від інших і мотивують клієнтів співпрацювати з нею. Ці переваги мають вирішальний вплив на конкурентну позицію страхової компанії.

В розвинутих економіках сформовані на ринку страхування ресурси спрямовуються у розвиток економіки держави, зокрема в інвестиційні проекти, на підтримку пріоритетних сфер і галузей. Натомість в Україні досі залишаються невідпрацьованими механізми розміщення страхових ресурсів, які розміщуються нераціонально та не сприяють розвитку економіки держави [1; 2].

Для вирішення цієї проблеми в державі мають бути оприлюднені низка інвестиційних та інноваційних проектів, впровадження яких гарантуватиметься державою, а страхові компанії вкладатимуть в такі проекти мобілізовані кошти, очікуючи їх ефективного використання та примноження.

Наявність можливостей для надання страхових послуг, яким потенційні страховики нададуть пріоритет послугам компаній-конкурентів, які задовільняють попит на страховому ринку та забезпечать успішне функціонування компанії в довгостроковій перспективі, називається конкурентоспроможністю страхових компаній.

Умовами для підвищення рівня конкурентоспроможності страхових компаній України є такі:

1. Удосконалення законодавчої бази для розвитку страхування в Україні відповідно до стандартів ЄС;
2. Інформація про види страхування та переваги страхового ринку;
3. Посилений державний контроль над діяльністю страхових компаній, щоб запобігти шахрайству страховиків;
4. Удосконалення законодавчого поля з метою забезпечення захисту інтересів страховиків;
5. Залучення українських страхових ринків до глобальної мережі страховиків;
6. Зростаюча конкуренція між страховиками.

Страхування в Україні ще на стадії поступового інтеграції в глобальний страховий ринок. Якщо розглянути стан страхового ринку, можна побачити кілька переваг, але також кілька недоліків. Частка страхування у ВВП країни невелика, а темпи росту страхової галузі значно нижчі, ніж темпи росту економіки в цілому. Але загалом у страховій галузі України великий потенціал для розвитку, і основним завданням уряду є створення можливостей для розвитку страхового бізнесу та підвищення рівня конкурентоспроможності страховиків.

Список використаних джерел:

1. Стратегія розвитку фінансового розвитку України до 2025. Звіт про реалізацію за 2021 р. НБУ. URL: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/strategiya-rozvitku-finansovogo-sektoru-ukrayini-do-2025-roku-7686>.

2. Звіт з реалізації Стратегії розвитку фінансового сектору України до 2025 року за 2021 рік. НБУ. URL: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/zvit-z-realizatsiyi-strategiyi-rozvitku-finansovogo-sektoru-ukrayini-do2025-roku-za-2021-rik>.

КЛАСТЕРИ ЯК ІНСТРУМЕНТАРІЙ ПРИСКОРЕННЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ

П. Т. БУБЕНКО, доктор економічних наук, професор
Північно-Східний науковий центр НАН України та МОН України

Кластерна форма організації господарської діяльності при безумовному дотриманні усіх необхідних атрибутів створення та функціонування сучасних кластерних мереж, здатна принципово змінити сутність і зміст регіональної інноваційної політики. Саме тому зусилля територіальних владних структур повинні бути спрямовані не на підтримку окремих підприємств і галузей, а на створення та дієву підтримку інституціональних умов для розвитку взаємовідносин між усіма учасниками кластерних утворень.

Детальне ознайомлення з проблематикою зазначеного напрямку діяльності дозволяє автору сформулювати актуальну проблему - реалізація ефективної кластерної політики та запуск процесів кластеризації на інноваційній основі вимагає відповідного організаційного проектування та дієвої регіональної підтримки.

Дослідженню важливих проблем, пов'язаних з інноваційним розвитком регіональної економіки, пошуку ефективних форм його територіальної організації, формування мережових зон інноваційного зростання окремих територій (регіонів) присвячені наукові праці таких вчених як А. Льош, А. Маршалл, М. Портер, П. Кругман, М. Войнаренко, М. Кизим та інших.

Разом з тим, як наука, так і господарська практика не стоять на місці, тому багато теоретико-практичних уявлень минулого потребують свого трактування до вимог сьогодення, і з огляду на це – метою є дослідження особливостей процесів кластеризації у взаємозв'язку з територіальним інноваційним розвитком.

Як підтверджує світова теорія і практика, кластерний підхід стає сьогодні не лише засобом досягнення цілей економічної політики (структурні зміни, підвищення конкурентоспроможності, посилення інноваційної спрямованості тощо), але й дієвим інструментом територіального розвитку, індикаторами якого є виступають збільшення рівня зайнятості, заробітної плати, підвищення стійкості й конкурентоздатності регіонального виробництва [1-4].

Кластерна модель розвитку, тим більше в умовах війни, має стати панівною в Україні, забезпечуючи важливий перехід від галузевої моделі функціонування

економічної системи, до міжгалузевого, мультиплікативного її розвитку. Така модель, з початковим акцентом на «витягування» із сировинної складової максимальної доданої вартості, у короткий час має трансформуватися на сітьові науково-технологічні платформи, що дозволить поєднати зростаючий попит реального сектору економіки на інноваційні пропозиції й трудові ресурси системи науки та освіти. Оскільки країна, витрачаючи величезні ресурси на підтримку науки та освіти, й надалі не відчуває зворотньої віддачі, практично субсидуючи експорт знань та робочої сили за кордон.

Узагальнення різних практик дозволяє пропонувати таку концептуальну організаційну модель формування територіальних інноваційних кластерів.

1. В процесі реалізації проекту розбудови регіональної кластерної мережі, потрібно розв'язати низку завдань організаційного спрямування: створити на базі регіональних наукових чи інноваційних центрів, регіональних центрів трансферу технологій - сучасну інфраструктуру регіонального кластеротворення.

2. Формування регіональної інноваційної системи (РІС), як інституційного середовища для створення і розгортання кластерної мережі, - повинне здійснюватися на декількох рівнях, кожний з яких являє собою окремий проект цілісної кластерної системи.

Перший рівень – формування організаційної структури зі створення РІС. Виявлення зацікавлених інститутів і організацій, формування керуючого осередка. Це є найбільш складним завданням. Відсутність рішення на цьому рівні значно ускладнить реалізацію проектів на наступних рівнях.

Другий рівень – формування стратегії розвитку економіки регіону, формування кластерної мережі, нових інноваційних виробництв. Зазначене передбачає всебічний аналіз науково-технічного, освітнього, організаційного потенціалу для виділення науково-технологічних напрямків розвитку відповідної території.

У випадку, коли бізнес говорить про те, що хоче бачити стратегію розвитку регіону у середньо-строковій перспективі, щоб вкласти кошти в прикладні дослідження, та інноваційне виробництво, йдеться саме про цей рівень. Тут регіональні управлінські структури відіграють вирішальну роль, бо саме владні інституції уособлюють регіональну політику, яка впливає на інноваційні процеси. Ці процеси багато у чому залежать від таких факторів, як режим сприятливого функціонування підприємницького середовища, ступінь орієнтації фундаментальних та прикладних наукових досліджень на ринок, система мотивації науково-дослідної діяльності, виховання інноваційно-мислячої вищої й професійної освіти.

У формуванні та функціонуванні регіональної кластерної мережі визначальну роль має відігравати так званий фасилітатор, який забезпечує мережеву комунікацію, координує процес взаємодії його учасників, сприяє залученню нових, ефективного співробітництва та партнерству. У якості фасилітатора може виступати або знана й авторитетна регіональна наукова установа, або місцеві органи влади (на початкових стадіях кластерного розвитку).

Коли мова йде про формування інноваційних кластерів - на роль фасилітатора найкраще підходять Регіональні наукові центри НАН і МОН України, як своєрідні осередки регіонального інноваційного розвитку. Саме вони мають стати базовим елементом активізації як інноваційного розвитку, так і провайдерами сучасної практики кластеризації. Вони мають збирати інформаційно-аналітичні дані про передові технології й ринки, оцінювати ефективність і затребуваність розробок, організувати обмін думками всіх зацікавлених учасників і забезпечувати синергетичний успіх кожного інноваційного проекту. Це свого роду центр стратегічного розвитку, що дає експертну оцінку й визначає наступні напрямки кластерного розвитку та взаємодії.

Успішна кластеризація економічного простору регіонів країни неможлива без наявності механізмів фінансового забезпечення цього процесу. Під механізмом фінансування розуміється не стільки пошук його джерел, скільки виявлення та впровадження ефективних алгоритмів організації.

Шлях до побудови складної, динамічної, нелінійної регіональної інноваційної системи, як і до реалізації ефективної політики кластеризації, які й пропонуються для стимулювання енергії економічного зростання, – складний і довгий, але на нього конче потрібно ставати. Власне, пошук наукових відповідей, яким чином скоріше пройти цей шлях – і є перспективами подальших наукових розвідок.

Список використаних джерел:

1. А. Льош. Просторова організація господарства. М.: Наука, 2007. – 664 с.
2. Porter M. Clusters and the New Economics of Competition / Porter M. //World Economy. – 1998. –Vol. 76. – November–December. – P. 293–317.
3. Krugman P.R. The Spatial Economy: Cities, Regions and International Trade, 1999.
4. Войнаренко М. . Кластери в економіці України : кол. монографія / за наук. ред. д. е. н., проф. М. П. Войнаренка. – Хмельницький: ХНУ, ФОП Мельник А.А., 2014. – 1085 с.
5. Кизим М. О. Промислова політика та кластеризація економіки України: монографія / Кизим М. О. – Х.: ВД «ІНЖЕК», 2011. - 304 с.

MANAGEMENT OF THE EFFICIENCY OF THE ORGANIZATION'S EMPLOYEES

MA ZONGYAO, graduate of higher education master's degree
N. STOYANETS, Doctor of Economics, Professor
Sumy National Agrarian University

In a fiercely competitive business environment, organizations need to operate efficiently to maintain a competitive advantage. Employee efficiency is one of the key factors for organizational success. This paper will explore some management methods

to help organizations improve employee efficiency. These methods include setting clear goals, incentive mechanisms, training and development, and effective communication. Both individuals and organizations need to have clear goals and directions in order to work towards targeted goals and achieve success. In daily work, employees need to know what they need to do every day and how their efforts can have a positive impact on the entire organization. Therefore, setting clear goals is crucial for improving employee efficiency and organizational performance. Setting clear goals can provide employees with clear direction and a sense of mission. When employees have a clear understanding of their goals, they feel more motivated and motivated to pursue them. Clear goals also help stimulate employee motivation and creativity, making them more focused and engaged in their work. In addition, clear goals can help employees better organize and plan their work, thereby improving work efficiency and productivity. However, setting clear goals is not just about telling employees what tasks they should complete. It also needs to be specific, measurable, and achievable. Specific goals can provide clearer guidance and avoid vague and vague descriptions. Measurable goals can help employees track and evaluate their progress, and take necessary measures in a timely manner to improve and enhance efficiency. Realizable goals not only stimulate employee motivation, but also maintain their motivation and focus, while avoiding frustration and stress. When setting clear goals, managers should work together with employees to ensure that the goals are closely related to their roles and responsibilities. By collaborating with employees, managers can better understand their abilities and interests, and set appropriate goals. In addition, managers should regularly evaluate the progress of goals with employees and provide necessary support and feedback to ensure that employees receive appropriate guidance and assistance in achieving the goals. Setting clear goals is an important means to improve employee efficiency and organizational performance. Clear goals can provide employees with direction and a sense of mission, and stimulate their enthusiasm and motivation. However, the specificity, measurability, and feasibility of the goals are also crucial. By collaborating to set goals and regularly evaluating and providing feedback, managers can ensure that goals are effectively implemented, thereby helping employees and organizations achieve better results and competitive advantages.

1. Set clear goals. Clear goals can provide employees with clear direction and goals, helping them understand their work tasks and expectations. Managers should discuss and jointly set specific and measurable goals with employees. Such goals should be challenging, but also reasonable and feasible. By setting clear goals, employees can better understand their responsibilities and clarify how their efforts will have a positive impact on the organization.

2. Provide incentive mechanisms. Incentive mechanisms are one of the important means to improve employee efficiency. Managers should establish an incentive system that includes compensation, rewards, and recognition mechanisms. Salary should be matched with employee performance and contributions, and rewards can be in the form of money or non money, such as promotions, prizes, or additional leave. In addition, timely recognition and appreciation are also crucial for stimulating employee motivation and motivation. Managers should pay attention to the efforts of employees and give timely recognition and praise.

3. Training and Development. Providing training and development opportunities for employees is an effective way to improve employee efficiency. By continuously improving the skills and knowledge of employees, they can better cope with challenges in their work and improve work quality and efficiency. Managers should evaluate the training needs of employees and provide relevant training plans and resources. In addition, encouraging employees to participate in professional seminars, training courses, and workshops can also help them maintain a leading position and gain new insights and skills.

4. Effective communication. Good communication is one of the indispensable factors in organizational management. Managers should ensure timely, clear, and effective communication with employees. Communication should be two-way, and managers should listen to the opinions and feedback of employees and provide necessary support and guidance. In addition, managers should timely share the organization's goals, changes, and important information to ensure that employees understand the organization's direction and expectations.

Setting clear goals is an important management method for improving the efficiency of organizational employees. Clear goals can provide employees with clear direction and goals, helping them understand their responsibilities and expectations. By setting clear goals, organizations can achieve the following benefits: providing direction and a sense of mission: Clear goals can help employees understand their daily work tasks and connect them with the overall goals of the organization. When employees know how their work has a positive impact on the organization, they feel more motivated and committed, thereby improving work efficiency. Stimulating enthusiasm and motivation: Clear goals can stimulate employee motivation and motivation. When employees have a specific goal, they are more likely to focus on completing the task and strive to achieve it. This enthusiasm and motivation will drive employees to complete their work more efficiently. Evaluation and feedback: Clear goals enable employees to track and evaluate their progress. They can compare the gap between their performance and goals and take necessary measures to improve and enhance efficiency. In addition, clear goals provide managers with a basis for feedback on employee performance, in order to provide timely recognition, praise, and guidance. Improving team collaboration: Clear goals can promote teamwork and collaboration. When each team member clearly defines their own goals and understands how to collaborate with other members to achieve the overall goal, the team's collaboration efficiency will be improved.

In summary, setting clear goals is one of the key management methods to improve the efficiency of organizational employees. Clear goals can stimulate employee motivation and motivation, provide direction and a sense of mission, and promote team collaboration. However, managers should ensure that the goals are specific, measurable, and achievable, and conduct regular evaluations and feedback with employees to ensure effective implementation of the goals. Through these efforts, the organization will be able to improve employee efficiency and achieve better performance and competitive advantage.

References:

1. Robbins, S. P., Coulter, M., & DeCenzo, D. A. (2020). *Management* (13th ed.). Pearson.
2. Latham, G. P., & Pinder, C. C. (2022). Work motivation theory and research at the dawn of the twenty-first century. *Annual review of psychology*, 56(1), 485-516.
3. Locke, E.A., & Latham, G.P. (2022). Building a practically useful theory of goal setting and task motivation: A 35-year odyssey. *American Psychologist*, 57(9), 705-717.
4. Latham, G.P., & Pinder, C.C. (2020). Work motivation theory and research at the dawn of the twenty-first century. *Annual Review of Psychology*, 56, 485-516.

RESEARCH ON THE MANAGEMENT OF ENTERPRISE INTERNAL INNOVATION ACTIVITIES

CHONGNAN PANG, graduate of higher education master's degree

N. STOYANETS, Doctor of Economics, Professor

Sumy National Agrarian University

With the increasing market competition, innovation has become the key to the sustainable development of enterprises. However, the effective management of innovation activities within enterprises is not easy. The purpose of this paper is to discuss the management strategy of innovation activities in enterprises, so as to realize efficient innovation of enterprises.

In today's business environment, innovation is not only about the survival of the company, but also about its long-term development. Innovation is an important way for enterprises to constantly break through themselves and seek growth. However, many enterprises often encounter problems such as resource allocation, team cooperation, risk management and so on when implementing innovation activities.

The management of innovation activities within enterprises needs to start from many aspects. First of all, enterprises should establish a complete set of innovation management system, clear innovation objectives, processes and evaluation criteria. Secondly, enterprises should pay attention to the cultivation of talents, stimulate the innovative spirit of employees, and improve their innovative ability. In addition, enterprises should strengthen cross-departmental collaboration, break information silos, and realize resource sharing. At the same time, enterprises also need to establish a sound risk assessment and response mechanism to ensure the steady advancement of innovation activities.

In order to ensure the effective implementation of internal innovation activities, enterprises should pay attention to the following aspects:

1. Clear innovation objectives: Enterprises should clarify innovation objectives before carrying out innovation activities to ensure efficient use of resources.
2. Optimize the innovation process: Enterprises should continuously optimize the innovation process to improve the efficiency and quality of innovation activities.
3. Cultivate innovative talents: enterprises should attach importance to talent training and provide a steady stream of talent support for innovative activities.

4. Strengthen team collaboration: Enterprises should strengthen cross-departmental collaboration, break down information silos, and improve team collaboration efficiency.

5. Establish a sound risk assessment and response mechanism: Enterprises should establish a sound risk assessment and response mechanism to ensure the steady advancement of innovation activities.

To sum up, the management of innovation activities within an enterprise is a complex and important task. Only through clear objectives, optimize processes, cultivate talents, strengthen collaboration and establish a sound risk assessment and response mechanism, can enterprises achieve efficient innovation.

References:

1. Hrabchuk, I., Bugaichuk, V., & Alyab'eva, V. (2022). STRATEGY OF INNOVATIVE DEVELOPMENT OF THE ENTERPRISE. *Economy and society*, (44). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-44-84>.

2. Migus, I., & Koval, Ya. (2021). INNOVATIVE DEVELOPMENT OF ENTERPRISES IN THE CONDITIONS OF DIGITALIZATION OF THE ECONOMY. *Scientific notes of the University "KROK"*, (2 (62), 159–165. <https://doi.org/10.31732/2663-2209-2021-62-159-165>

LOGISTICS APPROACH IN MODERN MANAGEMENT AS AN INTEGRAL PART OF THE STRATEGIC SUCCESS OF AN ENTERPRISE

T. OBYDIENNOVA, PhD of Economics, Associate Professor,
Ukrainian Engineering Pedagogics Academy, Kharkiv, Ukraine.

The experience of developed countries in improving the efficiency of material production confirms the importance of introducing the concept of logistics into the economic activities of an enterprise as one of the key tools for strengthening its market position. In the modern sense, logistics covers both the production process itself and the planning and management of all enterprise activities in the chain "supplier - producer - consumer."

Modern business is characterized not only by great opportunities but also by serious challenges. In a world where technology is rapidly evolving and global markets are becoming increasingly interconnected, the key to success is the effective management and optimization of all business process chains. And it is in this context that the logistics approach becomes a necessary component of the strategic management of an enterprise.

Logistics, in turn, has ceased to be limited to the function of supplying and transporting goods and has become a complex management tool aimed at ensuring smooth, efficient and competitive business processes. This approach recognizes the need to integrate all supply chains into a single system that allows not only rational use of resources but also maximizes value for the end user.

The principles of the logistics approach are the basis for its success. From inventory optimization and effective information management to a focus on customer satisfaction, these principles form a strategy that allows companies to effectively adapt to a dynamic environment and high customer demands.

The interconnection of the logistics approach with operational management is also important. This interaction determines the efficiency of production processes, product quality, and the overall success of the enterprise. In this context, logistics is not just a service that delivers goods, but a strategic partner that identifies and implements optimal solutions to maintain a high level of competitiveness and meet market needs.

The logistics approach is not just a concept in today's business environment, but a complex management philosophy that has transformed the way we produce and deliver goods and services. In a world where speed, accuracy, and efficiency are essential, the logistics approach is becoming a key factor in the success of businesses in all industries. It helps to optimize the management of material, financial and information flows from the initial production to the completion of a product or service on the market.

The logistics approach is not only a set of practical methods but also a conceptual framework that involves the integration of various aspects of production and business processes. It is based on the principles of efficiency, readiness for change, customer focus, and the use of advanced information technologies.

Thus, the logistics approach in modern management is recognized as an integral part of the strategic success of an enterprise. It is distinguished by its versatility and profound impact on all stages of the product life cycle, from the initial production phase to the final delivery to the consumer. The essence of the logistics approach is the systematic planning and organization of all elements of the supply chain to achieve efficiency and competitiveness. Interaction with operational management helps to implement strategies aimed at optimizing production and supply, and to take into account the human factor in the management process. This approach becomes the basis for the successful functioning and development of organizations in the modern business environment.

УДОСКОНАЛЕННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД НА ОСНОВІ ПРОЦЕСНОГО ПІДХОДУ

О. О. РУДАЧЕНКО, д-р екон.наук, проф.

В. ГЕРАСИМЕНКО, студент 2 курсу

*Харківський національний університет міського господарства
імені О. М. Бекетова*

В рамках політики децентралізації, що, наразі, активно проводиться в Україні територіальні громади (ТГ) отримали економічну самостійність, отже, повною мірою стало нести відповідальність за результати своєї підприємницької діяльності. Інакший характер набувають функції планування ТГ. Територіальні громади тепер у праві самостійно формувати цілі та завдання, стратегію та план розвитку, займатися пошуком ресурсів задля досягнення поставленої мети. Усі вищезгадані аспекти вимагають значного розширення сфери управління. На керівництво ТГ покладається більший рівень відповідальності порівняно з функціонуванням їх у плановій економіці – обсяг робіт збільшується, характер

виконуваних робіт ускладнюється, з'являється необхідність використовувати творчий підхід при прийнятті рішень, а також займатися науковими дослідженнями та ставити експерименти [1]. До професіоналізму управлінської ланки в ринковому середовищі менеджмент пред'являє дедалі більше вимог.

Так під управлінням ТГ розуміється управління системою їх бізнес-процесів [2]. Мета процесного підходу полягає у формуванні горизонтальних зв'язків та зменшення кількості вертикальних зв'язків [3]. Дана методика орієнтована на отримання ефективних результатів у стислі терміни.

Формування системи керування, що забезпечує високий рівень ефективності та конкурентоспроможності, а також стійке становище на ринку було і залишається актуальним завданням. Управлінська система, як сукупність установок та інструментів формування, удосконалення та підтримання життєдіяльності громад, що пройшла процес еволюції у чотири етапи [4]:

1. Постфактумне управління, тобто управління на основі контролю над виконанням. На цьому етапі майбутнє сприймається як повторення минулого. Для управління використовуються довідники та інструкції, а основним інструментом є фінансовий контроль.

2. Екстраполятивне управління, тобто управління майбутнім на основі передбачень даних із минулого. На цьому етапі складаються поточні бюджети та бюджети капіталовкладень. Великої уваги приділяється довгостроковому плануванню.

3. Стратегічне управління, тобто управління на основі передбачення змін, причому передбачувані лише проблеми та нові можливості. На цьому етапі активно займаються стратегічним плануванням та вибором стратегічних позицій.

4. Гнучке керування або керування на основі екстрених рішень. Даному етапу характерне управління на основі ранжування стратегічних завдань за умов несподіваних подій.

Отже, у сучасній управлінській практиці широке застосування знаходять системи перших трьох типів – постфактумне, екстраполятивне та управління на основі передбачення змін (стратегічне планування).

Таким чином, слід зазначити, що перевага від використання процесно-рольового підходу насамперед полягає у збільшенні продуктивності праці. Кожен працівник громади знає список завдань, які на нього покладені, усвідомлює зону власної відповідальності. Процесне управління наголошує на прозорості діяльності в територіальних громадах. У процесі впровадження процесного підходу створюються спеціальні документи – регламенти. Вони дозволяють відстежувати порядок виконання процесів, і навіть результати їх виконання. Крім цього завдяки використанню процесного підходу підвищується якість життя мешканців громади.

Список використаних джерел:

1. Dymchenko O., Smachylo B., Rudachenko O., Shkurupiy K. Entrepreneurial component in forming financial capacity of territorial communities of Kharkiv region. *Municipal Economy of Cities*, 2022. 5(172), pp. 31–35.

2. Метеленко Н. Сучасні аспекти децентралізації та розвиток процесу об'єднання територіальних громад. *Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії*. 2019. №78. С.104-107.

3. Ляшенко Р.В. Основні підходи до управління в бізнесі / Р.В. Ляшенко // *Молодий вчений*. – 2018. – № 12 (64).

4. Єпіфанова І. Ю., Болотнов Д. Г. Місце стратегії в системі антикризового управління підприємствами. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2022. № 3. С. 335-338

ПРИРОДНО-РЕСУРСНІ АКТИВИ ЯК ІНСТРУМЕНТИ ПРОСТОРОВОГО РОЗВИТКУ ТА ФАКТОРИ ЯКОСТІ ЖИТТЯ

Д. В. КЛИНОВИЙ, к.е.н., с.н.с., доц.

Інститут демографії та проблем якості життя Національної академії наук України

І. О. ПЕТРОВСЬКА, к.е.н., с.н.с., доц.

Таврійський національний університет імені В.І.Вернадського

З позицій актив-орієнтованого підходу, територіальні одиниці являють собою унікальне поєднання природно-ресурсного потенціалу, виробництва, населення і різноманітних інших ресурсів, які розглядаються як активи розвитку цього територіального утворення, за рахунок яких формується високоефективна територіальна економіка зі своїми ключовими компетенціями і місцем в економічній системі держави і світу.

У забезпеченні просторового розвитку та якості життя населення природним ресурсам належить первинне місце по відношенню до всіх інших видів капіталу, оскільки саме вони, наряду з іншими компонентами територіального багатства – людським, виробничим, фінансовим капіталом тощо є першоосною для формування і функціонування територіального господарського простору, виконуючи ряд важливих функцій у системі територіальної економіки як інструменти просторового розвитку (рис. 1).

Насамперед, вони створюють середовище життєдіяльності для інших продуктивних сил як компоненти довкілля територіального утворення. У такому випадку на перший план виходить екологічна цінність природних ресурсів, як компонентів довкілля, а критерієм ефективності цього процесу є максимальне збереження ознак довкілля як цілісної екосистеми.

У другому випадку, коли природно-ресурсні активи виступають безпосередньо у якості ресурсів економічного розвитку, критерієм ефективності такого їх використання є максимальна віддача від природно-господарської системи на вкладений у неї капітал. При цьому основною ознакою природного ресурсу, яка характеризує його як актив, є ефективно використаний природно-ресурсний потенціал, реалізований у вигляді застосовуваних тим чи іншим способом у промисловому, сільськогосподарському виробництві та в інфраструктурі природної сировини та інших продуктивних сил природи, за

рахунок яких виробляються різноманітні блага і забезпечується якість життя населення.

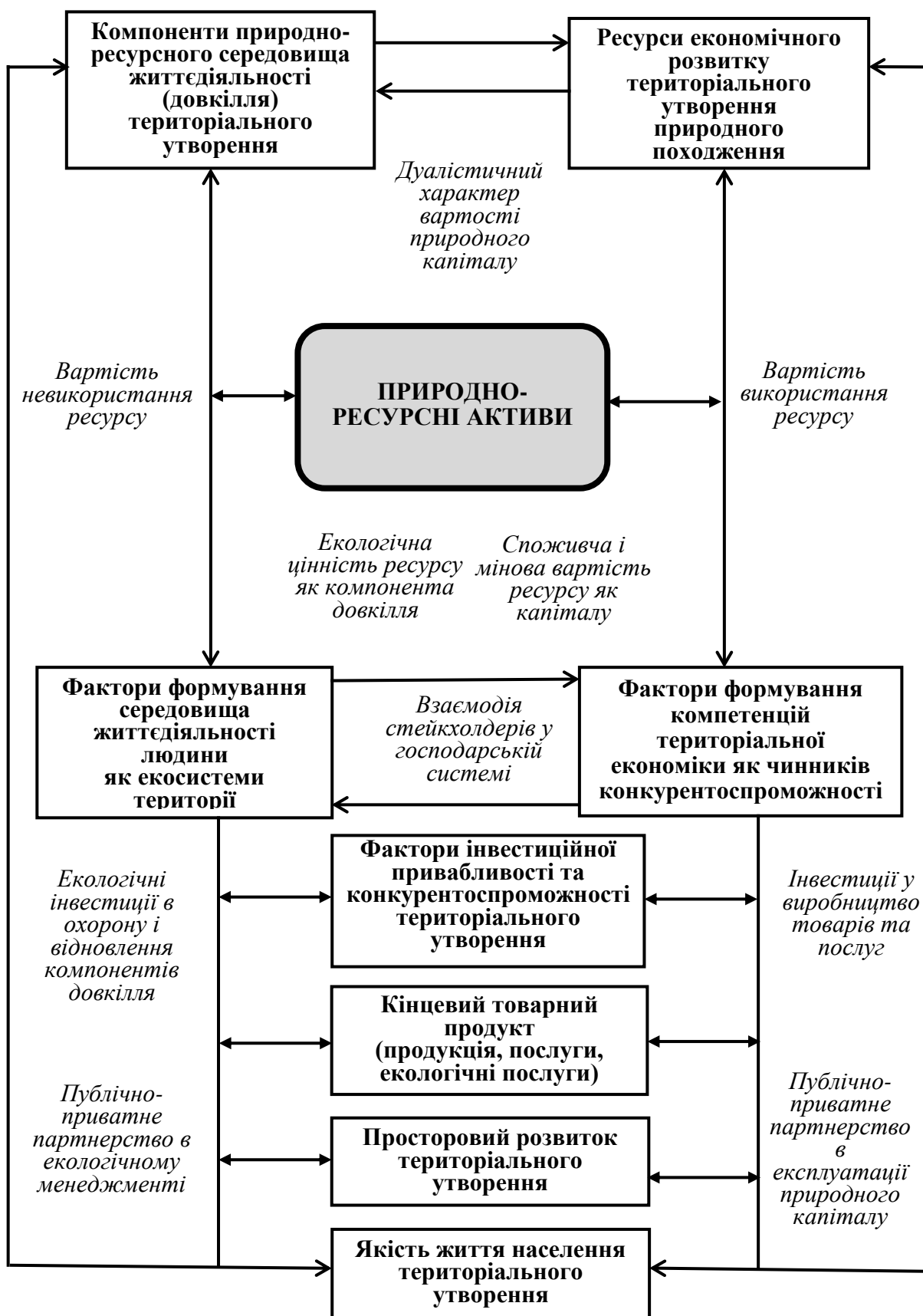


Рисунок 1 - Природно-ресурсні активи в системі забезпечення просторового розвитку та якості життя населення

Докорінна різниця між двома вказаними нами типами активів, тобто компонентами середовища життєдіяльності та ресурсами економічного розвитку, полягає у механізмах забезпечення економічної віддачі від природних ресурсів як капіталу. У першому випадку ця віддача забезпечується переважно природними механізмами взаємодії між собою складових екосистеми з мінімальним втручанням людини, яке носить підтримуючий характер, у той час, коли в другому випадку людина активно втручається в природні процеси і використовує безпосередньо природні ресурси як сили і тіла природи у виробництві, експлуатуючи їх як засоби і предмети праці, здійснюючи вплив на якісні і кількісні ознаки ресурсу із використанням відповідних техніки та технологій, які, наряду з продуктивними силами природи, виступають факторами виробництва, посилюючи віддачу від перших.

Таким чином, очевидно, що в системній сукупності усіх ефектів від природокористування, критерієм ефективності є досягнення стану перманентного еколого-економічного балансу, за якого забезпечується постійне відтворення природних ресурсів і сталість природно-антропогенної екосистеми території одночасно із досягненням таких темпів економічного розвитку, які забезпечують формування високоефективної і конкурентоспроможної територіальної економіки. Виходячи зі сказаного, використання природних активів, як складових екосистеми і ресурсів виробництва, на основі активорієнтованого підходу до територіального розвитку, має спиратися на визнання як виробничої, так і екосистемної цінності природно-ресурсних активів, а залучення природно-ресурсних активів до господарського обігу має носити платний характер у вигляді плати як за пряме використання ресурсу безпосереднім чином, так і за опосередковане отримання екосистемних послуг.

За умови інтеграції природних ресурсів у господарський обіг, вони стають дієвим фактором забезпечення просторового розвитку. У результаті такої інтеграції по-перше: формуються умови для комфортного проживання населення, організації туризму, інвестиційної діяльності, розвитку різноманітних виробництв промисловості та інфраструктури та проявів інших видів економічної активності; по-друге: створюються можливості для формування на основі унікальної природно-ресурсної бази ключових компетенцій, галузей СМАРТ-спеціалізації та зон росту і драйверів розвитку територіальної економіки, а по-третє, організовується раціональне, збалансоване з еколого-економічних позицій природокористування, за рахунок чого забезпечується, у свою чергу, сталість господарювання територіального утворення у цілому [1]. Отже, ефективне залучення природного капіталу, як економічного активу, до господарського процесу здатне значним чином посприяти реконструктивному просторовому розвитку України та забезпечити високу якість життя населення держави.

Список використаних джерел:

1. Формування просторової системи управління природно-ресурсними активами / за заг. ред. акад. НААН України, д.е.н., проф. М.А. Хвесика. К.: ДУ ІЕПСР НАН України, 2020. 464 с. С. 242-245.

СЕКЦІЯ 5

ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ: ПЕРСПЕКТИВИ ЗАСТОСУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ДЛЯ РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ

THE KEY DRIVERS AFFECTING THE FUTURE OF DIGITALIZATION IN THE CONTEXT OF SUSTAINABILITY

O. DYMCHENKO, Professor, D.Sc in Economics

M. RUSHCHENKO, Ph.D. student specialty “Entrepreneurship and Trade”

YE. KYSELHOF, Ph.D. student specialty “Entrepreneurship and Trade”

D. MALOROSIIANTSEV, Ph.D. student specialty “Entrepreneurship and Trade”

O. M. Beketov National University of Urban Economy in Kharkiv, Ukraine

Key drivers in scientific research are dynamic and interconnected forces that shape the scientific landscape. Recognizing and understanding these drivers is essential for scientists to navigate the complex and evolving nature of their disciplines. The key drivers refer to the fundamental factors or forces that significantly influence the direction and outcomes of scientific advancements. These drivers are often multifaceted and dynamic, shaping the landscape of research and discovery [1].

Here are some perspectives on key drivers in scientific research.

1. Technological Advancements.

- *Driver.* The development and improvement of cutting-edge technologies.

- *Impact.* Technology often drives the ability to observe, measure, and analyze phenomena with greater precision. Advancements in tools and methodologies open new avenues for scientific exploration, enabling researchers to delve into previously inaccessible realms of knowledge.

2. Interdisciplinary Collaboration.

- *Driver.* Increasing collaboration among scientists from diverse fields.

- *Impact.* Interdisciplinary collaboration fosters a holistic approach to problem-solving. It allows researchers to combine expertise from different domains, leading to innovative solutions and a more comprehensive understanding of complex phenomena.

3. Globalization of Research.

- *Driver.* The global interconnectedness of scientific communities.

- *Impact:* Collaborative efforts on an international scale accelerate the pace of research. Shared resources, expertise, and data contribute to a more rapid dissemination of knowledge, allowing researchers to address global challenges collectively.

4. Open Science and Data Sharing.

- *Driver.* Embracing transparency and sharing research outputs openly.

- *Impact.* Open science practices enhance reproducibility, encourage collaboration, and accelerate the scientific process. Shared datasets and methodologies facilitate the validation of results and enable the community to build upon existing knowledge.

5. Funding and Policy Landscape.

- *Driver*. Government policies and funding priorities.

- *Impact*. The allocation of funds and policy decisions influence the focus and direction of scientific research. Research initiatives aligned with societal needs and global challenges tend to receive more support, shaping the trajectory of scientific inquiry.

6. Environmental and Societal Challenges.

- *Driver*. Urgent challenges such as climate change, public health crises, etc.

- *Impact*. Pressing issues drive scientific research to find solutions. The need to address real-world problems motivates researchers to develop practical applications and technologies that can contribute to the well-being of society.

7. Ethical Considerations [2].

- *Driver*. Increasing awareness of ethical implications in research.

- *Impact*. Ethical considerations are becoming central to scientific inquiry. Researchers are increasingly mindful of the ethical implications of their work, ensuring that scientific advancements align with societal values and norms.

8. Education and Outreach.

- *Driver*. The promotion of science education and public engagement.

- *Impact*. Investing in education and outreach fosters a scientifically literate society. This, in turn, generates interest and support for scientific research, influencing the direction of research priorities [3].

Key drivers are important factors that are characterized by a certain degree of uncertainty. Although we acknowledge their significance, we cannot predict the exact direction in which they will go. It is important to note that key drivers are not concrete linear trends. For example, climate change can be considered a trend, but policies that are designed to address climate change are not trends because they are complex and uncertain. The success of efforts to deal with climate change will depend on a variety of factors, such as policy design, countries involved, and other unpredictable factors.

The concept of key drivers is divided into two categories, internal and external. While external key drivers are beyond the influence of certain actors, internal key drivers can be influenced to some degree. For example, large corporations like Apple can sway economic policies. Although smaller companies, for instance, in Ukraine may not be able to influence global climate policies, they can still develop strategies to adjust to different changes. However, larger entities such as the US, the EU, China, and the hold the power to affect global climate policies, and their policies can be influenced by major corporations based on specific circumstances.

Let's try to analyze the key drivers of digitalization and its connection with sustainability in the example of Tesla Inc. By studying the key drivers affecting Tesla's digitalization efforts, we can gain insights into the future of sustainable transportation and its interaction with sustainability goals [4,5]. Tesla Inc. has been chosen as the company to focus on due to its significant impact on the digitalization of the automotive industry and its commitment to sustainability. Tesla is a leading manufacturer of electric vehicles and renewable energy solutions, and it has been instrumental in driving the adoption of EVs worldwide.

The first key driver might be the Technological Advancements in Electric Vehicles (EVs).

Technological advancements in EVs, such as improvements in battery technology, charging infrastructure, and autonomous driving capabilities, are crucial drivers for the future of digitalization in the automotive industry. These advancements have the potential to enhance the performance, affordability, and convenience of EVs, making them more attractive to a wider range of consumers. Additionally, innovations in EVs technology can lead to increased energy efficiency, reduced carbon emissions, and improved overall sustainability.

The second Key Driver we offered is the Government Policies and Regulations on Renewable Energy and Transportation.

Government policies and regulations play a pivotal role in shaping the digitalization of the automotive industry and promoting sustainability. Policies that incentivize the adoption of EVs, invest in renewable energy infrastructure, and set stricter emission standards encourage companies like Tesla to continue their digitalization efforts. Such regulations can drive the demand for sustainable transportation solutions, accelerate the development of charging networks, and create a supportive ecosystem for electric mobility. By aligning digitalization efforts with government policies, Tesla can contribute to achieving greater sustainability goals.

What is the connection of these key drivers with the Sustainability Goals?

The chosen key drivers, technological advancements in EVs and government policies on renewable energy and transportation, have a positive impact on sustainability goals. Tesla's focus on electric mobility and renewable energy aligns with the broader objective of reducing greenhouse gas emissions, mitigating climate change, and achieving a more sustainable future.

Technological advancements in EVs contribute to sustainability by reducing reliance on fossil fuels, minimizing air pollution, and promoting energy efficiency. Improved battery technology enables longer driving ranges and faster charging times, making EVs more practical and convenient for consumers. These advancements also pave the way for vehicle-to-grid integration, where EVs can serve as energy storage systems, enhancing the stability and resilience of the electrical grid.

Government policies and regulations play a crucial role in shaping the market for sustainable transportation. By implementing supportive policies, governments can stimulate the adoption of EVs, foster the development of renewable energy sources, and reduce carbon emissions from the transportation sector. Tesla's digitalization efforts can benefit from favorable policies and collaborate with governments to achieve shared sustainability goals.

In combination, these key drivers can lead to positive scenarios for sustainability. As technological advancements continue, EVs can become more affordable, accessible, and integrated into smart grids, creating a virtuous cycle of increased adoption and reduced environmental impact. Government policies and regulations that prioritize renewable energy and transportation can provide a conducive environment for Tesla's digitalization efforts, fostering innovation, investment, and sustainable growth.

Alternative key drivers for Tesla's digitalization could include:

- Consumer Demand and Awareness. Increasing consumer demand for sustainable transportation solutions and growing awareness of the environmental

benefits of EVs could be a key driver. This could be influenced by factors such as public education campaigns, incentives, and social trends.

- Partnerships and Collaborations. Collaborations with other companies, organizations, and governments to build charging infrastructure, develop advanced technologies, and expand market reach could be a crucial driver for Tesla's digitalization efforts.

Different combinations of key drivers can lead to various scenarios for the future of Tesla's digitalization and its impact on sustainability. For example, if technological advancements in EVs continue to accelerate, while government policies provide strong support for renewable energy and transportation, we could see a scenario where Tesla achieves widespread adoption of its electric vehicles, significantly reducing carbon emissions and contributing to a more sustainable transportation sector. However, we should also take into consideration Tesla's competitors

Conversely, if technological advancements stagnate, or if government policies do not prioritize sustainability, the digitalization of Tesla and the adoption of EVs may face obstacles, hindering progress towards sustainability goals.

Thus, in the Tesla example, the importance of monitoring key drivers and their interactions to predict and react to emerging trends and uncertainties, ensures that sustainability remains a core focus in the digitalization efforts.

References:

1. Mayer Haggege Business model performance: five key drivers. *Journal of Business Strategy* 38(2):6-15 April 2017[Электронный ресурс]. –Режим доступа:https://www.researchgate.net/publication/317136104_Business_model_performance_five_key_drivers
2. What Is Key Driver Analysis: Definition, Methods, Types, And Examples [Электронный ресурс]. –Режим доступа:
<https://survey2connect.com/feature/key-driver-analysis>
3. Rajan Sambandam Survey of Analysis Methods: Key Driver Analysis [Электронный ресурс]. –Режим доступа:
<https://trcmarketresearch.com/whitepaper/survey-of-analysis-methods-key-driver-analysis/>
4. Tesla Inc. Annual Report 2022 [Электронный ресурс]. –Режим доступа:
<https://www.sec.gov/Archives/edgar/data/1318605/000119312523094100/d440358dars.pdf>
5. Tesla's Business Model Analysis[Электронный ресурс]. –Режим доступа: <https://businessmodelanalyst.com/tesla-business-model/>

ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ ЯК КЛЮЧОВИЙ ФАКТОР ДЛЯ РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ

А. А. ПАКУЛІНА, канд. екон. наук, доцент

К. Є. РЕВ'ЮК, здобувач вищої освіти

*Харківський національний університет міського господарства
імені О. М. Бекетова*

Діджиталізація, яка полягає в інтеграції та застосуванні інформаційних технологій у різних сферах діяльності, включаючи бізнес, є ключовим фактором для розвитку і сучасного управління. Діджиталізацію можна визначити як сучасний інноваційний етап економічного розвитку, в основі якого знаходиться інтеграція фізичних та цифрових ресурсів у сфері виробництва та споживання, в економіці та суспільстві. Даний етап характеризується новими методами генерування, обробки, зберігання та передачі інформації в усіх сферах людської діяльності.

Для ефективного розвитку бізнесу потрібно завжди слідкувати за актуальними питаннями. Вже давно зрозуміло, що завдяки інноваційним технологіям якісніше та швидше розвивається будь-який бізнес. Особливу роль інновації зіграли саме зараз, під час війни. Коли люди переїжджали в незнайомі міста, завдяки інтернету та соціальним мережам можна було дізнатись про різні види надання послуг, допомоги постраждалим від воєнних дій та можливості міста. Так люди в наш час знаходили в новому місті роботу, житло та послуги якими звикли користуватись.

Саме за допомогою сайтів, сторінок в соціальних мережах можна дізнатись все про той чи інший заклад чи наприклад майстра. Це різновид реклами в якому теж працюють маркетингові рішення та закони. В наш час майже всі офлайн-магазини мають або сайт, або сторінку в Instagram. І ці засоби примножують прибуток будь-якого бізнесу. Крім того онлайн магазинів в наш час навіть більше ніж офлайн.

В прифронтових містах по всіх нам знайомим причинам багатьом підприємцям прийшлося або закрити бізнес зовсім або перевозити його в інше місто. В цьому випадку саме через інноваційні технології та маркетингові підходи люди могли дізнатись про нових підприємців в своєму місті.

Набагато простіше в будь-який час доби вибрати товар на сайті та оформити його покупку, навіть не зв'язуючись з продавцем, або наприклад записатись на якусь послугу, а потім ще і отримати автоматичне нагадування про неї, механізм якої давно працює без допомоги людини, бо запрограмований завчасно. Така кількість попиту на інноваційні технології збільшує попит на ІТ-спеціалістів, що збільшує робочі місця та розвиток ще і цієї сфери бізнесу.

Також ми бачимо розвиток нових професій, які пов'язані з соціальними мережами. Це SMM-спеціалісти, копірайтери, контен-мейкери, навіть блогери грають в цьому ланцюжку велику роль, бо вони рекламують своїй аудиторії той чи інший продукт. Частіше за все такий вид реклами приносить найбільші

продажі, бо аудиторія завжди довіряє медійним людям, а також частіше за все ведеться на маркетингові ходи, які завжди використовують блогери.

Попит підвищує розвиток і навпаки, бо саме через розвиток інноваційних технологій більше стала розвиватись сфера навчання, з'явилося багато підприємств, які стали навчати цим новим інноваційним професіям за короткий проміжок часу.

Перспективи застосування інформаційних технологій для розвитку бізнесу:

- ефективність операцій: автоматизація процесів, що дозволяє зменшити ризик помилок; інтеграція бізнес-процесів;
- клієнтський сервіс та взаємодія: електронна комунікація і електронна комерція;
- аналітика та прийняття рішень: бізнес-аналітика, що дозволяє отримувати цінні дані для прийняття стратегічних рішень, і Big Data;
- цифровий маркетинг: соціальні медіа та реклама, персоналізований маркетинг;
- безпека інформації: кібербезпека;
- гнучкість та роботизація;
- інновації та конкурентоспроможність: інновації через технології, стартап-екосистеми.

Діджиталізація вимагає від бізнесу гнучкості та постійного адаптування до змін в технологічному середовищі для забезпечення конкурентоспроможності та стійкості на ринку.

Але окрім зрозумілих і повсякденних речей, які пов'язані з інноваційними технологіями, є і автоматизація підприємницької діяльності. Наприклад навіть коли людина дзвонить на будь-яку гарячу лінію їй в першу чергу відповідає не людина, а попередньо записаний голос, який вирішує основні потреби клієнта і за необхідністю переводить на компетентного саме в конкретному питанні оператора. Окрім цього є багато машин, які запрограмовані виконувати ті чи інші функції для більш швидкого та якісного результату. Наприклад, якщо взяти сферу поліграфічного виробництва, більшість дій виконують саме машини, які запрограмовані на ті чи інші дії, вони здатні з квадратного паперу конкретного розміру зробити вирізаний під конкретний розмір візерунок, надрукувати малюнок на майже будь-якому матеріалі, починаючи від паперу, металу, тканини, пластику та навіть посуду і все це при різних розмірах та параметрах матеріалу.

Тож стовідсотково одним з ключових чинників у процесі розвитку бізнес-процесів підприємства виступає діджиталізація, що передбачає впровадження інноваційних технологій та управління ними. Управління підприємством в умовах розвитку інноваційних технологій накладає на керівника підприємства вимоги до професійних знань, вмінь, навичок та постійного розвитку в галузі як менеджменту, управління персоналом, так і в сфері ІТ-технологій та соціальних мереж.

ДІДЖИТАЛ-ТРАНСФОРМАЦІЯ: МЕТА І СКЛАДОВІ ЕЛЕМЕНТИ

А. А. ПАКУЛІНА, канд. екон. наук, доцент

О. В. ОВЕРЕДНА, здобувач вищої освіти

*Харківський національний університет міського господарства
імені О. М. Бекетова*

Світ стає більш діджиталізованим, автоматизованим і це потребує певного оновлення в управлінні. Підприємства трансформують стратегії ведення бізнесу та налагоджують інноваційні процеси за допомогою нових інформаційних технологій. Менеджмент підприємств в умовах нового цифрового економічного устрою повинен активно реагувати на зміни, будувати стратегії з врахуванням прозорості та структурованості всіх бізнес-процесів, застосовувати ефективну систему управління знаннями та мотивацію персоналу, а також враховувати особливості управління підприємством в умовах діджиталізації.

Термін «діджиталізація» останніми роками став все частіше використовуватись у зв'язку з широким використанням цифрових технологій роботи з великими масивами даних, можливостями їх візуалізації, появою та розповсюдженням нових технічних засобів та програмних рішень. Використання цифрових технологій значно сприяє розширенню можливостей проведення глибокого аналізу, оптимізації бізнес-процесів підприємства та підвищенню ефективності підприємницької діяльності.

На створенні нових технологій фокусують свою увагу start up спільнота та новатори-науковці, також безпосередніми користувачами технологій є держава та бізнес-індустрія. Основною метою використання діджитал-інструментів є спрощення управлінського процесу та досягнення максимальної ефективності через прийняття інформованих рішень.

Діджитал-трансформація – це впровадження сучасних технологій в бізнес-процеси підприємства. Мова йде про трансформацію технологій, даних, процесів та структури організацій. Даний підхід передбачає не тільки установку сучасного обладнання або програмного забезпечення, але й фундаментальні зміни в підходах до управління, корпоративній структурі, зовнішніх комунікаціях.

До завдань управління підприємством в умовах діджиталізації можна віднести наступні:

- зміна бізнес-процесів компанії на основі сучасних цифрових технологій;
- підтримка високого рівня знань менеджменту підприємств та фахівців в галузі сучасних технологій;
- підтримка високого ступеню готовності до змін та викликів зовнішнього середовища.

Пандемія Covid-19 і вимоги з дотримання соціальної дистанції в усьому світі стала потужним каталізатором цифрових трансформацій. Значно зріс попит на «карантинні» технології: безпечний віддалений доступ, послуги відео конференцій, технології віртуалізації.

Компанії шукають конкретні рішення цифрових технологій, що будуть сприяти працездатності та відновленню їх бізнесу, дозволять забезпечити

широкомасштабне впровадження нових способів роботи, захистять їх системи від кібер-ризиків, посилять можливості в галузі цифрової комерції та маркетингу, а також дозволять підвищити автоматизацію операцій та ланцюгів поставок.

Діджиталізація охоплює інформаційні процеси різних типів в соціально-економічній та науково-технічній галузі. На державному та корпоративному рівнях вже розробляють стратегії в основі, яких лежить масове впровадження інформаційних систем та технологій з метою підвищення ефективності всіх видів діяльності, покращення умов праці та якості життя населення.

Значення інформаційного забезпечення підвищується через постійне зростання обсягу інформації для прийняття управлінських рішень. В зв'язку з цим виникає потреба в постійному оновленні програмного забезпечення пошуку та обробки інформації, що вимагає інвестицій та додаткових навичок. Впровадження інформаційних технологій сприяє вирішенню поточних цілей, які стоять перед управлінським апаратом підприємства, а саме:

- підвищення ефективності управління та обґрунтованості прийнятих рішень;
- скорочення термінів обробки інформації та проведення своєчасної та якісної діагностики господарської діяльності;
- забезпечення своєчасного прийняття та узгодження управлінських рішень на різних рівнях у сучасних нестабільних ринкових умовах;
- зростання продуктивності праці.

Діджиталізація відіграє важливе значення в прийнятті рішень та управлінні проектами й стає все більш орієнтованою на аналітику. Практично все, що робить управлінське ядро підприємства тепер можна відслідкувати та оцінити в результаті діджиталізації робочих процесів. Це дає можливість отримати додаткові дані, які менеджери проектів можуть використати з метою аналізу, контролю та якісної оцінки роботи. Бізнес-аналітика та штучний інтелект, які функціонують в програмному забезпеченні дозволяють керівникам проектів застосовувати дані цифри творчо та по-новому. Менеджери проектів завжди приділяли увагу ключовим показникам ефективності, але цифрова трансформація значно розширила можливості використання числових даних для управління проектами.

Ключовими особливостями управління підприємством в умовах діджиталізації є:

- управління процесами на основі застосування автоматизованих технологій обробки, аналізу та прогнозування великих масивів даних;
- отримання та обробка даних в режимі реального часу;
- висока швидкість прийняття рішень;
- інтерактивність середовища та висока швидкість реакції на зміни;
- орієнтація на конкретного користувача;
- формування цифрової екосистеми.

Для бізнес-процесів основним недоліком діджиталізації є відсутність єдиної платформи щодо управління підприємством, оскільки жодне рішення на ринку не закриває всіх аспектів виробничих процесів, дані зберігаються в різних

системах та базах, наслідком чого є втрата ефективності та високі витрати на інтеграцію різних ІТ-систем власними силами.

Діджиталізація стає гарантією успіху і основою для конкурентних переваг. Вона охоплює ряд складових елементів, а саме:

1. Кіберфізичні системи – механізми, що діють на основі особливих комп'ютерних алгоритмів та пов'язані з користувачами за допомогою мережі Інтернет. Метою цих систем є створення способів отримання й надання будь-якої інформації, зв'язок з аналогічними пристроями через Інтернет, а також поширення програмного забезпечення з використанням мобільних додатків.

2. 3D-друк – технологія, де методом накладання послідовних шарів матеріалу за даними цифрової моделі створюється тривимірний об'єкт. Процес відбувається за допомогою спеціального пристрою – 3D-принтера.

3. Робототехніку – орієнтовану на виготовлення робототехнічних систем, які здатні автоматизувати складні технологічні процеси та полегшити працю людини у важких та небезпечних умовах. Промислові підприємства все частіше використовують працю «розумних» машин, заощаджуючи при цьому від 15% до 90% на операційних витратах.

4. Великі дані – охоплюють групу технологій та методів, що дають можливість аналізувати та обробляти набори інформації, як структурованої, так і не структурованої, задля отримання якісних та нових знань. Ці дані не піддаються обробці традиційними способами через досить великий об'єм.

5. Інтернет речей – глобальну мережу фізичних пристроїв, підключених до Інтернету, а саме «речей» з влаштованими сенсорами, датчиками, здатними передавати та обмінюватися інформацією через спільні центри контролю, управління та обробки інформації.

Наведені вище складові елементи цифрових перетворень більш характерні для підприємств, що надають послуги, проте також можуть бути використані в харчовій, лісовій, переробній, автомобільній промисловості, металургійному машинобудуванні і, особливо, в сільському господарстві. Поширення цифрових технологій та систем управління має сприятливий вплив на якість товарів та послуг, сервісне обслуговування клієнтів та інформаційне забезпечення суб'єктів ринкових відносин. Проте можуть виникати проблеми на різних етапах, що стосуються питань економічної безпеки, технологічного оснащення мереж, раціональності управлінських рішень щодо впровадження єдиної цифрової інфраструктури. В Україні цифрова трансформація відбувається дещо повільними темпами в порівнянні з західним ринком.

РОЛЬ ХМАРНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ЗБЕРІГАННІ ТА ОБРОБЦІ ДАНИХ ДЛЯ ПІДПРИЄМСТВ

А. А. ПАКУЛІНА, канд. екон. наук, доцент

К. С. ТРУХОНЬ, здобувач вищої освіти

Харківський національний університет міського господарства

імені О. М. Бекетова

У сучасному світі людство усілякими способами намагається модернізувати та спростити своє життя та роботу. Стрімкий розвиток засобів обробки, зберігання інформації та безпосередньо інформаційних технологій привів до чергових змін, коли все більше сервісів розміщується не на персональних обчислювальних засобах, а в потужних обчислювальних центрах, ця концепція отримала назву «хмарні технології або хмарні обчислення» (Cloud computing). Використання цих технологій хмарних обчислень надає безліч переваг:

1. життестійкість;
2. висока швидкість обробки даних;
3. масштабованість;
4. централізованість управління і оновлення програм;
5. зниження витрат на побудову і супроводження;
6. простота сумісної роботи групи користувачів.

Все це дає можливість говорити, що впровадження технологій хмарних обчислень в галузі управління підприємством дозволить значно підвищити надійність і якість праці користувачів хмарних сервісів. Зменшити грошові затрати на створення і, особливо, на підтримку сервісів. Найголовніше, це дозволить значно зекономити час на отримання інформації і організації взаємодії між посадовими особами. Тому впровадження хмарних обчислень є актуальним питанням сьогодення.

Причини популярності хмарних технологій зрозумілі: можливості їх застосування дуже різноманітні і дозволяють економити як на обслуговуванні і персоналі, так і на інфраструктурі. Апаратне забезпечення може бути сильно спрощено при обробці даних і зберіганні інформації у віддалених центрах даних. Всі ці проблеми майже повністю перекладаються на провайдера послуг. До того ж такий підхід дозволяє стандартизувати ПЗ, навіть якщо на комп'ютерах підприємства встановлені різні операційні системи (Windows, Linux, MacOS і т.п.).

Хмарні технології полегшують забезпечення доступу до даних компанії як для клієнтів, так і для власних співробітників, що перебувають поза офісу, але мають можливість підключитися через Інтернет. Зрозуміло, що використання хмарних обчислень набагато зручніше. Найголовнішим недоліком, який можна відразу помітити, є повна залежність від постачальника цих послуг. Фактично підприємство (користувач) виявляється заручником провайдера сервісів і провайдера доступу в мережу Інтернет. Хоча надійність постачальників хмарних обчислень зростає, для забезпечення надійності і безпеки даних необхідно

докласти чимало зусиль, наприклад, мати дублюючі канали зв'язку, що дублюють потужності для можливості перемикання на них і, звичайно ж, подумати про доступність інформації і безпеки. Крім цього, хмарні обчислення абсолютно не підходять для підприємств, що мають відношення до державної та військової таємниці. Жодна комісія не дасть сертифікат на таку систему при роботі з інформацією, яка не підлягає розголошенню.

Ця технологія дозволяє вести значно більш ефективно управління підприємством за рахунок централізації управлінської та облікової інформації, обробки, пропускну здатності та надійності зберігання даних. Користувач має доступ до власних даних, але не може управляти і не повинен піклуватися про інфраструктуру, операційну систему і програмне забезпечення, з яким він працює. Ані обладнання, ані програмне забезпечення не належать підприємству. Замість цього провайдер надає замовнику вже готовий сервіс.

Завдяки новітнім технологіям рух у напрямку хмари (cloud) відкрив двері для альтернативних додатків, які зробили величезний вплив на спосіб обробки і управління даними підприємства. Наведемо причин, за якими хмарні обчислення можуть принести користь будь-якій організації, яка бажає використовувати корпоративні програм:

- значне зниження витрат. З хмарними обчисленнями немає необхідності вкладати кошти в апаратну інфраструктуру, програмне забезпечення та ліцензійні платежі. Хмарні обчислення використовують програмне забезпечення як сервіс з моделлю, заснованій на одноразовому або періодичному платежі. Це може сильно впливати на малі і середні підприємства з обмеженим бюджетом, які можуть зазнавати труднощів з початковими інвестиціями. З тих пір як абонентські плати стали в основному фіксованими місячними ставками, немає ніяких несподіваних додаткових зборів або непередбачених витрат. Зниження витрат також означає збільшення показника окупності інвестицій.

- безкоштовне обслуговування. Одна з найдорожчих особливостей традиційної установки сервера – це підтримка оновлення програмного забезпечення і оновлень безпеки. Найчастіше компаніям доводиться наймати ІТ персонал для управління регулярним технічним обслуговуванням сервера. Замість цього, сервіси хмарних обчислень керують всім технічним обслуговуванням і модернізацією, даючи компанії можливість зосередитися на веденні свого бізнесу.

- підвищений рівень безпеки. Хоча деякі власники бізнесу побоюються, що хмарні обчислення являють собою загрозу безпеці, насправді це не так. Багато «хмарних» виробників розробляють серйозні заходи безпеки, і можуть оснащувати частими оновленнями безпеки, оскільки вони обслуговують багатьох клієнтів. Без використання хмарних рішень резервне копіювання, як правило, робиться один раз в день. У разі збою обладнання дані можуть бути втрачені. У використанні хмарних обчислень резервне копіювання здійснюється в режимі реального часу або через певні проміжки часу, в результаті чого практично не буває втрат даних у випадку, якщо щось відбувається з інфраструктурою.

- зручний та швидкий доступ до даних.

Наявність постійного доступу до даних компанії – дуже важливе для будь-якого бізнесу. Поки користувач підключений до Інтернету, хмарні обчислення забезпечують миттєвий доступ до даних у будь-який час доби, незалежно від місцезнаходження або використовуваного пристрою. Оскільки все більше компаній схиляються до віддалених систем для своїх корпоративних додатків, хмарні обчислення, в кінцевому рахунку, стануть способом життя для багатьох.

Отже, завдяки хмарним технологіям підприємства можуть миттєво масштабувати свої обчислювальні ресурси, адаптувати їх до змінних потреб, зменшуючи витрати та збільшуючи продуктивність. Нові можливості у сфері аналізу даних, штучного інтелекту та машинного навчання відкривають шляхи до вдосконалення стратегій прийняття рішень та вивчення споживацьких тенденцій. Застосування хмарних технологій стає ключовим фактором для підприємств, орієнтованих на інновації та конкурентоспроможність. Вони не лише підвищують ефективність обробки даних, але і забезпечують надійність та доступність інформації. Ці технології визначають новий стандарт у сфері управління даними, допомагаючи підприємствам досягати нових висот у своєму розвитку та інноваціях.

ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ СУБ'ЄКТІВ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

Н. В. ВАЛІНКЕВИЧ, д.е.н., проф.

А. М. ЧИГИР, аспірант

Поліський національний університет

Розвиток підприємницької діяльності є однією з основних передумов зростання рівня життя населення та економічного розвитку держави. Для підтримки стійкого економічного становища розвинені країни приділяють значну увагу розвитку малого підприємництва.

Останніми роками відбулися такі значні зміни в зовнішньому середовищі, як глобалізація конкуренції, індивідуальність споживчої поведінки, яка проявляється в диференціації попиту, і швидкий розвиток нових технологій (інформаційних і комунікаційних) [1]. Розвиток бізнесу значною мірою залежить від цих змін.

Проблема становлення та розвитку національного підприємництва набуває значного значення в умовах формування орієнтованого ринку, прискорення інституціональних перетворень в економіці України, основними з яких є радикальні зміни у відносинах власності, формування приватного сектора, який має значну частку, яка надає йому силу реального конкурента державним підприємствам, створення ринкових механізмів саморегулювання економічних процесів тощо.

Сьогодні в Україні існує багато проблем організації бізнес- процесів суб'єктів малого підприємництва. Це пояснюється тим, що збільшилася кількість неефективних і неплатоспроможних підприємств малого підприємництва в результаті високої конкуренції, зниження платоспроможного попиту населення,

погіршення інвестиційного клімату в Україні та негативних політичних факторів.

Сьогодні приватні підприємці знаходяться у дуже складному становищі через велику кількість законів, які повинні регулювати цей вид діяльності. З одного боку, добровільні об'єднання приватних підприємців захищають малі підприємства від монопольних структур на внутрішніх і зовнішніх ринках збуту їхньої продукції. Але зростання малого підприємництва призвело до визнання державою одним із найважливіших компонентів національного господарства, які потребують особливої уваги та підтримки.

На відміну від зарубіжних країн, мале підприємництво в Україні характеризується низьким управлінським рівнем, низькою технологічною оснащеністю та відсутністю франчайзингу та субпідряду, що дуже поширено в зарубіжних країнах. У результаті вони прагнуть бути самодостатніми, не мають достатньої та повної інформації про стан ринку та кон'юнктуру, не мають достатніх консультаційних послуг і спеціальних освітніх програм [2].

Функції малого бізнесу показують, наскільки важливі вони для економіки країни та наскільки важливі вони для організації бізнес-процесів. Бізнес має певні переваги, які сприяють розвитку національного господарства. Мале підприємництво спрощує процес започаткування бізнесу та заповнення необхідної ніші на ринку завдяки такій організації, яка не вимагає великих інвестицій. Завдяки своїй гнучкості підприємства малого бізнесу є новаторами ідей і джерелом інноваційного прогресу; вони також мають здатність більш оперативно та динамічно розвиватися та швидко реагувати на потреби споживачів. Це також підвищує рівень конкуренції на ринку та стимулює підприємців. Крім того, вони створюють велику кількість робочих місць, що значно впливає на вирішення проблем зайнятості. Крім того, малий бізнес є значним джерелом фінансування місцевих і регіональних бюджетів.

Здійснення бізнес-процесів має значний потенціал для підвищення внутрішньої ефективності та конкурентоздатності суб'єктів малого підприємництва. Основним завданням моделювання бізнес-процесів є виявлення так званих «вузьких місць» шляхом аналізу поточної картини процесу створення вартості для клієнта. Отже, головним завданням удосконалення є усунення цих «вузьких місць» і оптимізація бізнес-процесів. Зазвичай ефективність використання всіх ресурсів покращиться, якщо підприємства малого бізнесу змінять традиційні методи управління бізнес-процесами. Таким чином, розуміння того, наскільки важливо та як правильно організувати бізнес-процеси суб'єктів малого підприємництва, значно підвищує ефективність існуючої системи управління підприємством, оскільки це робить менеджмент суб'єкта господарювання орієнтованим на результат.

Список використаних джерел:

1. Тимченко О.І. Проблеми та перспективи розвитку підприємництва в регіонах України. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=4135> (дата звернення: 13.01.2023).

2. Стан та перспективи розвитку малого бізнесу в Україні/ Портал “Аграрний сектор України” [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://agroua.net/economics/documents/category-92/doc-85/>

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ КРИПТОСЕКТОРУ В УКРАЇНІ

А. А. ПАКУЛІНА, канд. екон. наук, доцент

А. М. БУТИРСЬКА здобувач вищої освіти

*Харківський національний університет міського господарства
імені О. М. Бекетова*

Сучасні цифрові технології приводять до народження нових явищ та феноменів, серед яких відзначаються віртуальні активи, що утворюють основу міжнародного крипторинку та стали найбільш динамічно розвиненим сектором глобальної цифрової економіки. Вже зафіксовано понад 20 тисяч різних цифрових валют на глобальному крипторинку, і їхня загальна капіталізація перевищує сумарні бюджети багатьох країн світу.

Статистичні дані за 2022 рік свідчать, що ринкова капіталізація криптовалютної галузі у світі досягла вражаючої суми в \$3 трильйони. На тлі цього індикатора немає іншої сфери, яка могла б похвалитися таким потужним та динамічним темпом приросту капіталу та обсягом залучених інвестицій. Таким чином, XXI століття визначається як цифрова епоха, в якій кожна країна зобов'язана визначитися стосовно ролі та місця криптовалютних активів у своїй економіці. Це, в свою чергу, вимагає належного нормативного врегулювання цієї сфери на національному та міжнародному рівнях. Вироблення адекватних правових рамок стає важливою складовою розвитку цього новаторського сегмента глобальної економіки.

Вітчизняний ІТ-сектор навіть у воєнний період продемонстрував свою надзвичайну стійкість до стресових обставин. Цифрова галузь, опинившись в режимі реального форс-мажору, не тільки утримується, але й продовжує стабільно виконувати контракти, експортувати свої послуги, забезпечувати валютні надходження і сприяє розвитку національної цифрової економіки.

Політична влада приділяє особливу увагу створенню в Україні сприятливих умов для розвитку криптобізнесу. Це включає формування правового підґрунтя, яке дозволить світовим криптокомпаніям легально працювати та вести бізнес у країні, користуючись вітчизняною банківською системою, а українцям - декларувати та захищати свої доходи у віртуальних активах.

На кінець 2022 року міжнародне експертне співтовариство високо оцінило заходи нашої держави щодо розбудови організаційно-правових та техніко-економічних засад розвитку ринку віртуальних активів за останні два роки. Важливим кроком вважається те, що українська криптоспільнота дозволила країні посісти третє місце в світі серед лідерів криптобізнесу, заслуговуючи визнання у глобальних рейтингах.

16 березня 2023 року Україна остаточно оформила легальні норми для криптосектору. Навіть за умов введеного дворічного воєнного стану, Президент України підписав ключовий законопроект щодо віртуальних активів. Цей крок спрямований на прискорення процесу децентралізації та запуску легального ринку віртуальних активів в Україні.

Введення в дію Закону України «Про віртуальні активи» створює відповідне правове поле, яке легалізує та офіційно регулює діяльність іноземних та вітчизняних криптобірж. Банківські установи в Україні отримають можливість відкривати рахунки для криптокомпаній, а громадяни зможуть забезпечити законний захист своїх вкладень у віртуальних активах. Держава, у свою чергу, гарантує захист власників криптовалют та забезпечує судовий захист їхніх прав на віртуальні активи.

Цей закон є рамковим, встановлюючи "правила гри та поведінки" для ключових учасників ринку віртуальних активів - від держави та відповідних органів до операторів послуг та інших учасників. Такий правовий акт створює необхідну основу для подальшого розвитку повноцінного ринку віртуальних активів в Україні. Нормативно врегульований обіг віртуальних активів приверне увагу іноземних інвесторів, роблячи Україну привабливою для цифрових інновацій та покращуючи загальний позитивний імідж країни як цифрового лідера.

Прогресивне регулювання сфери віртуальних активів в Україні, а також гнучка система оподаткування, можуть сприяти привертанню іноземних інвесторів та позитивно вплинути на розвиток вітчизняних стартапів та національної цифрової економіки взагалі. Уповноваженим органом для регулювання обігу віртуальних активів встановлено Національну комісію з цінних паперів та фондового ринку. Ця комісія буде відповідальна за формування та реалізацію державної політики у сфері віртуальних активів, визначення порядку та особливостей обігу цих активів, видачу дозволів постачальникам послуг, а також за нагляд та фінансовий моніторинг в цій галузі. Ці кроки спрямовані на створення стійкої та відкритої системи, яка сприятиме росту галузі віртуальних активів в Україні та забезпечить відповідний захист інвесторів та учасників цього ринку. Такий підхід може сприяти зміцненню репутації країни як інноваційного гравця в світовому цифровому просторі.

Протягом останніх років український крипториниок визначається найбільшими темпами зростання в Європі, що робить нашу країну однією з провідних в світі у використанні Bitcoin. Без сумніву, Україна може вийти за рамки свого регіону та стати глобальним центром для розвитку криптоіндустрії. Встановлення чітко визначеного правового статусу криптовалюти не лише стимулює збільшення іноземних інвестицій, які так необхідні нашій країні, але й визначає Україну як перспективний ринок для майбутнього.

В контексті цього фону важлива роль у розвитку вітчизняного криптосектора відводиться національним стартапам. Завдяки наполегливості та творчій енергії українських стартапів, Україна залишається ключовим ринком для 60% стартапів країни, випереджаючи європейський ринок (ЄС та Європейська Економічна Зона на 46,4%) та Північну Америку (Сполучені Штати

на 34,3%, Канада на 9,3%). Зараз, коли військові події тривають, іноземні інвестори зберігають певну обережність та стриманість, не поспішаючи робити великі вкладення в українські стартапи та сприяти розвитку вітчизняного сектору. У цьому сценарії, національні стартапи викликають захоплення своєю здатністю продовжувати бізнес навіть у складних умовах, надаючи вражаючий приклад витримки та пристосування до труднощів.

Підсумкова звітність за 2022 рік вразила вражаючими цифрами для ІТ-індустрії України, яка внесла \$7,34 мільярда валютних надходжень у економіку країни. Збільшення обсягу експорту на \$400 мільйонів порівняно з 2021 роком свідчить про той факт, що технологічний сектор став невід'ємною частиною економічного успіху. З 12% участі в загальному експорті України та 6% зростанням, ІТ-індустрія демонструє свою ключову роль у стабілізації української економіки. Але навіть при таких вражаючих цифрах, українські стартапи не мали легкий рік. За звітом «Polish-Ukrainian Startup Bridge» станом на грудень 2022 року виділяються важливі виклики: 12% стартапів зупинили свою діяльність через російське вторгнення; 85,4% назвали брак коштів для розширення команди основною проблемою; 61% не змінювали місце розташування головного офісу, а лише 10,8% отримали понад 50 тис. євро доходу на рік. Більшість стартапів активно працюють з українськими та іноземними клієнтами, диверсифікуючи свою діяльність. Така стратегія дозволяє їм адаптуватися до нових реалій, розширювати можливості виходу на нові ринки, залучати інвестиції.

У червні 2022 року Україна вступила до Європейського «Блокчейн-партнерства» у ролі спостерігача, що відкриває перед нею відмінну можливість взяти участь у створенні «Пан-європейського блокчейну» та інтеграції в цифровий економічний простір ЄС. Також встановлено співпрацю з провідною швейцарською консалтинговою блокчейн-компанією Verum Capital, щоб забезпечити ефективний обмін досвідом та експертними знаннями.

У контексті активної реформи ринку електронних грошей, включаючи криптовалюту, Україна веде динамічний процес адаптації внутрішнього законодавства до загальноєвропейських стандартів, спрямований на впровадження ефективного регулювання криптовалютного сектору та нормалізацію його функціонування.

Наша держава не тільки продовжує залишатися епіцентром для криптовалютних та блокчейн-інновацій, але й демонструє вражаючий ріст власного сектору навіть в умовах воєнного конфлікту. Вітчизняна криптоіндустрія виступає не лише як каталізатор сталого економічного розвитку України, але й як важливий механізм вирішення сучасних викликів. Сприятливі умови для інновацій та підтримка криптобізнесу в країні є ключовими чинниками, які сприяють розвитку криптосфери. В умовах нестабільності та викликів війни, вітчизняні криптопідприємці продовжують виявляти високий рівень стійкості, розвиваючи інноваційні рішення та сприяючи зміцненню економічного пласту України.

ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ: ПЕРСПЕКТИВИ ЗАСТОСУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ДЛЯ РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ

А. А. ПАКУЛІНА, канд. екон. наук, доцент

М. В. ШАПОВАЛОВ, здобувач вищої освіти

*Харківський національний університет міського господарства
імені О. М. Бекетова*

У сучасному світі, де швидкість технологічних інновацій стрімко зростає, питання діджиталізації визначає стратегічний розвиток бізнес-середовища. Розповсюдження інформаційних технологій у всі сфери економіки створює неабиякі виклики та можливості для підприємств. Застосування цифрових рішень та інноваційних підходів в бізнесі стає визначальним чинником його конкурентоспроможності та стійкості.

Актуальність теми базується на тому, що у світі зростаючого цифрового впливу від підприємств вимагається не лише адаптація до нових технологій, але й їх активне використання для досягнення стратегічних цілей. Інтеграція інформаційних технологій в усі сфери бізнесу є необхідністю для забезпечення сталого зростання та утримання конкурентних переваг. У контексті такого визначеного напрямку актуально провести глибокий аналіз переваг та викликів, що супроводжують діджиталізацію бізнес-процесів.

У сучасних умовах розвитку, процес діджиталізації стає одним із ключових чинників економічного прогресу. Зміни в бізнес-середовищі, технологічні трансформації, перетворення інформаційного простору та формування нових вимог споживання призводять до зростання важливості діджиталізації як в Україні, так і в усьому світі. На сучасному ринку доступний ряд інноваційних програмних продуктів, які можуть значно покращити управління підприємством, переносячи його на новий рівень розвитку. Ці продукти гарантують комплексний, оперативний та високоякісний підхід до виконання аналітичних та управлінських функцій у сфері бізнесу [1, с. 9].

Українські підприємці та бізнесмени все частіше впроваджують діджиталізацію у свої бізнес-процеси. У сучасний момент достатньо мати лише смартфон та цифровий підпис для оформлення необхідних документів та отримання дозволів при відкритті підприємства. Весь спектр операцій – від касових операцій, вибору товарів (включаючи віртуальні примірочки), замовлення, оплати, продажу, обміну та доставки – вже можна виконати за допомогою смартфона. Також, паперові документи поступово витісняються електронними версіями. З'являються віддалені та віртуальні офіси, а співробітники можуть працювати та спілкуватися з колегами навіть не піднімаючись з дивану [2, с. 406].

Для великих підприємств впровадження цифрових технологій відкриває широкі можливості для інтеграції з іншими країнами, економіками та бізнес-структурами. Від обробки земельних ділянок, збору врожаю та виготовлення матеріалів до впровадження нових логістичних ланцюгів без прямого втручання

людей – штучний інтелект стає невід'ємною частиною повсякденного життя, сприяючи оптимізації та полегшенню різних процесів [2, с. 406].

Участь у тендерах, аукціонах та оформлення необхідних бізнес-документів стають більш прозорими та доступними завдяки цифровізації. Бухгалтерська звітність також стає більш доступною та прозорою у контексті цифрових технологій. Навіть під час війни в Україні, бізнесмени, що перебувають за кордоном, можуть продовжувати свою діяльність та сприяти економіці країни завдяки використанню цифрових інструментів [2, с. 407].

Однак, як і у випадку будь-яких проявів прогресу, діджиталізація вимагає постійного контролю та має свою «темну сторону», яку характеризують певні негативні аспекти.

Серед основних ризиків та загроз діджиталізації можна виділити такі: руйнацію застарілої системи виробництва та розподілу матеріальних благ; можливість концентрації влади на ринку та посилення монополій; захоплення нових ринків транснаціональними корпораціями; дестабілізацію грошово-кредитної системи; зростання залежності від компаній-лідерів у сфері інформаційно-комунікаційних технологій; скорочення та ліквідацію робочих місць; втрату контролю над якістю та безпекою виробництва продукції; залежність від інтернету та електроенергії (зміни в цих сферах можуть призвести до помилок); відсутність емоційно чуттєвого контакту в обслуговуванні; обмеженість функціоналу в межах програмного забезпечення; відсутність творчого елементу; зменшення функції мислення у людини та інше [3, с. 34].

Також, серйозну турботу викликають можливості встановлення загального контролю над громадянами за допомогою цифрових технологій, коли з'являється можливість відстежувати кожен крок, дію, слово людини, а в подальшому - навіть його думки [4, с. 33]. Хоча загрози різкого збільшення безробіття через діджиталізацію можуть бути перебільшеними та легко нейтралізовані ретельною державною політикою, але наразі саме вона, а не цифрова революція, є основною причиною ліквідації мільйонів робочих місць та деградації людського капіталу [3, с. 35].

У висновку діджиталізація, або впровадження інформаційних технологій у різні сфери бізнесу, виявляється ключовим фактором економічного прогресу. Сучасний ринок пропонує інноваційні програмні продукти, які дозволяють підприємствам піднятися на новий рівень розвитку, забезпечуючи комплексний, оперативний та якісний підхід до аналітичних та управлінських функцій.

Українські бізнесмени все більше використовують цифрові технології у своїх бізнес-процесах, що дозволяє відкривати підприємства лише з смартфоном та цифровим підписом. Це дозволяє ефективно здійснювати касові операції, вибір товарів, замовлення, оплату, продаж, обмін та доставку, зменшуючи роль паперової документації та дозволяючи віддалену роботу.

Однак, разом із всією своєю перевагою, процес діджиталізації несе певні ризики та негативні аспекти. Серед них можна виділити руйнування застарілих систем виробництва, можливість концентрації влади та монополій, загрози кількості робочих місць, втрата контролю над якістю та безпекою продукції, а

також можливість встановлення загального контролю над громадянами за допомогою цифрових технологій.

Згідно із зазначеними ризиками, важливо визначити, що лише прогресивна судова та контролююча система, сильна влада та ефективна державна політика можуть забезпечити безпечний та ефективний розвиток діджиталізації в Україні. Такий підхід дозволить максимізувати переваги цифрових технологій для підприємств та економіки в цілому, забезпечуючи стійкість та збалансований розвиток в умовах постійної технологічної трансформації.

Список використаних джерел:

1. Синькевич Н. І., Краузе О. І. Економічний аналіз: перспективи розвитку в умовах діджиталізації економіки. *Галицький економічний вісник Тернопільського національного технічного університету*, 81(2), 2023, с. 7-15.

2. Петриченко А. М., Білявський В. М. *Діджиталізація: перспективи застосування інформаційних технологій для розвитку бізнесу* (Doctoral dissertation, Вінницький національний технічний університет), 2023.

3. Білявська Ю., Микитенко Н., Шестак Я. Кібербезпека та захист інформації під час пандемії COVID-19. *Міжнародний науково-практичний журнал «Товари і ринки»*. 2021. № 1. С. 34-46.

4. Білявський В.М., Шуліковська К.В. Основні аспекти формування ефективної кадрової політики сучасних підприємств. *Науковий журнал «Підприємництво та інновації»*. 2022. Вип. 25. С. 33–40.

ВОЄННІ ДІЇ ЯК ОСНОВНА ПРИЧИНА ДІДЖИТАЛ-ТРАНСФОРМАЦІЇ УКРАЇНСЬКОЇ ДЕРЖАВИ

А. А. ПАКУЛІНА, канд. екон. наук, доцент

І. С. ФАДЕЄВ, здобувач вищої освіти

Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова

Воєнні події на території України, що розпочалися 24 лютого 2022 року, стали не лише випробуванням для міцності національного духу, а й кардинальною зміною у роботі різних галузей економіки. Можна сказати, що тепер діджиталізація виступає основою для успішних комунікаційних зв'язків з клієнтами, зменшення загальних витрат та оптимізації бізнес-процесів. З грудня 2022 року більшість українських підприємств працюють з певними обмеженнями, в онлайн-форматі, зі значним зменшенням територіального охоплення. Компанії мають обмежені ресурси, тому є потреба у їх раціональному використанні. У зв'язку з цим набуває цінності вивчення та пошук шляхів впровадження цифрової трансформації на підприємствах, методів оптимізації бізнес-процесів в сучасних умовах, а також дослідження різних наслідків діджиталізації для економіки України.

В сучасному світі технології стали неодмінною частиною розвитку будь-якої компанії. Останнім часом проблеми стосовно організації та удосконалення бізнес-процесів активно вирішуються через цифровізацію. Зміни в цьому напрямку набули ще більшої актуальності через пандемію COVID-19 та війну в Україні. За кордоном компанії вже успішно впроваджують цифрові технології, оскільки сучасний клієнт вимагає більше, ніж коли-небудь раніше, очікуючи максимально зручної та швидкої взаємодії.

Це вимагає перегляду та адаптації маркетингових інструментів, а також розгляду можливостей розвитку цифрової трансформації в Україні. Такий підхід активно досліджується на різних етапах і є реакцією на необхідність адаптації до нових умов та вимог споживачів.

Інтеграція в європейський цифровий простір для України в сучасних умовах є важливою та актуальною. Це зумовлено залежністю розвитку української економіки від світових процесів, припливу інвестицій, появи нових робочих місць, розвитку малого та середнього бізнесу, потенційної роботи в глобальних спільних європейських проектах. Готовність телекомунікаційної сфери України до інтеграції з Єдиним цифровим ринком ЄС закріплена в законодавчих актах цифровізації та цифрового суспільства в Україні. Розпорядженням Кабміну України у 2018 р. схвалено Концепцію розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018–2020 рр. та затверджено План заходів щодо реалізації Концепції розвитку цифрової економіки й суспільства України на 2018–2020 рр., згідно з якими розпочалося приведення чинних законів та нових у відповідність до європейського законодавства за трьома основними напрямками:

- 1) інтероперабельність та електронні сервіси;
- 2) відкриті дані;
- 3) електронна ідентифікація.

В 2021 році прийнято Закон України «Про стимулювання розвитку цифрової економіки в Україні», метою якого стало створення сприятливих умов для ведення інноваційного бізнесу в Україні, цифровізація реального сектора, розбудова цифрової інфраструктури, залучення інвестицій [1].

Однією із вагомих перешкод цифрового розвитку в Україні в 2020 р. стала нестача коштів державного бюджету, оскільки не було закладено видатків у бюджеті на розвиток цифровізації (додаток, портал, оцифрування пріоритетних послуг, навчання цифрових навичок та ін.), а лише 30,8 млн грн виділено на підтримку поточних систем (сайти, сервери та ін.) [2].

Потреба цифрового розвитку та впливи європейських і світових тенденцій зумовили поштовх у здійсненні цифрових перетворень в Україні у 2021 р. Обсяг фінансування сфери цифрової трансформації у 2021 р. склав 1,789 млрд грн, з яких 602 млн грн спрямовано на реалізацію Національної програми з інформатизації; 500 млн грн – на підключення до Інтернету 6 тис. об'єктів у селах; 340 млн грн – на розвиток мобільного застосунку та порталу «Дія», розвиток базових державних реєстрів, розвиток електронних довірчих послуг електронної ідентифікації, розвиток національної освітньої платформи «Дія. Цифрова освіта», розвиток електронного документообігу в державних органах і

системи електронної взаємодії та ін.; 231 млн грн – на розвиток адміністративних послуг та розширення мережі центрів надання адміністративних послуг; 116 млн грн – розвиток ІТ-освіти [3].

З початку воєнних дій на території України відбулося ще більше посилення міжнародного, зокрема європейського контексту у цифрових трансформаціях. Пріоритетними напрямками в умовах війни стали політика формування єдиного цифрового ринку з ЄС та структури з наближення цифрового сектора України до європейського. Надання Україні статусу кандидата в члени ЄС створило додатковий поштовх для гармонізування підходів до цифрових перетворень. В умовах війни постало питання не лише вистояти, але й адаптуватися до даних умов та продовжити функціонування всіх сфер суспільного життя. Важливу роль при цьому відіграв цифровий розвиток і трансформація бізнес-процесів, оскільки в умовах війни цифровізація є зручним та безпечним інструментом. Результативними такі процеси стали в судовій і банківській сферах, освіті та охороні здоров'я, економіці й бізнесі [4].

Запланований обсяг витрат на цифрову відбудову та розвиток до 2025 р. становить 69,2 млрд грн, включаючи витрати на розвиток цифрової економіки, відновлення цифрової інфраструктури, відновлення та розбудову мережі ЦНАПів, розвиток державних інформаційних ресурсів у хмарних технологіях, розвиток публічних електронних реєстрів та інші напрямки видатків. На основі цієї інформації можна окреслити безпосередній вплив початку воєнних дій на території України на діджиталізацію усієї Української інфраструктури, з поступовим перетворенням її на державу європейських стандартів.

Внаслідок подій 24 лютого 2022 року діджиталізація стала ключовим інструментом для забезпечення комунікаційної ефективності, зменшення витрат та оптимізації бізнес-процесів під впливом обмежень та викликів військових дій. Українські підприємства, працюючи в онлайн-форматі, шукають ефективні способи впровадження цифрової трансформації. Інтеграція в європейський цифровий простір стала стратегічною метою, а фінансування та розвиток цифрових ініціатив стали пріоритетними завданнями. Важливим є не лише вистояти в умовах війни, а й адаптуватися, використовуючи цифрові технології для забезпечення стійкості та продовження розвитку різних галузей суспільства.

Список використаних джерел

1. Духовна О. Україна «в цифрі»: напрямки реформування. Юридична газета онлайн. № 45–46. С. 699–700. URL: <https://yur-gazeta.com/publications/practice/informaciyne-pravo-telekomunikaciyi/ukrayina-vcifri-napryamki-reformuvannya.html>

2. Рагуліна Н. В., Каракай М. С. Особливості та тенденції розвитку цифрової економіки в Україні. Ефективна економіка. 2020. № 11. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2020_11_81

3. Огляд заходів щодо цифрової трансформації та відновлення економічного розвитку України в умовах війни. Національний інститут стратегічних досліджень. Національний інститут стратегічних досліджень. URL:

<https://niss.gov.ua/news/komentari-ekspertiv/ohlyad-zakhodiv-shchodotsyfrovoyitransformatsiyi-ta-vidnovlennya>

4. Раєвнева О. В., Аксьонова І. В., Бровко О. І. Порівняльний рейтинговий аналіз стану та тенденцій діджиталізації українського суспільства та економіки. Проблеми економіки. 2021. № 4. С. 56–66.

ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ У СТАРТАПАХ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

А. А. ПАКУЛІНА, канд. екон. наук, доцент

Б. Є. КОКУНЄВ, здобувач вищої освіти

Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова

В сучасному світі інноваційні технології виступають як ключовий каталізатор для розвитку стартапів, що дозволяє їм ефективно впроваджувати новаторські ідеї та змінювати економічну ландшафт. Роль технологій у стартап-екосистемі визначається не лише можливостями, але й великими викликами, які вони ставлять перед молодими компаніями. Однак, саме завдяки цим викликам, стартапи мають можливість виявити свій потенціал та спрямовувати свою енергію на розвиток інноваційних рішень.

Інноваційні технології в стартапах не тільки перетворюють сферу бізнесу, але й впливають на соціальні та економічні аспекти суспільства. Зокрема, вони створюють нові можливості для розвитку сучасних підприємств, сприяючи виникненню інноваційних продуктів та послуг. Однак разом із цим стартапи стикаються зі значними труднощами, такими як фінансові обмеження, конкуренція на ринку та нестабільність технологічних трендів.

У цьому контексті важливо ретельно проаналізувати проблеми та перспективи, які супроводжують використання інноваційних технологій у стартапах. Ця теза спрямована на вивчення основних аспектів цього питання, розкриття викликів, з якими стикаються підприємства, а також визначення перспектив, які відкриваються перед стартапами у світлі розвитку новаторських технологій.

Розвиток штучного інтелекту (ШІ) може серйозно змінити правила гри для бізнесу. Такий продукт, як ChatGPT переносить технології в нові сфери діяльності. У листопаді 2022 року компанія Open AI дала можливість користувачам англomовного сегменту тестувати ChatGPT. Новий ШІ чатбот, якому можна задавати питання та отримувати відповіді мовою спілкування, досить швидко (за п'ять днів) набрав перший мільйон користувачів. Для порівняння, соціальній мережі Facebook знадобилося 12 місяців для цього, а компанія Twitter працювала 24 місяці для досягнення першого мільйону користувачів [1]. Вірусне розповсюдження чатботу з штучним інтелектом через два місяці дало 100 млн. постійних користувачів [2]. В сфері цифрової комунікації «людина-комп'ютер» наступив новий етап розвитку.

В Україні існує декілька способів отримати доступ до ChatGPT, найбільш доступним вважається встановлення додатку до браузера Google Chrome з назвою Merlin, цей чатбот здатен відповідати на питання українською мовою.

На даному етапі все ще відбувається випробування ШІ, проте можна виокремити ряд функцій ChatGPT, які сприятимуть розробці та просуванню інноваційних проєктів.

По-перше, чат-бот здатен генерувати програми на мові програмування Python із включенням коментарів. Слід враховувати, що правильність постановки завдання та глибоке розуміння предметної області, на яку ставиться питання, мають великий вплив на результат, що надає ChatGPT. Зазначається, що отримані програми або кодові блоки на Python завжди слід перевіряти, але використання чатбота помітно прискорює розробку та оптимізує час програмістів.

По-друге, чат-бот в змозі детально розробити кроки стратегії захисту інтелектуальної власності для інноваційного проєкту або стартапу, а також допомогти у формулюванні листів з юридичної тематики. Для впровадження стратегії інтелектуальної власності рекомендується засновникам проєкту співпрацювати з юридичною фірмою, яка спеціалізується на технологічних проєктах та має успішний досвід у галузі LegalTech.

По-третє, через використання чат-боту можна провести аналіз ринку або сегмента, на який спрямований інноваційний проєкт, оцінити його привабливість та зібрати статистичні дані. Також можна визначити необхідність виходу проєкту на ринок. Під час виконання аналізу важливо перевіряти посилання, які надає чатбот, оскільки вони можуть бути застарілими, інформація – неактуальною. Однак, перевага використання ChatGPT полягає у швидкому доступі до необхідних даних та можливості їх генерації для подальшого аналізу та прийняття рішень підприємцем щодо виходу проєкту на ринок.

Останнім часом спостерігається тенденція інтеграції різних браузерів та пошукових систем з чатом ChatGPT. Відповідно, в майбутньому можливе використання чатботу в якості служби підтримки технологічного продукту інноваційного проєкту, що дозволить мінімізувати витрати на службу підтримки проєкту.

Перспективним, на нашу думку, є використання чатботу ШІ в інноваційних проєктах у сфері навчання. Переваги полягають у можливості застосування останніх найкращих розробок з багатьох дисциплін як в англомовному так і в україномовному сегментах. Недоліки пов'язані із можливістю використовувати чатбот під час здачі екзаменів та заліків, що ускладнить об'єктивність оцінювання знань та навичок здобувачів освіти. Наприклад, в США з цією проблемою почали боротися; так, в департаменті освіти Нью-Йорку заборонили використання чатботу на пристроях у публічних школах [3].

Таким чином, технології штучного інтелекту можуть стати досить ефективним інструментом для підприємців та допомогати їм швидше розвивати бізнес, масштабувати інноваційні проєкти і досягати поставлених цілей.

Список використаних джерел:

1. Website of the INSIDER. «Here's How Long It Took 15 Hot Startups To Get 1,000,000 Users». URL: <https://www.businessinsider.com>
2. Website of the The Guardian. «ChatGPT reaches 100 million users two months after launch». URL: <https://www.theguardian.com>
3. Website of the PIX11. «ChatGPT banned for students in New York City public schools». URL: <https://pix11.com/news/local-news/chatgptbanned-for-students-in-new-york-city-public-schools/>

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЗАСТОСУВАННЯ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ ДЛЯ РОЗВИТКУ ЕКОСИСТЕМИ БІЗНЕСУ

С. Л. ДЬЯКОВ, аспірант кафедри менеджменту

Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана

Бізнес-структури у XXI столітті не обмежуються розглядом лише економічних аспектів у відносинах з партнерами, клієнтами, постачальниками і конкурентами. З'являється новий вимір - врахування впливу громадських організацій, органів місцевої влади та громадських ініціатив, формування мереж. Це створює умови для формування нової парадигми в управлінні мережевими бізнес-структурами - екосистемності.

Протягом останнього десятиліття зафіксовано значний ріст зацікавленості науковців і практиків у сфері екосистемного підходу до бізнесу [1, 2, 3, 4]. Екосистемність у бізнесі породжує систему, яка є насиченою та гнучкою, подібно до біологічних екосистем. Ця нова парадигма дозволяє підприємствам набути високої адаптивності та гнучкості в умовах непередбачуваного ринкового середовища. Бізнес-екосистеми стають пристосованими та ефективними, здатними адаптуватися та виживати в умовах постійних змін, що відкриває нові можливості для розвитку і співпраці [5].

Розвиток екосистем бізнесу, на нашу думку, є результатом активного розвитку цифрових технологій, які не лише стимулюють економічний розвиток підприємств, але й надають можливість враховувати ширший спектр взаємодій в мережі бізнесових структур. Спільна взаємодія компаній у цифровому просторі, заснована на обміні інформацією, визначає новий фундамент для формування бізнес-екосистем, відкриваючи широкі перспективи для розвитку та інновацій. Цей підхід стає каталізатором для успішної монетизації новаторських сервісів і розвитку динамічного бізнес-середовища. Основним елементом цієї тенденції є активна розробка учасниками ринку власних унікальних цифрових моделей екосистем. Ці моделі об'єднують виробників та постачальників навколо технологічних цифрових платформ, сприяючи створенню масштабних спільнот із спільними інтересами.

Новий парадигмальний фундамент дозволяє компаніям взаємодіяти не лише на рівні традиційних бізнес-відносин, але й встановлювати тісні зв'язки в межах цифрових екосистем. Це створює унікальні можливості для обміну інноваціями, забезпечуючи ефективніше використання ресурсів та збільшення

конкурентоспроможності. Крім того, створення бізнес-екосистем дозволяє сприяти сталому розвитку, оскільки вони враховують вплив діяльності на навколишнє середовище та соціальну відповідальність. Такі екосистеми можуть слугувати не лише джерелом прибутку, але і ефективним інструментом для вирішення глобальних проблем та сприяння збалансованому розвитку [6]. У цілому, екосистемний підхід стає необхідним компонентом стратегії компаній, які прагнуть до стійкого та інноваційного розвитку в сучасному бізнес-середовищі.

Серед основних перспектив застосування цифрових технологій та інструментів для розвитку екосистеми бізнесу, на нашу думку, слід виділити можливість формування наскрізної цифрової екосистеми, побудованої на принципі “єдиного вікна”.

Цифрова екосистема бізнесу, побудована на принципі “єдиного вікна” створює сприятливі умови для зручного та безпечного отримання послуг в умовах різного роду обмежень. Забезпечення єдиного доступу до різноманітних сервісів через одну цифрову платформу спрощує життя користувачів, зменшуючи необхідність відвідування численних ресурсів чи установ, а також пов'язує фінансові та державні послуги. Об'єднання фінансових та державних послуг в одній цифровій екосистемі дозволяє ефективно пов'язати фінансові операції з ідентифікаційними та державними сервісами. Загалом, варто відзначити, що цифрова екосистема “єдиного вікна” виходить за межі звичайних підходів та надає комплексний та інтегрований набір послуг, що допомагає вирішувати сучасні проблеми у віддаленому форматі та забезпечує позитивний вплив на якість життя користувачів та ефективність бізнесу.

Разом з тим, застосування цифрових технологій та інструментів для розвитку екосистеми бізнесу нерозривно пов'язано з проблемами кібербезпеки. Неефективний захист інформації та персональних даних у цифровому просторі може серйозно ускладнити розвиток бізнес-екосистеми. Забезпечення безпеки та конфіденційності даних стає критично важливою проблемою, оскільки великі обсяги інформації обробляються та передаються в межах екосистеми бізнесу. Слід також зазначити, що кібератаки та/або витоки даних можуть завдати серйозної шкоди репутації будь-якого бізнесу, у т.ч. бізнес-екосистеми.

Підсумовуючи слід зазначити, що застосування цифрових технологій позитивно впливає на формування і розвиток бізнесових екосистем, відкриваючи нові можливості для співпраці та інновацій. Разом з тим, важливо бути готовим до подолання викликів, пов'язаних із захистом інформації та кіберзагрозами. Захист персональних даних стає пріоритетом, і розвиток ефективних стратегій кібербезпеки є необхідним для забезпечення стійкості та успішності бізнес-екосистем у сучасному динамічному середовищі. Прийняття відповідних заходів для запобігання кіберзагрозам стане важливим компонентом стратегічного управління, що дозволить ефективно вирішувати виклики та забезпечувати надійність у довгостроковій перспективі.

Список використаних джерел

1. Бистряков І. К. Платформна економіка просторових бізнес-екосистем як інноваційний тренд сталого розвитку. *Наука та наукознавство*, 2019. № 3(195). С. 3–25.

2. Івахненко І. С. Інноваційна екосистема як драйвер економічного розвитку країни. *Шляхи підвищення ефективності будівництва в умовах формування ринкових відносин*, 2019. Вип. 40. С. 137–145.

3. Бізнес-екосистема: навіщо об'єднувати проекти з різних сфер. Як підприємці можуть створити додаткову цінність власної діяльності. *Mind*, 2019. URL: <https://mind.ua/publications/20205413-biznes-ekosistema-navishcho-ob-ednuvati-proekti-z-riznih-sfer> (дата звернення: 10.01.2024 р.)

4. Підприємницька екосистема: що це таке та чому це важливо? Колонка Лідії Пашук, президента фонду K.Fund. *UFUTURE*, 2021. URL: <https://ufuture.com/uk/pidpriyemnitska-ekosistema-shho-tse-take-ta-chomu-tse-vazhливо-kolonka-lidiyi-pashuk-prezidenta-fondu-k-fund/> (дата звернення: 10.01.2024 р.)

5. Екосистема бізнесу. Фінансова енциклопедія. *Економіка*, 2021. URL: <https://ua.nesrakonk.ru/business-ecosystem/> (дата звернення: 10.01.2024 р.)

6. Семенов А.Ю. Екосистеми цифрових платформ як фактор трансформації бізнесу в умовах цифрової економіки. *Вісник КНУТД. Серія Економічні науки*, 2019. № 4 (137). С. 39–50.

ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ ПРИ ПРИЙНЯТТІ ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ РІШЕНЬ

О. В. СОЛОВЙОВ, канд. економ. наук, доцент,
*Харківського національного університету міського господарства
імені О. М. Бекетова*

Процеси прийняття підприємницьких рішень та їх управління це цілодобова напружена інтелектуальна робота підприємця на вирішення важливих проблем побудови успішного бізнесу.

Сучасні методологічні та технологічні підходи покращення процесів прийняття рішень та їх управління базуються на аналізі об'єктивних фактів за допомогою використання: бізнес-правил, бізнес-аналітики, штучного інтелекту і прогнозової аналітики для доступу до можливостей великих об'ємів даних і задоволення потреб сучасних користувачів.

Особливим фокусом передових досліджень є визначення впливу штучного інтелекту за його спрямованості та інтенсивності на прийняття підприємницьких рішень та їх процесу (процесів) управління за функціями управлінського циклу: планування, організування, мотивування та контролю.

У цьому контексті автори без будь – якої суперечки наполягають на тому, що в системах управління рішеннями слід розглядати рішення як активи, які можна повторно використовувати, що надає змогу впровадити технологію автоматизації процесу прийняття рішень (штучного інтелекту) [1,2,3,4].

Таким чином при прийнятті рішень «знято» віковичне протистояння «раціонального – емоціонального» де завжди перемога за другим.

Прийняття рішень штучним інтелектом – це майбутнє інтелекту в бізнесі: може аналізувати великі масиви даних без помилок за короткий час; відкрити неабиякі перспективи машинного навчання та доповнити процес прийняття рішень людиною на основі даних, аналізу та штучного інтелекту.

З розвитком технологій світ штучного інтелекту з роками розширився за трьома рівнями його спектру:

- допоміжний інтелект: фокусується на автоматизації основних завдань;
- розширений інтелект: люди засновують правильні рішення на базі розумної інформації;
- інтелект автоматизації: включає в себе машини, які автоматизують весь процес, не враховуючи людей.

Узагальнена принципова модель за ступенями прийняття рішень штучним інтелектом має такі фази:

- підтримка прийняття рішень – за допомогою прогнозної, діагностичної або описової аналітики люди можуть приймати привільні рішення: перевага полягає в синергії людського інтелекту з керованими даними;
- розширення рішень – використовує прогнозну або приписну аналітику, щоб рекомендувати кілька альтернативних рішень (синергія можливостей штучного інтелекту та людських знань);
- автоматизація прийняття рішень – спирається на приписну або прогнозну аналітику (швидкість та послідовність в прийнятті рішень).

Штучний інтелект є втіленням бізнесу через його здатність до машинного навчання: рішення на основі більш високих даних еквівалентні кращому навчанню за рахунок побудови моделі колекцій даних, що надає змогу приймати правильні рішення в режимі реального часу, створюючи прогнози, класифікації та рекомендації [5].

Список використаних джерел:

1. How AI Is Used in Decision-Making Processes <https://www.upwork.com/resources/ai-in-decision-making>.

2. Role of Artificial Intelligence and Business Decision Making Anupama Prasanth, Densy John Vadakkan, Priyanka Surendran, Bindhya Thomas College of Computer Studies, University of Technology Bahrain, Salmabad, Kingdom of Bahrain. https://thesai.org/Downloads/Volume14No6/Paper_103-Role_of_Artificial_Intelligence_and_Business_Decision_Making.pdf

3. How to Use Artificial Intelligence in the Business Decision-Making Process? <https://grupa.it/en/how-use-artificial-intelligence-business-decision-making-process>.

4. Вітлінський В.В. Штучний інтелект системі прийняття управлінських рішень, д-р екон. наук, професор, завідувач кафедри економіко – математичного моделювання ДВНЗ «Київський національний економічний

університет імені Вадима Гетьмана».
<https://core.ac.uk/download/pdf/14715222.pdf>.

5. Храпкін О.М. Використання систем штучного інтелекту для прийняття управлінських рішень. Державний університет інфраструктури та технологій. <https://ekmair.ukma.edu.ua/server/api/core/bitstreams/da94f422-dc27-4b78-8be1-a046cd06b3ef/content>

ВАЖЛИВІСТЬ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ В БІЗНЕСІ

О. О. РУДАЧЕНКО д.е.н., проф.

Ю. А. ШЕВЧЕНКО, студентка 3 курсу

*Харківський національний університет міського господарства
імені О. М. Бекетова*

Сучасні тенденції підприємницької діяльності характеризуються задоволенням споживачами своїх потреб (товарів, послуг, робіт) через інтернет, тому фокус підприємницької діяльності змістився в бік цифрових джерел доходу та цифрових каналів. Розвиток цифрової економіки відкрив цифрові продукти та послуги для споживачів, спонукаючи підприємства шукати нові конкурентні переваги в даній сфері. Однак, цифрові технології в бізнесі постійно модернізуються та реформуються не тільки через онлайн-продажі. Компанії природним чином використовують цифрові технології для створення конкурентної переваги на основі унікального поєднання цифрових і фізичних ресурсів. Цифрові технології в бізнес-діяльності – це створення нових ланцюжків у бізнес-процесах і можливостей, які традиційні підприємства не можуть надати споживачам своїх продуктів (послуг).

Звичайно, більшість комерційних цифрових технологій відповідають обом критеріям. Перший критерій полягає в тому, що цифрові технології зосереджені на створенні нової цінності для бізнесу, а другий критерій полягає в тому, що цифрові технології використовуються для стимулювання зростання, прибутку та продуктивності у спосіб, яким не можуть скористатися традиційні бізнес-моделі.

Тож питання про оцифровку технологій у підприємницькій діяльності є актуальними та відповідає сучасним вимогам як інструмент зміни/вдосконалення організації бізнес-процесів, впровадження інновацій, збільшення доходів та підвищення конкурентоспроможності на ринку.

Цифрова трансформація - це культурні, організаційні та операційні зміни на підприємстві, галузі чи екосистем за допомогою інтелектуальної інтеграції цифрових технологій, процесів і компетенцій на всіх рівнях і функціях поетапним та стратегічним способами. У нинішньому середовищі цифрова трансформація використовує технології для створення нових продуктів (послуг) і цінності для різних зацікавлених сторін, впровадження інновації та отримання можливостей для швидкої адаптації до мінливих умов бізнес-середовища.

Варто зазначити, що цифрова трансформація в основному використовується в бізнес-налаштуваннях, але в той же час вона також впливає на інші організації, такі як уряди, центри надання адміністративних послуг та інші установи та організації державного сектору, які беруть участь у вирішенні соціальних проблем. Використовуйте одну або кілька існуючих цифрових технологій.

Цифрові технології сприяють трансформації ділової та організаційної діяльності, процесів і моделей і формують нові компоненти можливостей, щоб скористатися перевагами змін у бізнес-діяльності.

Розвиток нових компетенцій у бізнесі визначатиметься здатністю бути більш гнучкими, орієнтованими на людей, інноваційними, клієнтоорієнтованими, оптимізованими, ефективними та здатними стимулювати/використовувати можливості для зміни діяльності та використання великої кількості даних і нових, все більш неструктурованих джерел доходів від реалізації продукції (надання послуг), при цьому мережа Інтернет є життєво важливим фактором. Водночас, зрушення та зміни, що призводять до необхідності швидкого розгортання цифрових стратегій, залежать від оптимізації клієнтського досвіду, операційної гнучкості та інновацій.

Однак для створення та розвитку нових джерел доходу та цінних інформаційних екосистем, які ведуть до трансформації бізнесу та нових форм цифрових бізнес-процесів, необхідно враховувати певні фактори:

1. Цифровізація в бізнесі - це процес, що має кілька взаємопов'язаних проміжних цілей, спрямованих на широку оптимізацію процесів, підрозділів та бізнес-екосистем

2. Людський фактор відіграє важливу роль на всіх рівнях цифрової трансформації: етапах трансформації підприємства (співпраця, екосистеми, навички, культура, розширення можливостей тощо).

3. Стратегії цифрових технологій спрямовані на створення можливостей для компаній повною мірою використовувати свої можливості та нові технології, а також генерувати синергію від їхньої взаємодії. Тому цифрова трансформація вимагає поетапного підходу до впровадження на підприємствах з урахуванням зацікавлених сторін та внутрішніх і зовнішніх обмежень.

При впровадженні та реалізації цифрових технологій на підприємствах керівництву необхідно враховувати виклики, з якими можна зіткнутися

1. Технологічні інновації. Ця проблема пов'язана з тим, що технології використовуються та приймаються клієнтами без усвідомлення потенціалу та можливостей технологій.

2. Поведінка вимоги клієнтів (стейкхолдерів, конкурентів та інших зацікавлених сторін). Тут важливо зазначити, що це питання не обов'язково пов'язане з технологіями і може бути створене споживачами продукту (послуги).

3. Інновації та винаходи. Поява абсолютно нових підходів до вирішення бізнес-завдань та задоволення потреб споживачів, або інновації та винаходи, які створюють нові реалії (продукти, послуги, робочі місця).

4. Екосистемний характер. Бізнес є частиною ширшої екосистеми - бізнес-екосистеми, соціальної та природної екосистем, в яких функціонують і взаємодіють бізнес і споживачі.

Економічні зміни, запити споживачів, еволюція до співпраці між бізнесами у трансформаційних бізнес-екосистемах, регуляторні зміни, геополітичні зміни, соціальні зміни, форс-мажорні обставини, такі як стихійні лиха та пандемії, також можуть впливати та стимулювати потребу в цифровому розвитку.

Особливо важливим є взаємозв'язок і прискорення, саме у прискоренні та розвитку всього підприємства цифрові технології слід розглядати як можливість для підприємств досягти новітніх бізнес-компетенцій, необхідних для досягнення успіху в мінливому бізнес-середовищі.

Спритність підприємств у реагуванні на ринкові зміни та використання цифрових технологій дозволить їм йти в ногу з часом і, наскільки це можливо, розвиватися максимально враховуючи потреби споживачів. Для того, щоб підприємства були в тренді і зарекомендували себе як цифрові підприємства високого рівня, їхнім управлінським командам необхідно:

1. Розробити сучасну модель комунікації зі споживачами продукції (послуг): у 21 столітті культура споживання продукції (послуг) стрімко змінюється і компаніям необхідно швидко адаптуватися до нової реальності, щоб надавати клієнтам потрібний продукт або послугу в потрібному місці в потрібний час.

2. Відстежувати активність конкурентів. У цифрову епоху особливу увагу слід приділяти аналізу діяльності та поведінки конкурентів і, як наслідок, діяти на випередження.

3. Використовувати дані. Сьогодні існує велика кількість відкритих інтеграційних інструментів, які дозволяють інтегрувати необхідні технології в бізнес-процеси. Ці інструменти можна використовувати.

4. Використовувати набір готових рішень, які можна впровадити в роботу всіх підрозділів компанії та інтегрувати їх в єдиний механізм.

5. Налагодити стійку внутрішню комунікацію. На всіх рівнях організаційної структури компанії більшість інформації має бути у відкритому доступі. Це впливає на швидкість та якість прийняття управлінських рішень.

Для того, щоб використовувати цифрові технології, компанії повинні бути готові до прискореної еволюції, підвищення гнучкості бізнесу та зростання ролі даних та інформації у всіх її формах. Тому керівництво компанії має розробити стратегію впровадження цифрових технологій на підприємстві з урахуванням узгодження всіх компонентів, включаючи інформацію, дані, процеси, технології та людські аспекти.

Керівники підприємств повинні знати, які дані є в наявності, як вони впливають на бізнес-процеси компанії, систематизувати їх для ефективного управління та оптимізувати їх використання.

Таким чином, лише великі підприємства прагнуть впроваджувати цифрові технології на своїх підприємствах, тоді як інші не готові повністю впроваджувати цифрові технології у свою діяльність, тому що мають консервативний погляд на розвиток своєї діяльності

Це пов'язано з тим, що вони мають консервативний погляд на розвиток своєї діяльності. У деяких випадках труднощі переходу на цифрові технології також пов'язані з такими труднощами, як брак компетентних фахівців у цій галузі, складність негайної відмови від аналогових продуктів на користь цифрових, а також консервативність поглядів топ-менеджменту компанії.

ВИКОРИСТАННЯ SMM-ІНСТРУМЕНТІВ ДЛЯ ПРОСУВАННЯ РЕСТОРАННИХ БРЕНДІВ У ВОЄННИЙ ЧАС

Л. А. БОВШ, к.е.н., доцент

Державний торговельно-економічний університет

В умовах воєнного часу та високого рівня конкуренції суб'єктам ресторанного бізнесу потрібно шукати недорогі й дієві інструменти просування. Особливо актуальними є соціальні мережі, адже, перш ніж піти в ресторан, людина шукає його в пошуковиках або соцмережах, щоб переглянути меню, інтер'єр, адресу, відгуки тощо. Щоб зрозуміти, для яких цілей з просування бізнесу підійде яка соціальна платформа варто розібратися з безкоштовними та платними механізмами просування акаунтів: створення та використання якісного контенту, оформлення сторінки профілю, використання тегів, перенаправлення аудиторії з інших платформ, таргетована реклама, реклама у блогерів (рис. 1).



Рисунок 1 - Основні напрями безкоштовного просування соціальної сторінки суб'єкта ресторанного бізнесу

Джерело: узагальнено за [1; 2]

Прокоментуємо кожен із інструментів. Так, якісний контент відіграє величезне значення для просування ресторанного продукту, адже це те, що бачитимуть і читатимуть користувачі, з чим ознайомлюватимуться перші відвідувачі. Якісні фото та відео, можна зробити безкоштовно у багатьох додатках зокрема: «Afterlight», «Lightroom», «VSCO», «Prequel» тощо. При чому, публікації повинні постійно актуалізовуватись, доповнюватись новими подіями в ресторані.

У свою чергу, підключення бізнес-акаунту відкриває для соціальної сторінки ресторанного бренду нові можливості: з'являються кнопки для зв'язку (номер телефону, адреса електронної пошти, посилання на Google Maps тощо), демонструвати меню та можливості бронювання столика / залу, а також замовлення страв з доставкою додому. Крім того, важливою можливістю стане наявність статистики профілю, відстеження характеристик контенту та ведення бізнес-профілю: загальна статистика профілю (охоплення, кількість нових підписників, кількість та якість контенту за певний проміжок часу тощо). Окрім загальної статистики профілю також буде доступна статистика кожної публікації, де можна побачити кількість вподобань, коментарів, пересилань, збережень, а також подивитися покази публікації та кількість взаємодії з нею.

Ключовим елементом просування є коментування, що формує публічну думку про ресторанний бренд, його корпоративну ідентифікацію в онлайн просторі. У комунікаціях Top of Voice (тон спілкування) бренд може виявляти власну позицію, нівелювати негативи, формувати довіру. Коментувати бажано саме актуальні публікації, де ведуться активні дискусії, але головне дотримуватись комплаєнсу соціальної платформи.

Наступним серед пропонованих інструментів є взаємний піар у сторіс та профілях, який завжди поверне до сторінки цільову аудиторію. Проте, треба дотримуватись декількох правил: 1) обирати профілі з однаковою цільовою аудиторією, але з різними продуктами або послугами, щоб акаунти не створювали конкуренцію між собою; 2) добре прописати текстове наповнення та обрати візуальне наповнення для піар публікації в профілі іншого бренду, або, якщо є можливість, зробити її самостійно і відправити готовий варіант власнику сторінки. Головне, щоб бренд та пропозицію до колаборації побачили інші бренди. Такою співпрацею може бути створення спільного продукту з ознаками кожного з брендів, або спільний захід, який можна освітити на сторінках в соцмережах.

З точки зору пошукової оптимізації ефективним інструментом є використання тегів, за якими користувачі зможуть знаходити публікації ресторану, пов'язані спільною темою. Це дієвий метод для просування власного бренду та повернення уваги до відвідування ресторану, певних івентів чи соціальних ініціатив (благодійних заходів, донатів для ЗСУ і зборів на підтримку постраждалих від війни тощо).

Важливим елементом для просування бізнес-акаунтів ресторанів є також фізична локація, яку треба додати на Google Maps через Google My Business та обов'язково відмічати її на постах ресторанного бренду для популяризації фізичного ресторану. Для новостворених бізнес-акаунтів ідеальним буде співвідношення: половина публікацій з геоміткою ресторану, половина публікацій із геомітками відомих місць.

Високим рівнем віральності володіють соціальні мережі, зокрема популярні в Україні Facebook, Instagram, TikTok, YouTube, X (ребрединг Twitter). Ці платформи складно застосувати для прямих продажів, але можна використати їх функціонал максимально. Цей механізм працює через ненав'язливе призивання людей підписатися на профіль компанії, знайомитися з подіями, що

плануються чи відбуваються в ресторані, використовувати програми лояльності, а також робити онлайн-замовлення столика чи онлайн-доставку їжі.

Акцентуємо увагу також на використанні лід-магнітів – привабливих популярних пропозицій ресторану. Він може бути як безкоштовним, так і платним. У безкоштовному варіанті роль продукту може зіграти корисна інформація для потенційного підписника, що буде пов'язана із тематикою бізнес-акаунту ресторану, в обмін на яку потрібно здійснити будь-яку цільову дію: підписка, лайк, коментар. Чим легша буде цільова дія – тим більше аудиторії компанія зможе привернути за допомогою цього способу [3]. Також часто використовуються елементи гейміфікації (колесо фортуни, GiftBox, лотарей тощо).

І, на решті, офлайн реклама. Зокрема, до такого типу можна віднести й QR-код на столах в ресторані, на візитівках тощо.

Перераховані інструменти є недорогими, але потребують ітераційних зусиль і часу щодо постійного оновлення контенту, а також оптимізації та оцінки ефективності їх використання. Сьогодні, у важкі часи воєнних загроз, недостатньо просто створити профіль компанії в соціальних мережах, потрібно правильно керувати ним, щоб показати потенційним клієнтам можливість отримати позитивні враження і подолати депресію від відвідування ресторану, а також переваги закладу: інтер'єру, атмосфери, рівня обслуговування, кухні; зацікавити цільову аудиторію, що є можливим завдяки SMM-інструментам та комунікативним платформам. Тому у перспективі подальших досліджень є вивчення практичних інсайтів SMM-менеджменту й ефективності застосування SMM- інструментів.

Список використаних джерел:

1. Li F., Larimo J., Leonidou L. (2021). Social media marketing strategy: definition, conceptualization, taxonomy, validation, and future agenda. *J. of the Acad. Mark. Sci.* 49. P. 51–70. doi.org/10.1007/ s11747-020-00733-3.
2. Баніт О. (2022). Використання SMM-технологій у сфері готельно-ресторанного бізнесу. *Економіка. управління. Інновації*, 1(30). doi.org/10.35433/issn2410-3748-2022-1(30)-1
3. EUAM. Посібник з питань використання соціальних мереж. URL: <http://surl.li/ewfil> (дата звернення 10.01.2024).

ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ ТА ЦИФРОВІ ТРАНСФОРМАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ У ВОЄННИЙ ЧАС

А. А. ПАКУЛІНА, канд. екон. наук, доцент

А. М. БУТИРСЬКА, здобувач вищої освіти

*Харківський національний університет міського господарства
імені О. М. Бекетова*

Україна розпочала свій шлях цифровізації економіки від 2018 року, досягаючи вражаючих результатів у впровадженні інформаційних технологій.

Поточна обстановка в країні створює відмінні передумови для ще більш глибокої діджиталізації, що, в умовах військового конфлікту, стає ефективним та безпечним рішенням для подолання різноманітних викликів та труднощів для підприємств.

Серед усіх сфер економіки України, сектор обслуговування вирізняється особливо активним впровадженням цифрових технологій. Це вказує на високий рівень готовності до інновацій та адаптивності до вимог сучасного бізнесу в умовах нестабільності.

Перехід до концепції Industry 4.0, сприяється використанням передових цифрових технологій, що надає підприємствам широкі можливості для розвитку. Впровадження діджиталізації бізнес-процесів дозволяє переглядати та змінювати модель розвитку підприємства, використовуючи сучасні інструменти цифрової трансформації.

У сучасних умовах, коли Україна знаходиться в складній ситуації, діджиталізація повинна відбуватись нестандартними методами та адаптуватися до сучасних реалій. Вона стає ключовим фактором для забезпечення ефективності та конкурентоспроможності українського бізнесу в умовах викликів та трансформацій. Основними заходами оптимізації бізнес-процесів підприємства виступають:

- перехід підприємств на електронний документообіг з КЕП (кваліфікований електронний підпис);
- впровадження інструментів Industry 4.0 (AI, Блок-чейн);
- моделювання взаємовідносин із клієнтами через SMM.

Одним з основних заходів оптимізації бізнес-процесів на підприємствах є перехід підприємств на електронний документообіг. В умовах воєнних дій більшість бізнес-процесів можливо здійснювати онлайн. Відповідно багато підприємств і відділів великих підприємств можуть працювати у віддаленому форматі, враховуючи те, що у багатьох регіонах нашої України здійснення офлайн роботи неможливе. Оптимальним стало відправка та погодження паперових документів в електронному форматі, яке дозволяє створювати безпечні умови для роботи та прискорювати процеси робот із документацією, яка забезпечує усі бізнес-процеси.

У сучасному бізнес-середовищі електронний документ, підписаний кваліфікованим електронним підписом (КЕП), наділений такою самою юридичною силою, як і традиційний документ, підписаний фізичним підписом. Закон України «Про електронні документи та електронний документообіг» визнає електронні документи з КЕП юридично значущими, визнаючи їхню юридичну еквівалентність паперовим документам.

Важливим аспектом використання електронних документів є можливість надійно зберігати їх у електронних архівах, уникаючи ризику втрати або пошкодження. Це сприяє забезпеченню безпеки та доступності важливих документів на тривалий термін.

Сучасні рішення в сфері електронного документообігу визначають нові стандарти ефективності та співпраці. Наприклад, можливість підпису та погодження електронних документів через посилання спрощує взаємодію з

партнерами, надаючи їм можливість переглядати, підписувати та погоджувати документи без необхідності встановлення спеціального програмного забезпечення. Це особливо зручно для контрагентів, які можуть отримати доступ до документів через веб-браузер, використовуючи електронну пошту або месенджери.

Такий підхід також застосовується внутрішньо в компаніях, де різні працівники можуть підписувати та погоджувати документи, навіть не маючи комп'ютера. Це дозволяє ефективно керувати документообігом та забезпечувати оперативність бізнес-процесів.

Оптимізація бізнес-процесів також передбачає впровадження концепцій Industry 4.0. Зокрема, використання інструментів штучного інтелекту, блокчейн-технологій, чат-ботів, промислової автоматизації та аналізу великих даних визначає нові стандарти ефективності та конкурентоспроможності. Ці технології допомагають компаніям адаптуватися до сучасних викликів та трансформувати свої бізнес-моделі для досягнення успіху в умовах воєнного часу.

За аналізом PwC виявлено, що лише 9% підприємств впроваджують штучний інтелект на початку повномасштабної війни. Штучний інтелект може ефективно інтегруватися у різні сфери підприємства, включаючи управління персоналом, автоматизацію виробництва, контроль якості та методологію попередження несправностей.

Однією з ключових можливостей штучного інтелекту є організація безпеки робочого місця. В умовах війни системи штучного інтелекту можуть приймати управлінські рішення в небезпечних для людини умовах та контролювати попереджувальні заходи. Наприклад, система може вчасно оповіщати працівників, керувати безпечними маршрутами та забезпечувати виконання вимог щодо протипожежних заходів.

У період воєнних дій, коли виникає дефіцит кваліфікованого персоналу через загибель або призов, штучний інтелект стає надзвичайно важливим рішенням для бізнесу. Використання штучного інтелекту в операційному управлінні забезпечує стійкість та гнучкість виробництва в умовах кризи.

Важливим елементом оптимізації бізнес-процесів є моделювання взаємодії з клієнтами за допомогою соціального медіа-маркетингу (SMM). Умови воєнного часу вимагають активного привертання уваги споживачів та постійного повідомлення їм, що підприємство продовжує свою діяльність.

Важливо дотримуватись певних принципів в інформаційній політиці підприємства та комунікації:

- адаптація профілю підприємства до нових умов;
- оновлення ключової інформації про підприємство;
- надання корисної та адаптованої до кризової ситуації інформації;
- випередження питань замовників;
- активна реакція на коментарі;
- постійний контакт із замовниками через соціальні мережі.

Для ефективною оптимізації бізнес-процесів в умовах надзвичайних обставин важливо застосовувати індивідуальний підхід, однак існують загальні принципи, які часто призводять до позитивних результатів:

- горизонтальне стиснення процесу;
- вертикальне стиснення процесу (делегування повноважень співробітникам та підвищення їхньої ролі у вирішенні завдань);
- перенесення процесу: зміна місця виконання процесу для забезпечення оптимальності та зменшення зайвих перевірок і контролю;
- скорочення кількості погоджень (об'єднання погоджень під єдиною точкою контакту, керованою менеджером або автоматизованою системою).

Метод Workflow, заснований на процесному підході до опису бізнес-процесів, визначається як система, спрямована на прискорення адаптації та зменшення часу реакції підприємства на стрімкі зміни у бізнес-середовищі. Його основна мета - це впорядкування в часі робочих завдань, які співробітники отримують та виконують за допомогою автоматизованих та механізованих засобів. Workflow використовує різні методики для аналізу та автоматизації функцій бізнес-процесів, такі як аналіз часових витрат, управління якістю, дотримання строків та електронний обмін даними. Впровадження цієї технології сприяє підвищенню ефективності діяльності підприємства.

Впровадження технологій цифровізації та діджиталізації на підприємстві умов воєнного стану надає ряд переваг. Швидке впровадження інформаційних технологій та використання нових ринкових можливостей стає можливим завдяки цифровим трансформаціям. Підприємства можуть легше адаптуватися до змін у нових умовах середовища та розвиватися швидше, здобуваючи переваги над конкурентами.

Однією з ключових переваг цифровізації є збереження високого рівня якості обслуговування. Діджиталізація дозволяє підтримувати рівень обслуговування клієнтів навіть в умовах кризи і сприяє його персоналізації, що робить підприємство більш конкурентоспроможним. Крім того, цифрові трансформації сприяють поліпшенню взаємодії між працівниками та оптимізації керованості підприємства, що є важливим аспектом у воєнний період.

Сучасний стан нашої країни вимагає адаптації підприємств, переорієнтування виробничих процесів, оптимізацію всіх процесів. Останні роки в Україні активно розвивалась цифрова трансформація на усіх ланках, відбувалась діджиталізація на підприємствах. Наша країна активно рухалась у бік Industry 4.0, впроваджуючи у наше життя усі інструменти цифрового життя. Однак початок військових дій на всій території України змусив змінити напрями діджиталізації, побудувати свої напрями, які адаптовані під життя у війні.

ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ ПІДПРИЄМСТВ: РОЛЬ ERP-СИСТЕМ

К. Ю. ЗАВРАЖНИЙ, к.е.н., молодший науковий співробітник

А. К. КУЛИК, аспірантка

М. А. СОКОЛОВ, студент

Сумський державний університет

Впровадження ERP-систем є важливим етапом цифрової трансформації підприємств, що забезпечує автоматизацію бізнес-процесів, підвищення

ефективності та конкурентоспроможності. Застосування сучасної ERP-системи дозволяє знизити витрати на сервіси супроводження та оновлення за рахунок вбудованих засобів автоматичного оновлення, підтримки, автоматизації бізнес-процесів та гнучкої архітектури. Крім того, сучасний інтерфейс та налаштування на рівні користувача зменшують потребу в ІТ-спеціалістах для обслуговування системи.

Дослідженнями використання ERP-систем як засобу цифрової трансформації бізнесу, який дозволяє підприємствам підвищити свою ефективність, конкурентоспроможність та адаптивність до змін ринкового середовища, займалися такі науковці, як Вовк І. [1], Томчук В. [2], Калачик А. [2], Оксамитна Л. [3], Пряха Р. [3], Пилипенко Л. [4], Редько М. [4], Смолич Д. [5] та інші.

В умовах сучасної цифрової економіки ERP-системи виступають ключовим інструментом трансформації підприємств, забезпечуючи інтегроване управління процесами виробництва, закупівель, фінансів, продажів та кадрів. Аналіз економічної доцільності впровадження ERP-системи для цифрової трансформації бізнесу є складним процесом, який вимагає комплексного підходу. У першу чергу визначаються загальні витрати на впровадження ERP-системи, а також очікувані вигоди від її використання. Витрати включають вартість ліцензії, витрати на налаштування, навчання персоналу та підтримку. Очікувані вигоди складаються з економії коштів, пов'язаної з автоматизацією бізнес-процесів, збільшення прибутку, підвищення продуктивності та поліпшення якості обслуговування, що сприяє підвищенню конкурентоспроможності. Також, надається оцінка інтеграції ERP-системи з існуючими системами на підприємстві, порівнюються функціональні можливості різних ERP-систем та їхньої відповідності потребам компанії. Наступним кроком проводиться аналіз рівня підтримки та супроводу, який надається постачальником ERP-системи, а також ризиків впровадження та додаткових ефектів на бізнес-процеси та співробітників. Нарешті, проводиться порівняння впровадження ERP-системи з альтернативними шляхами цифрової трансформації, з урахуванням конкретних потреб та особливостей підприємства, змін в ринковій кон'юнктурі та технологічному прогресі. Аналіз цих аспектів допоможе прийняти обґрунтоване рішення стосовно вибору ERP-системи для цифрової трансформації бізнесу.

Цифрова трансформація має стратегічне значення для ефективного управління підприємством та досягнення конкурентної переваги, є практичним кроком у напрямку вдосконалення операційної ефективності, підвищення продуктивності та покращення здатності компанії адаптуватися до змін на ринку. Впровадження ERP-системи є одним із найважливіших елементів цифрової трансформації підприємства, який дозволяє автоматизувати та інтегрувати основні бізнес-процеси підприємства, виявляти оптимізаційні можливості та забезпечувати однорідний рух інформації між усіма структурними підрозділами.

Завдяки цифровій трансформації через впровадження сучасної ERP-системи, підприємство отримує можливість в реальному часі здійснювати моніторинг та контроль різних аспектів своєї діяльності, від фінансової звітності

до ланцюга постачань. Перехід підприємства на використання сучасної ERP-системи стає не лише технічним кроком, але й стратегічним рішенням, спрямованим на формування стійкої та конкурентоспроможної основи для подальшого сталого розвитку.

У подальших дослідженнях важливо зосередитися на ретельному аналізі потреб підприємства, з метою розроблення практичних рекомендації по створенню детального плану впровадження ERP-систем та надання практичних рекомендації щодо навчання персоналу.

Список використаних джерел:

1. Вовк І. Проблеми автоматизації управління ресурсами підприємства засобами ERP-систем. *Соціально- економічні проблеми і держава*. 2011. № 2(5). URL: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2011/11vipres.pdf> (дата звернення: 10.01.2024)

2. Томчук В.В., Калачик А.В. (2019). ERP системи та їх місце в управлінському обліку. *Фінанси, облік, банки*. 2019. № 1 (24). URL: <http://r.donnu.edu.ua/xmlui/handle/123456789/762?show=full> (дата звернення: 10.01.2024)

3. Оксамитна Л. П., Пряха Р. І. Особливості сучасних ERP-систем управління бізнес-процесами підприємства. *Управління розвитком складних систем*. 2022. № 51. DOI: 10.32347/2412-9933.2022.51.31-40. (дата звернення: 10.01.2024)

4. Пилипенко Л.М., Редько М.О. Аналіз переваг та недоліків впровадження ERP-системи на підприємствах. *Приазовський економічний вісник*. 2019. № 6(17). URL: http://www.pev.kpu.zp.ua/journals/2019/6_17_ukr/6_17_2019.pdf#page=172 (дата звернення: 10.01.2024)

5. Смолич Д. В. Оптимізація управління ресурсним забезпеченням підприємства шляхом впровадження ERP-системи. *Економічний простір*. 2021. № 166. URL: <http://srd.pgasa.dp.ua:8080/bitstream/123456789/6406/1/Smolych%20.pdf> (дата звернення: 10.01.2024)

СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЇ УПРАВЛІННЯ ОСВІТНИМИ ПОСЛУГАМИ У ЗВО УКРАЇНИ

Н. О. КОНДРАТЕНКО, д.е.н., проф.

М. В. ВОЛКОВА, к.е.н., доц.

М. А. БРАТАШ, ст. викл.

Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова

Освіта в закладах вищої освіти (ЗВО) постійно змінюється відповідно до часу та потреб суспільства. У сучасних ЗВО необхідно переосмислити освітні цілі та зміст, необхідний для розвитку певних компетентностей; створити місце

для проектування життя; і використовувати нові технології, щоб розвивати індивідуальність студентів як суб'єктів і проектувальників [1].

Освітню послугу можна розглядати як продукт, який має певні унікальні характеристики, які поєднують елементи приватного і суспільного блага. Оскільки їхні користувачі потребують в них з різних причин, таких як навички, знання та освіта, вони є суспільними благами [2].

Згідно з аналізом формування ринкових відносин в освіті, освітня діяльність можна розглядати як сукупність соціально-економічних відносин між виробниками та споживачами, які купують або продають певний товар як «освітню послугу». Ринок регулює освітні послуги як товар. На ринку освітніх послуг продуктом є знання, навички та вміння, які пропонують викладачі, коледжі, університети та інші заклади вищої освіти [3].

В умовах, коли фінансування освітніх послуг в Україні збільшується, а освітня політика використовується як інструмент політики, освітні установи з обмеженими фінансовими ресурсами переходять до більш комерційних методів просування своїх послуг. Це означає, що клієнти зіткнуться з великою кількістю варіантів освіти, що збільшує ймовірність того, що вони виберуть найгірший. У сучасному світі учасники ринку освітніх послуг можуть пропонувати широкий спектр моделей своїх послуг, а студенти вищої освіти мають можливість самостійно вирішувати, чому, коли і як вони хочуть навчатися.

Щоб бути конкурентоспроможними в інноваційно-орієнтованій економіці, співробітникам потрібен зовсім інший набір компетенцій, ніж в минулому. Хоча використання більш сучасних технологій у освітніх послугах в Україні поки що не є значним, є певні успіхи.

Слід зазначити, що розвиток ринку освітніх послуг базується на строгій системі регулювання та управління. Ці регулювання реалізуються через важелі державного та ринкового регулювання, які мають синергетичний ефект.

Управління освітою в Україні зазнало значних змін. Сучасні ринкові умови та процес європейської інтеграції диктують нові правила для всіх зацікавлених сторін, які прагнуть побудувати інноваційну систему освіти в Україні. Наразі вища освіта є рушійною силою зміни та оновлення соціально-економічного статусу країни. Таким чином, інвестиції у вищу освіту є важливою частиною впливу держави на якість освіти та статус навчальних закладів, а також на розвиток економіки в цілому.

Управління освітніми послугами включає в себе розробку стратегій розвитку освіти на національному та регіональному рівні, впровадження законодавства для інституціоналізації виробничих відносин в освіті, спостереження та організаційно-економічний контроль освітніх установ, вирішення проблем оптимізації ринку освітніх послуг, створення нормативно-правової бази, забезпечення підготовки фахівців відповідно до державних потреб, підвищення конкурентоспроможності освіти та вітчизняної науки, та багато ін.

Важливим соціально-економічним фактором, що впливає на попит на освітні послуги, вважається значення обраної професії для суспільства та престиж цієї професії. В даний час загальні закони та закономірності економіки

країни визначають попит на освітні послуги. Попит на спеціалізацію формується високою заробітною платою. Таким чином, ринки праці та освітніх послуг тісно пов'язані, і навчальні заклади повинні враховувати ці зв'язки. Ринок освітніх послуг має розвиватися відповідно до потреб регіональної економіки, оскільки досягнення балансу попиту та пропозиції на поточному ринку праці є ключовим фактором зниження безробіття.

На основі аналізу концепції особистісних обмежень, яка визначає фактори, які стримують творчий потенціал і результати діяльності організації в цілому, творчої групи та кожної окремої людини, освітній менеджмент вимагає встановити правила, зрозумілі та важливі для всього педагогічного колективу вищої освіти. Обмеження заважають досягненню високої ефективності професійної діяльності викладача та заважають йому повністю використовувати свої творчі можливості. Сама особа, яка займає посаду менеджера навчально-пізнавального процесу вищої школи, не може помітити чи подолати певні проблеми. Інші потребують значної аналітичної діяльності, щоб виявити їх.

Сьогодні освітній менеджмент передбачає турботу керівників вищої школи про професійний розвиток викладачів, підвищення їхніх професійних знань і функціональних навичок, а також прагнення допомогти викладачам стати більш обізнаними та багатшими людьми. Оскільки лише всебічно обізнані, професійно компетентні та творчі викладачі можуть виховати майбутніх фахівців сучасного суспільства.

Список використаних джерел:

1. Стратегія розвитку вищої освіти в Україні на 2021–2031 роки [електронний ресурс]. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/rizne/2020/09/25/rozvitku-vishchoi-osviti-v-ukraini-02-10-2020.pdf>

2. Оболенська Т. Є. Маркетинг освітніх послуг: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня д-ра екон. наук: 08.06.02. Харків: Держ. екон. ун-т, 2002. 33 с.

3. Ринок освітніх послуг: матеріал із Вікіпедії. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Ринок_освітніх_послуг

ШЕРИНГОВА ЕКОНОМІКА - МАЙБУТНЄ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ В ПІДПРИЄМНИЦТВІ

П. П. НЕСЕНЕНКО, д. е. н., доцент,

А. Р. ЛУПУ, здобувачка першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
Одеський національний економічний університет, м. Одеса, Україна

Світ змінюється дуже швидко. В умовах стрімкого розвитку інформаційних Інтернет технологій з'явилося нове явище – економіка спільного споживання.

Проаналізувавши наукові погляди на сутність економіки спільного споживання, можна зробити висновок стосовно того, що це економічна модель, яка ґрунтується на колективному використанні товарів і послуг, замість їх

покупки чи володіння. Головний принцип цієї моделі полягає у тому, що власник будь-якого активу дозволяє іншим людям користуватися ним, будь-то безкоштовно або за певну плату. Таким чином, основним стимулом для розвитку цієї нової форми економічних відносин стало бажання людей заощадити [1].

Володіння речами означає спочатку витрачання коштів на їх придбання, а потім регулярне витрачання грошей на обслуговування та зберігання. У спільному споживанні суть полягає в тому, що іноді зручніше платити за тимчасовий доступ до продукту, ніж мати його у власності.

Ця економічна модель базується на ідеї ефективного використання ресурсів та спільного користування товарами і послугами. Докладніше розглянемо ці аспекти в таблиці 1.

Таблиця 1 - Аспекти концепції шерингової економіки

Аспекти	Опис	Приклади реалізації
Економіка обміну	Шерингова економіка включає в себе обмін ресурсами і послугами між користувачами	Охоплює обмін речами, автомобілями, житлом, навіть навичками та знаннями
Економіка спільного споживання	У рамках шерингової економіки користувачі можуть об'єднувати свої ресурси для спільного споживання	Група людей може купити товар або послугу, яку вони використовують разом, спільно розподіляючи витрати.
Економіка спільного користування	Користувачі діляться своїми ресурсами або активами з іншими на певний період часу	Платформи для оренди автомобілів дозволяють власникам ділитися своїми машинами з іншими користувачами на певний строк
Економіка доступу	Передбачає надання доступу до ресурсів чи послуг замість їхнього власництва	Стрімінгові платформи, де користувачі мають доступ до музики, фільмів та інших контентів без необхідності їхнього купівельного володіння.
Колаборативна економіка	Поняття вказує на спільну роботу користувачів для досягнення спільних цілей	Користувачі можуть об'єднуватися, щоб створити спільну платформу для обміну послугами або товариство для спільного інвестування.
Peer-to-Peer (P2P) економіка	Важливий аспект шерингової економіки, де взаємодія відбувається без посередників	Користувачі безпосередньо спілкуються та обмінюються ресурсами, або послугами між собою через платформи або додатки.

Джерело: складено за даними [2]

Вперше поняття «sharing economy» було використано у 2008 році професором права зі Стенфордського університету Лоуренсом Лессінгом. Загалом історія цієї моделі починається з появи нових бізнес-структур під час світової кризи 2008-2009 років. Після кризи модель економіки спільного споживання стала популярною, відображаючи нові форми підприємництва, що сприяли швидкому впровадженню діджиталізації [3].

Концепція спільного споживання була більш широко сформульована у 2010 році Рейчелом Ботсманом і Ру Роджерсом, співавторами книги «Те, що моє, є твоїм: Зростання спільного споживання». У своїй книзі вони висвітлюють нову

соціо-економічну модель, яка спрямована на зміну споживчого підходу та може революціонізувати споживання товарів і послуг. Їх робота була важливим внеском у розвиток і популяризацію ідеї спільного споживання та «sharing economy» [4].

Приклади спільного використання можуть бути розділені на наступні категорії:

- Ринки вторинних товарів. Це включає в себе операції з переробки і відновлення товарів з метою подовження їхнього життєвого циклу і зменшення кількості сміття. Прикладами можуть бути, наприклад, магазини вторинного вжитку та товари, що використовуються повторно.

- Спільне використання стилів життя. Це передбачає спільне використання ресурсів, таких як час, фінанси, знання і навички. Прикладом може служити сфера коучінгу.

- Система послуг на результат. Це включає в себе оплату за користування продуктом чи послугою без необхідності володіння ними. Прикладами є оренда і каршерінг [5].

Опис платформ спільного використання економіки та приклади подаються в таблиці 2.

Таблиця 2 - Характеристики сучасних платформ шерингової економіки

Платформа	Опис
Airbnb	Онлайн-платформа для короткострокової оренди власного житла та будинків.
Couchsurfing	Онлайн-спільнота, яка дозволяє своїм членам надавати безкоштовне короткострокове проживання.
BlaBlaCar	Додаток для пошуку попутників та організації спільних поїздок (карпулінг або райдшерінг).
Uber	Платформа, що надає послуги таксі та прокату автомобілів для бізнесу.
Делімобіль	Сервіс каршерінгу з оплатою за хвилини користування.
PeoplePerHour та TaskRabbit	Онлайн-ринки для мікрозайнятості, де можна знайти роботу на годинній або етапній основі.
Freecycle	Тимчасова платформа для безкоштовного обміну непотрібними речами у місцевості.
Peerby та Streetbank	P2P-платформи, які дозволяють спільнотам обмінюватися довгостроковими товарами, навичками та знаннями.
eBay	Онлайн-аукціон для купівлі та продажу товарів.
Дару-дар	Онлайн-сервіс для безкоштовного дарування продуктів, послуг та можливостей.
Webtransfer	Хмарна служба для обміну файлами та даними.

Джерело: складено за даними [3]

Спільне споживання сприяє ефективному використанню ресурсів та зменшенню негативного впливу на довкілля. Це включає в себе обмін товарів і послугами, оренду, спільне володіння ресурсами та користування спільними просторами. Групові закупівлі і спільне використання ресурсів, таких як енергія і праця, допомагають зменшити витрати і негативний вплив на навколишнє середовище. Крім того, спільне споживання сприяє відкриттю нових

можливостей для спільнот та сприяє соціальній взаємодії між людьми, розвиваючи концепцію спільності та спільної відповідальності за ресурси та навколишнє середовище. Такий підхід важливий для сталого розвитку, зменшення відходів та збереження природних ресурсів [6].

Підводячи підсумки, слід зауважити, що шерингова економіка на сьогодні зіштовхнулася з рядом складних проблем. Перш за все – це неконтрольоване оподаткування діяльності, адже традиційні податкові системи неспроможні регулювати усі онлайн-транзакції, що відбуваються. Також постають питання стосовно гарантії зайнятості, умов праці та ряд інших, що потребують негайної розробки нової державної політики для їх своєчасного вирішення.

Список використаних джерел:

1. Каширнікова І. О., Щеглова О. Ю., Бородін М. О. Економіка спільного споживання у сучасному суспільстві. *Економічний простір*, 2018. №130. С. 68-75.

2. Химич І. Г., Тимошик Н. С. Шерингова економіка – економіка майбутнього. *Соціально-компетентне управління корпораціями в умовах поведінкової економіки* : матеріали міжнар. наук.-практ. конф. 18 лютого 2020 р. / відп. ред. О. М. Полінкевич, Л. В. Шостак. Луцьк, 2020. С. 246-249.

3. Галуцьких Н. А., Кошкарьова Є. Л. Основні драйвери виникнення та розвитку шерінг-економіки в світі. *Економічні студії*. 2021. № 2(32). С. 13-22.

4. Рагулич О. Ю., Зайцев О. Г. Економіка спільного споживання: сутність і тенденції розвитку. *Young Scientist*. 2019. № 11(75). С. 603-608.

5. Шерингова економіка: аналіз сучасного стану та можливостей її розвитку в Україні, 2018. 24 с. URL: <https://www.pdau.edu.ua/sites/default/files/node/4085/sheryngovaekonomika.pdf>

6. Тиханович Є. Є., Рубаха Н. В. Економіка спільного використання як підхід до реалізації цілей сталого розвитку в умовах сучасних кліматичних змін. *Вплив кліматичних змін на просторовий розвиток територій Землі: наслідки та шляхи вирішення*: Матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції [Херсон, 10-11 червня 2021 року]. Херсон: ХДАЕУ, 2021. С. 283-287.

КІЛЬКІСНЕ ОЦІНЮВАННЯ ЗАЛЕЖНОСТІ МІЖ ВАЛОВИМ ВНУТРІШНІМ ПРОДУКТОМ ТА СПОЖИВЧИМИ ВИДАТКАМИ

О. О. МОРОЗОВА, здобувачка вищої освіти

Львівський національний університет імені Івана Франка, м. Львів

Вплив ВВП на споживчі видатки є одним з ключових аспектів макроекономіки, оскільки він відображає, наскільки успішно економіка розвивається і як це впливає на добробут населення. Наприклад, ВВП використовується як оцінка рівня економічного зростання країни, а споживчі видатки є важливим показником споживчої активності, що може вказувати на зміни в національному виробництві та зміні споживчої поведінки.

Дослідження чинників, які впливають на ВВП, часто проводять з використанням економетричного підходу, наприклад, із застосуванням симультазивних економетричних моделей [1, 2], панельного моделювання [3], авторегресійного підходу [4] та дистрибутивних моделей [5] тощо.

Для дослідження залежності між реальним ВВП та споживчими видатками України в реальних цінах поквартально з 2016 по 2021 рік з офіційної сторінки Державної служби статистики України [6].

На основі зібраних даних побудовано парну кореляційно-регресійну модель та оцінено її параметри. Також за допомогою критерію Стюдента було перевірено статистичну значущість цих параметрів моделі. Коефіцієнт детермінації становить 0,92, оцінки параметрів є статистично значущими. Отже, рівняння залежності ВВП від споживчих видатків має вигляд:

$$y = -1067,39 + 0,91x$$

де y - ВВП України, x – вхідні екзогенні та ендогенні змінні.

Перевіримо модель на наявність гетероскедастичності за допомогою тесту Глейзера. Суть тесту Глейзера полягає в побудові допоміжних парних лінійно-кореляційних моделей, в яких використовують випадкові відхилення по модулю:

1. $|e| = \alpha + \beta x + v$;
2. $|e| = \alpha + \beta(1/x) + v$;
3. $|e| = \alpha + \beta(1/\sqrt{x}) + v$;
4. $|e| = \alpha + \beta\sqrt{x} + v$;
5. $|e| = \alpha + \beta(x^2) + v$;

де e – залишки, x – факторна змінна.

Оцінюємо параметри цих моделей, відношення детермінації та інші характеристики. Здійснюємо перевірку на статистичну значущість параметрів за допомогою критерію Стюдента. Серед розрахованих моделей найкраще залежність описує парна лінійна кореляційно-регресійна моделі вигляду:

$$|e| = 168337,5 - 110419762,4x$$

оскільки її коефіцієнт кореляції $r = 0,35$ є найбільшим.

Якщо встановлено наявність гетероскедастичності, тоді слід трансформувати початкову модель таким чином, щоб випадкові помилки мали постійну дисперсію. У випадку припущення, що дисперсії відхилень пропорційні значенням факторної ознаки, отримуємо модель:

$$\sigma^2 = k^2x$$

де k^2 – це коефіцієнт пропорційності (константа).

У явному вигляді з параметрами отримуємо модель такого вигляду:

$$y/\sqrt{x} = -6386,29(1/\sqrt{x}) + 0,816(\sqrt{x})$$

Коефіцієнт детермінації зріс до 0,9943, параметри моделі значно змінилися. Перетворивши рівняння до загального вигляду парної кореляційно-регресійної моделі, отримуємо:

$$y = -6386,29 + 0,8160x$$

Досліджено, що між споживчим видатками та номінальним ВВП присутня гетероскедастичність. Врахування гетероскедастичності в оцінці моделей між ВВП та споживчими видатками може допомогти уникнути

неточностей при оцінюванні статистичної значущості ефектів. Більш конкретно, якщо дисперсія залежить від значень змінної, то модель може недооцінити або переоцінити значущість коефіцієнтів регресії. Врахування гетероскедастичності може допомогти зробити більш точні та надійні висновки про статистичні зв'язки між ВВП та споживчими видатками.

Список використаних джерел:

1. Zomchak L. M. Sustainable development of Ukraine as a combination of social, economic and environmental components: structural econometric model of three-pillar approach. IOP Conference Series: Earth and Environmental Science. IOP Publishing. 2023. Vol. 1254. No. 1. P. 012125

2. Зомчак Л. М., Старчевська І. М. Симультаптивне моделювання залежності економічного зростання та рівня інфляції України. Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія «Економічні науки». 2022. №1 (105)). С. 78-85.

3. Зомчак Л., Коваль Л. Сталий розвиток регіонів України: просторово-панельний підхід. Інфраструктура ринку. 2022. С. 211-215.

4. Zomchak L., Stelmakh A. ARIMA-model of Ukrainian Macroeconomic Indicators Forecasting. Emergence of public development: financial and legal aspects : Collective monograph. Agenda Publishing House, Coventry, United Kingdom. 2019. P. 213–221

5. Зомчак Л. М., Лапінкова А. О. Інфляційні процеси України: авторегресійна дистрибутивно-лагова модель. Цифрова економіка та економічна безпека. 2022. №1 (01). С. 50-55.

6. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 01.12.2023).

ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ ІНСТРУМЕНТ РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ

І. Я. ППОЛІТОВА, к.е.н., доц.

Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»

У цифровій економіці необхідність діджиталізації бізнесу значно зростає через серйозні зміни в споживацьких підходах та бізнес-моделях. Діджиталізація допомагає підприємствам швидше адаптуватися до швидкозмінного зовнішнього середовища та врахування високотехнологічних тенденцій. За допомогою цифрових інструментів підприємства можуть оптимізувати бізнес-процеси, покращувати обслуговування клієнтів та підвищувати власну конкурентоспроможність. Зростання значення онлайн-присутності, аналітики даних та використання інноваційних технологій визначає успіх підприємств у цифрову епоху. Нестабільність ринків, швидкозмінні фактори зовнішнього середовища та зміна вимог споживачів роблять діджиталізацію стратегічним інноваційним інструментом для досягнення успіху та розвитку в майбутньому.

Мета роботи – теоретичне обґрунтування важливості вибору діджиталізації як інноваційного інструменту бізнесу.

В цифровому світі процес діджиталізації вже є невід'ємною складовою частиною економічного та соціального прогресу. Діджиталізація чи перехід до цифрового формату у всіх сферах діяльності, визначає нові стандарти конкурентоспроможності та ефективності. Врахування цих факторів дозволяє підприємствам бути більш гнучкими, адаптивними та реактивними до змін в навколишньому світі, що є ключовими факторами для успіху в швидкозмінному зовнішньому середовищі. Необхідність діджиталізації особливо важлива у контексті глобалізації, коли підприємства конкурують на міжнародному рівні. Цифрові технології забезпечують швидкий обмін інформацією, перетворюючи виробничі ланцюги на більш ефективні та підвищуючи можливості для розширення ринків збуту. Діджиталізація також реформує новий спосіб взаємодії бізнесу з клієнтами. За допомогою цифрових каналів комунікації підприємства можуть створювати персоналізовані пропозиції, вивчати попит споживачів та швидко адаптувати свою продукцію або послуги до змін їхніх потреб. З погляду розвитку екосистеми стартапів та інновацій, діджиталізація стає каталізатором для виникнення нових ідей та бізнес-моделей. Інтеграція штучного інтелекту, аналізу даних та розумних технологій відкриває безліч можливостей для створення новаторських продуктів та послуг. Основні прояви діджиталізації в бізнесі, наведено в табл. 1.

Таблиця 1 – Характеристика проявів діджиталізації в бізнесі

Прояв	Характеристика
1) зростання віртуалізації	стрімке зростання віртуальних просторів, де відбувається велика частина людської діяльності, від спілкування до бізнес-операцій
2) цифрова конвергенція	взаємодія різних технологій в одному цифровому середовищі, яке об'єднує мобільність, хмарні рішення, Інтернет речей та штучний інтелект
3) масштабна обробка даних	значні обсяги даних, що генеруються та обробляються, визначають новий стандарт для прийняття рішень та розвитку бізнесу
4) швидкість зв'язку	завдяки розвитку надсучасних технологій, з'являється змога передавати та отримувати дані надзвичайно швидко, відкриваючи нові можливості для інтерактивності та реального часу
5) інтернет речей (IoT)	поширення підключених до мережі пристроїв у всіх сферах життя, від домашнього оточення до промислових систем
6) інновації в електронній комерції	зміни в способах купівлі-продажу товарів через онлайн-платформи та розширення електронних платіжних систем
7) штучний інтелект та машинне навчання	застосування алгоритмів та інтелектуальних систем для аналізу даних, прийняття рішень та автоматизації задач
8) кібербезпека як пріоритет	зростання загроз та необхідність захисту інформації в умовах високотехнологічного середовища
9) глобальна доступність	відсутність просторових обмежень в обміні інформацією та комунікації завдяки Інтернету
10) перетворення бізнес-моделей	виникнення нових форм підприємницької діяльності та радикальні зміни в управлінських стратегіях

Отже, діджиталізація не лише стає ключовим елементом конкурентоспроможного бізнесу, але і сприяє створенню динамічного, гнучкого

та інноваційного економічного середовища. Її своєчасність полягає у здатності відповідати викликам сучасності та підтримувати сталий розвиток підприємств та суспільства в цілому. Узагальнюючи дослідження науковців [1-3], можна визначити ключові переваги діджиталізації бізнесу:

підвищення ефективності через автоматизацію рутинних завдань та оптимізацію бізнес-процесів призводять до скорочення витрат;

розширення ринків збуту через застосування цифрових технологій дозволяє долати бар'єри входу на нові ринки в різних частинах світу;

персоналізація послуг через можливість створення персоналізованих пропозицій для клієнтів, підвищуючи їх задоволеність та лояльність;

пришвидшення реакції на зміни через те, що діджиталізація дозволяє швидше реагувати на зміни та адаптуватися до нових тенденцій;

збільшення доступності через цифрові канали, які надають більше можливостей для взаємодії з клієнтами та партнерами;

підтримка аналізу даних через збільшення обсягу та якості аналітичних даних, яка сприяє кращому аналізу, що допомагає в прийнятті обґрунтованих стратегічних рішень;

глибокий аналіз даних через те, що цифрові технології дозволяють збирати та аналізувати значний обсяг даних, не витрачаючи багато часу.

Проте, процес діджиталізації бізнесу не є простим, тому підприємства можуть стикатися з певними складнощами, вирішення яких дозволить активізувати цифровізацію бізнесу. Це можуть бути складнощі, пов'язані з впровадженням нових технологій та формуванням відповідних професійних компетенцій персоналу. Підприємства можуть зазнавати труднощі в розробці та запровадженні єдиної цифрової стратегії, а також у вирішенні питань щодо кібербезпеки та захисту конфіденційності даних (табл. 2).

Таблиця 2 - Складнощі діджиталізації бізнесу та шляхи їх вирішення

Складнощі	Можливі шляхи вирішення
високі витрати на впровадження, бо реалізація цифрових проектів може вимагати значних інвестицій	поетапне впровадження, з фокусуванням на критично важливих сферах
нестабільність технологічних рішень через те, що технології швидко розвиваються, це може викликати проблеми зі сумісністю	регулярне оновлення та моніторинг технологічних та технічних інновацій
забезпечення безпеки даних та конфіденційності через збільшення обсягу цифрової інформації	впровадження кращих практик з кібербезпеки
необхідність перепідготовки персоналу через те, що діджиталізація може вимагати нових навичок	надання персоналу можливостей для навчання та розвитку
ризик втрати спілкування з клієнтами через те, що перехід до виключно цифрового середовища може зменшити особистий контакт з клієнтами	утримання та збереження балансу між цифровою та особистою взаємодією з клієнтами

Долаючи ці складнощі, підприємства можуть максимізувати переваги діджиталізації, забезпечуючи стійкість та конкурентоспроможність на ринку. Крім того, діджиталізація бізнесу призведе до покращення ефективності операцій і розширення ринкового охоплення через інтеграцію цифрових технологій та оптимізацію власних бізнес-процесів.

Список використаних джерел:

1. Жигалкевич Ж. М., Залуцький Р. О. Діджиталізація як основний фактор розвитку бізнес-структур. Ефективна економіка. 2020. № 11. – URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=8380> (дата звернення: 14.01.2024). DOI: 10.32702/2307-2105-2020.11.97

2. Яценко В. В. Діджиталізація – сучасний фактор розвитку бізнес-процесів. Ефективна економіка. 2022. № 2. – URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=10042> (дата звернення: 14.01.2024). DOI: 10.32702/2307-2105-2022.2.200

Ковбич Т.К. Потенційні переваги та недоліки процесів діджиталізації. Інфраструктура ринку. 2020. №. 48. URL: <https://doi.org/10.32843/infrastruct48-6> (дата звернення: 14.01.2024)

ІТ-АУТСОРСИНГ У ВОЄННИЙ ЧАС

Г. В. БУДЯКОВ, аспірант,

Київський національний університет технологій та дизайну,

Дорожня карта використання науки, технологій, інновацій для досягнення цілей сталого розвитку [1], ухвалена колегією Міністерства освіти і науки України 22.12.2023, визначає, що не дивлячись на те, що кількість українських ІТ-фахівців зростає, попит на висококваліфікованих спеціалістів не задоволений повною мірою, наявні недостатня кількість українських висококваліфікованих розробників, брак фахівців у перспективних сферах (Big data, IoT, штучний інтелект). Сектор ІТ налічує понад 200 тис. спеціалістів – друге місце у регіоні Центрально-Східної Європи, українська освіта щороку випускає близько 27 тис. ІТ-фахівців, що значно більше за показники Польщі (17 тис.), Румунії (8 тис.) чи Болгарії (4 тис.). Нішу ІТ-освіти заповнює неформальна освіта та підготовчі курси – їх щороку проходять понад 43 тис. українців. Навіть такі цифри не задовольняють внутрішній попит [2].

Основними причинами проблеми виїзду за кордон кваліфікованих кадрів, науковців, винахідників, підприємців є: кращі можливості для реалізації ідей за кордоном. Під час війни відбувся відтік стартапів та технологічних фахівців за кордон внаслідок воєнних дій, значна кількість фахівців галузі мобілізована, заміщення кваліфікованих фахівців потребує значного часу для їх підготовки, що ще поглибило дану проблему. Проблема створення сприятливих умов для утримання фахівців є вкрай актуальною для України, у тому числі для її інноваційного розвитку [1].

ІТ-аутсорсинг виглядає новою нормою, яка дозволяє стимулювати ІТ-фахівців працювати в Україні, розвиваючи зовнішньоекономічну діяльність, ставши переважаючою практикою та трансформуючи весь ІТ-ландшафт.

Обсяги коштів, яку організації витрачають на ІТ у світі, свідчить про швидкі зміни природи технологій. За оцінками Gartner [3], у 2023 році глобальні витрати на ІТ сягнуть 4,6 трильйона доларів, що на 5,1% більше, ніж у 2022 році [4].

Отже, попит на ІТ-фахівців, зокрема в сфері ІТ-аутсорсингу, буде зростати.

Використання ІТ-аутсорсингу стає все більш популярним, оскільки підприємства шукають способи залишатися конкурентоспроможними та досягати своїх цілей. Окрім багатьох операційних і фінансових переваг ІТ-аутсорсингу, він також може відігравати вирішальну роль у створенні різноманітної та інклюзивної робочої сили.

Однією з ключових переваг ІТ-аутсорсингу є можливість отримати доступ до більшої кількості талантів. Коли компанії передають певні ІТ-функції на аутсорсинг, вони можуть отримати вигоду від досвіду та ресурсів свого партнера з аутсорсингу, який може включати більш різноманітний пул талантів. Це може допомогти підприємствам отримати вигоду з ширшого спектру точок зору та ідей, а також може допомогти їм найняти й утримати більш різноманітну робочу силу. Крім того, аутсорсингові партнери часто мають добре налагоджені програми різноманітності та інклюзивності, які можуть допомогти підприємствам створити більш різноманітну та інклюзивну робочу силу.

Ще однією перевагою ІТ-аутсорсингу є можливість зменшити вплив географічних бар'єрів. Підприємства часто стикаються з географічними бар'єрами, намагаючись найняти й утримати різнопланову робочу силу, і ці бар'єри можуть ускладнити створення різноманітної та інклюзивної команди. Передаючи певні ІТ-функції на аутсорсинг, підприємства можуть отримати вигоду від досвіду та ресурсів свого аутсорсингового партнера, незалежно від місця розташування. Це може допомогти підприємствам подолати географічні бар'єри та створити більш різноманітну та інклюзивну робочу силу.

ІТ-аутсорсинг також може допомогти підприємствам створити більш гнучке та сприятливе робоче середовище. Компанії часто намагаються задовольнити різноманітні потреби та вподобання своїх працівників, особливо коли йдеться про баланс між роботою та особистим життям. Передаючи певні ІТ-функції на аутсорсинг, компанії можуть скористатися гнучкістю та підтримкою, яку пропонує їхній аутсорсинговий партнер, що може допомогти співробітникам досягти кращого балансу між роботою та особистим життям. Крім того, аутсорсингові партнери можуть надати підприємствам цінну інформацію та поради щодо створення більш гнучкого та сприятливого робочого середовища, а також можуть допомогти їм задовольнити різноманітні потреби та вподобання своїх працівників.

Нарешті, ІТ-аутсорсинг може допомогти підприємствам покращити свою репутацію та побудувати міцніші стосунки зі своїми клієнтами. Підтримуючи різноманітну та всеохоплюючу робочу силу, компанії можуть покращити свою репутацію та побудувати міцніші стосунки зі своїми клієнтами, особливо з клієнтами різного походження.

Таким чином, ІТ-аутсорсинг пропонує багато переваг для компаній, які прагнуть створити різноманітну та інклюзивну робочу силу. Особливої актуальності така форма співпраці набуває у воєнний час. Незалежно від того, чи хочете ви автоматизувати процеси управління персоналом, надати можливості для навчання та розвитку, створити більш інклюзивну культуру на робочому

місці або просто заощадити гроші та ресурси, ІТ-аутсорсинг може допомогти вам досягти ваших цілей і забезпечити кращі результати для ваших клієнтів. Отже, якщо ви готові вивести свої ініціативи щодо різноманітності та інклюзивності на новий рівень, розгляньте численні переваги ІТ-аутсорсингу.

Отже, ІТ-аутсорсинг показує високі темпи та перспективи розвитку сектора ІТ та зростання його впливу на розвиток суспільства. Сектор ІТ навіть у воєнний час продемонстрував свою стійкість до стресових ситуацій. Галузь продовжує виконувати контракти, експортувати свої послуги, забезпечувати валютні надходження та підтримувати економіку. На сьогодні держава попри воєнний стан продовжує підтримувати ІТ-галузь. Так, діє спеціальний правовий та податковий простір Дія.City з низькими податками, нормами англійського права та новою гнучкою формою співпраці спеціалістів та компанії – гіг-контрактами [1].

Список використаних джерел:

1. ДОРОЖНЯ КАРТА ВИКОРИСТАННЯ НАУКИ, ТЕХНОЛОГІЙ, ІННОВАЦІЙ ДЛЯ ДОСЯГНЕННЯ ЦІЛЕЙ СТАЛОГО РОЗВИТКУ. URL: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/news/2024/01/03/Dorozhnya.karta.vykoryst.na.uky.tekhnolohiy.ta.innovatsiy-03.01.2024-1.1.pdf>

2. Доповідь про стан інформатизації в Україні за 2020 рік. URL: https://dostup.pravda.com.ua/request/dokumenty_dlia_zatvierdzhennia_2#incoming-341188 Національна економічна стратегія на період до 2030 року. Затверджено постановою Кабінету Міністрів України від 3 березня 2021 р. № 179.

3. Gartner Forecasts Worldwide IT Spending to Exceed \$4 Trillion in 2022. URL: <https://www.gartner.com/en/newsroom/press-releases/2021-10-20-gartner-forecasts-worldwide-it-spending-to-exceed-4-trillion-in-2022>

4. Будяков Г.В. Тенденції розвитку ІТ-аутсорсингу в Україні // Міжнародний науковий журнал "Інтернаука". Серія: "Економічні науки". – 2023. – №12. URL: <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2023-12-9476>

РОЗВИТОК ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УМОВАХ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ

В. М. ПРАСОЛ, доцент.

А. Ю. ШКУРКО, студентка 1 курсу магістратури,
Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова

На сьогоднішній день, для того, щоб успішно функціонувати і займати лідерську позицію на ринку у підприємницькій діяльності, важливо постійно працювати над впровадженням інновацій.

Український бізнес наполегливо має потенціал не відриватися від всесвітнього тренду щодо діджитал-трансформації. Оптимісти цієї тенденції вірять, що це чимало полегшить людству життя

Доцільно працювати над постійним аналізом потреб споживачів, аналізувати внутрішнє та зовнішнє середовище, бути обізнаним у навколишніх змінах. Тема діджиталізації є невід’ємною частиною ефективної роботи усіх підприємств.

Нові цифрові технології – це нове питання для більшості бізнесів, компаній, індивідуальних підприємців або просто людей, які цим цікавляться [джерело: авторське твердження].

Енциклопедія інформаційних наук і технологій зазначає, що «Цифровізація - це інтеграція цифрових технологій у повсякденне життя суспільства шляхом оцифровки всього, що можна оцифрувати.»[1]

Переваги використання нових цифрових технологій у бізнесі:

- Електронний документообіг;
- Створення нових потоків доходів;
- Проведення дистанційних конференцій;
- Підвищення конкурентоспроможності;
- Публічні фінансові звіти на офіційних сторінках;
- Електронні відгуки.

III – це можливість оптимізувати процеси та підвищити якість цифрових продуктів та послуг. Головним завданням III є прибрати з людської діяльності надлишкову повторювальну роботу, а також складні розрахунки для вивільнення часу на творчість та вмотивовану працю.[3]

Можливості, які надає тренд для України:

- новий рівень конкурентоспроможності бізнесу;
- підвищення якості державних послуг;

збільшення кількості працівників державного апарату завдяки автоматизації рутинних повторюваних процесів;

- нові професії та робочі місця;
- зменшення вигорання на робочому місці;
- зменшення помилок та зупинок техніки для ремонту.

Проаналізувавши переваги цифровізації, ми можемо побачити, що цифровізація має багато позитивних сторін, але і ризики цих нових тенденцій теж потрібно проаналізувати, оскільки поняття «ризик» характеризується небезпекою і загрозою. Підприємницький ризик несе за собою всі дії, які можуть як позитивно так і негативно вплинути на результати роботи бізнесу. Але для того, щоб його уникнути, потрібно враховувати як зовнішні, так і внутрішні фактори, які можуть вплинути на діяльність.

Ризики, з якими може зіткнутися підприємницька діяльність використовувачи нові цифрові технології:

- Кібератаки. Законодавство України визначає: «Кібератака — спрямовані (навмисні) дії в кіберпросторі, які здійснюються за допомогою засобів електронних комунікацій, які спрямовані на досягнення таких цілей: порушення конфіденційності, поширення інформації про підприємство, знищення системи роботи бізнесу.

- До другого недоліку доречно віднести - втрати робочих місць після впровадження нових технологій. З одного боку для бізнесу це є дуже вигідним, адже оплата праці зменшується відповідно і витрати зменшуються підприємства. Якщо подивитися з іншого боку то для держави – це не є дуже позитивним фактором, адже рівень безробіття в країні значно збільшиться.

- Важливим недоліком і якого не оминати жодному бізнесу є недолік-збій у програмному забезпеченні.

Отже, доречним буде відмітити такі висновки. Нові інформаційні технології матимуть такі наслідки для українського бізнесу, а саме сприятимуть зростанню промислового виробництва (7–10% на рік), зростанню кількості замовлень, виконаних вчасно(до 95%), призведе до скорочення простоїв обладнання (до 22%).

Для громадян це означатиме зростання їхніх доходів, якості та тривалості життя. Кожен підприємець отримає можливості капіталізувати свої знання, вміння та навички.

Це тільки деякі з ефектів та вигод цифровізації української економіки. Зміни через впровадження нових технологій і перспектив цифрової економіки можуть бути ще більш приголомшливими.

Вибір шляху розвитку України – це вибір кожного українця та підприємця.

Список використаних джерел:

1. Словник-термінів з онлан-безпеки від Міністерства цифрової трансформації

2. Офіційний сайт Закону України “Про основні засади забезпечення кібербезпеки України” від 5 жовтня 2017 року [Електронний ресурс]- Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2163-19#Text>

РОЛЬ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ ЯК КОМУНІКАТИВНОГО КАНАЛУ

Д. К. МАКСИШКО, здобувач освіти

Т. М. БОРОВИК, старший викладач

Черкаський державний бізнес-коледж

На сучасному етапі розвитку глобальної економіки соціальні мережі стали необхідним елементом комунікації в суспільстві, об'єднуючи особисті та професійні потреби людини та формуючи середовище інтерактивної взаємодії, де користувачам надається інформація про продукт, встановлюється та утримується контакт між споживачами та брендом організації. Ці мережі стають ключовими засобами комунікації в наш час. Важливість цього інструменту визначається передусім тим, що соціальні мережі – це не лише нова форма ЗМІ або засіб пошуку та фільтрації контенту, а нова форма масової та публічної комунікації, основна особливість якої – інтерактивність. Потужний розвиток ІТ-сфери та цифрового маркетингу формує нові канали комунікацій, які стирають географічні кордони при формуванні ринкових взаємовідносин типу B2C

(Business-to-Consumer). Переведення роздрібно́ї торгівлі на електронну модель бізнесу налагоджує транскордонне співробітництво у сфері просування товарів, надає можливість обміну інформацією та долучення до сформованих традицій організації маркетингових комунікацій [1, с. 52], що набуло особливого значення в умовах пандемії та запровадження воєнного стану на території України. Вивчаючи питання успішного позиціонування товарів та послуг через соціальні мережі, деякі дослідники навіть визначають конкретні принципи управління сторінками в соціальних мережах. [2, с. 164].

Окремі аспекти дослідження соціальних мереж як комунікативного каналу висвітлено вітчизняними науковцями. У дослідженнях О. Дзюбіної, О. Панькової, М. Окландера, Л. Городенко, В. Орлової, В. Безуглової, Т. Равлюк розглядаються сутність та важливість використання соціальних мереж у різних сферах економічного та суспільно-політичного життя. Проблеми просування компаній і підприємств у соціальних мережах досить широко розкрито у роботах З. Андрушкевича, О. Літвак, Р. Баран, М. Романчукевич, С. Лютого, І. Піняка та ін.

Дослідження, проведене Global Logic у 2022 р., виявило, що під час війни зросла кількість користувачів соціальними мережами [3]. Це зумовлено тим, що багато українців з початку повномасштабного вторгнення вимушено переїхали за кордон, продовжують дистанційне навчання чи віддалено працюють, а також з необхідністю швидко отримувати новини та пошуку місця працевлаштування.

Для бізнесу соціальні мережі є важливим інструментом для реклами, брендування та взаємодії з аудиторією. Це дозволяє компаніям спілкуватися зі своєю аудиторією, підсилювати свою онлайн-присутність і просувати свої товари чи послуги. Через соціальні мережі здійснюється значний вплив на прийняття рішень людей щодо покупок та використання продуктів чи послуг.

О. Літвак класифікує соціальні мережі за наступними видами:

- мережі для комунікації, серед яких слід виділити «Facebook»;
- мережі для обміну медіаконтентом – «Instagram», «YouTube»;
- соціальні мережі для групових обговорень – «Quora», «Reddit»;
- соціальні мережі для авторського запису включають сервіси для блогінгу – «Blogger», «Twitter»;
- сервіси соціальних закладок – «Pinterest», «Flipboard»;
- соціальні мережі за інтересами – «Goodreads», «Friendster» [4].

За даними сайту Statista усього активних користувачів соціальних мереж налічується 4,62 млрд, що становить 58,4% всього світового населення. За прогнозами, у 2027 році ця цифра зросте майже до шести мільярдів. Загальний рейтинг соціальних мереж у світі очолюють Facebook — 2,96 млн користувачів, YouTube — 2,51 млн, WhatsApp — 2 млн, Instagram — 2 млн, WeChat — 1,31 млн [5].

Соціальні мережі не залишилися осторонь внаслідок повномасштабного вторгнення Росії в Україну. Політична ситуація суттєво вплинула на кількість користувачів та популярність платформ. Порівняємо, як змінилася ситуація після 24 лютого 2022 року, і який вплив це справило на статистику (за даними дослідженням агентства PlusOne).

Таблиця 1 - Порівняльна статистика кількості користувачів популярних соціальних мереж до і після початку війни в Україні

До початку війни (2021 р.)	Після початку війни (з 24 лютого 2022 р.)
YouTube — 23,5 млн	YouTube — 23 млн
Facebook — 16,4 млн	Facebook — 15,6 млн.
Instagram — 15,8 млн	Instagram — 13,2 млн
TikTok — 12 млн	TikTok — 12 млн

Джерело: систематизовано автором на основі [6]

З даних таблиці бачимо, що статистика соціальних мереж Facebook і Instagram в Україні суттєво змінилася після початку повномасштабного вторгнення. Кількість українських користувачів на Facebook скоротилася на 150 тисяч і зараз становить 15,6 мільйонів. Instagram також відчув значний спад, втративши 2,5 мільйона акаунтів і зараз налічує 13,2 мільйона користувачів.

Згідно з проведеним дослідженням, коливання в статистиці можуть бути викликані декількома факторами:

- більшість користувачів Instagram, ймовірно, виїхали за кордон.
- українці, можливо, витрачають менше часу у соцмережах взагалі.
- існує можливість, що Facebook та Instagram використовують різні методи обчислення географічної прив'язки користувачів.

Наприклад, при переїзді до Польщі, Facebook може враховувати користувача в українській аудиторії, тоді як Instagram може його врахувати в польській аудиторії.

Ситуація в регіонах України відзначається певними відмінностями до і після початку повномасштабного вторгнення. Спостерігається зменшення популярності Facebook та Instagram на тимчасово окупованих територіях, таких як Херсонська, Миколаївська та Харківська області. У той же час в Дніпропетровській та Черкаській областях фіксується зростання популярності (рис. 1).

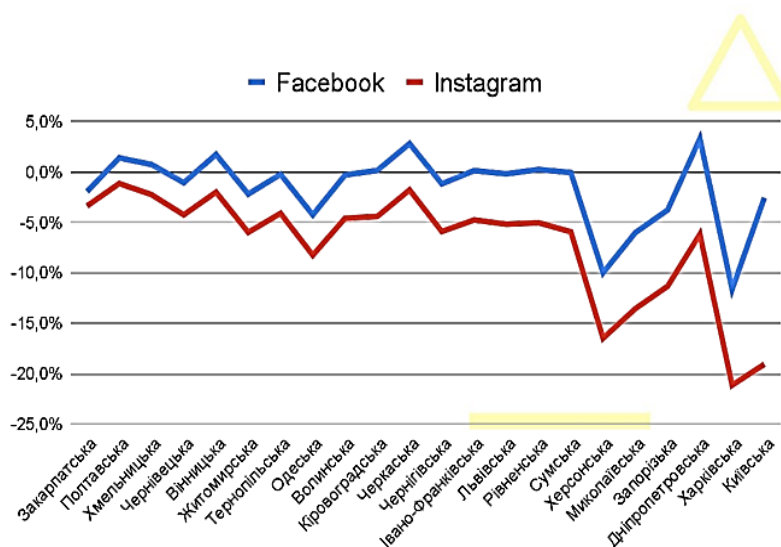


Рисунок 1 - Статистика користувачів Facebook та Instagram в регіонах України після початку повномасштабного вторгнення, %

Джерело: [6].

Згідно із звітом Центру контент-аналізу (ЦКА), що був оприлюднений наприкінці жовтня 2023 року, більше 75% дописів українською мовою в українському сегменті провідних соціальних мереж, таких як Facebook, Instagram, свідчать про зростання ролі української мови. Також, впродовж останніх трьох років (з 2020 по 2023 рік), відзначається істотна українізація соціальних мереж в Україні. Наприклад, у Instagram більше 90% дописів тепер написані державною мовою; у Facebook і Twitter (ця частка становить 75-80%. У 2022 році частка української мови в цих соцмережах коливалася в межах 65-70%, тоді як у жовтні 2020 року вона становила всього 15-25%. Щодо YouTube, за три роки частка українських матеріалів зростає з 5% до 45%. Також можна спостерігати українізацію у платформі TikTok [7].

Отже, соціальні мережі відіграють ключову роль в системі комунікацій, виконуючи різноманітні функції та взаємодіючи з різними суб'єктами. Однак проблематика формування системи комунікаційних інструментів та стратегії просування бізнесу на етапі презентації у різних соціальних мережах потребує подальших системних досліджень. Необхідно детальніше вивчити взаємодію аудиторії з контентом, враховуючи особливості кожної платформи. Також важливо аналізувати ефективність використання різних форматів (текстового, графічного, відео) та визначити оптимальні часові та контекстні параметри для максимального залучення аудиторії. Розгляд інноваційних технологій та трендів у сфері соціальних мереж може виявитися важливим для розробки ефективних стратегій просування.

Список використаних джерел:

1. Ivanova I., Vorovyk T., Rudenko A., Zalozna T. . Black Friday as a Tool for Sales Promotion. *Маркетинг і цифрові технології*. 2020. № 4. С. 52-61. DOI: 10.15276/mdt.4.4.2020.3
2. Андрушкевич З. М. Інтернет-маркетинг у соціальних мережах. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. URL: <https://elar.khmnpu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/a1e4ea18-68a8-4dc2-b11d-a9bdce92199b/content> (дата звернення 10 січня 2024).
3. Втрачені можливості: українці надають більшу перевагу розважальним соцмережам, ніж професійному LinkedIn/ *Globallogic*. URL : <https://www.globallogic.com/ua/about/news/social-networks-and-opportunitites/> (дата звернення 10 січня 2024).
4. Літвак О. Соціальні мережі: поняття, історія виникнення. *Запорізька обласна універсальна наукова бібліотека*. URL: <https://zounb.zp.ua/resourse/zaporizkyu-kray/zaporizhzhya-bibliotechne/fahova-osvita/socialni-merezh-piv> (дата звернення 10 січня 2024).
5. Statista - provider of market and consumer data. URL: <https://www.statista.com/> (дата звернення 10 січня 2024).
6. Як змінився рейтинг соціальних мереж в Україні та світі: актуальна статистика після 24 лютого 2022 року. *WebPromo*. URL: <https://web-promo.ua/ua/blog/kak-izmenilsya-rejting-soczialnyh-setej-v-ukraine-i-mire-aktualnaya-statistika-posle-24-fevralya-2022-goda/> (дата звернення 10 січня 2024).

7. Стуканов С. Українська мова у соціальних мережах. *Центр контент-аналізу*. URL: <https://ukrcontent.com/reports/ukrayinska-mova-posylyuye-svoiyi-rozyciyi-u-socialnyx-merezhax-youtube-tezh-postupovo-ukrayinizuetsia.html> (дата звернення 10 січня 2024).

ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ: ПЕРСПЕКТИВИ ЗАСТОСУВАННЯ СУЧАСНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ДЛЯ РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ

С. В. ОГІНОК, к.е.н, доцент

С. І. КОХАНА, студентка

Львівський національний університет імені Івана Франка,

У сучасному світі глобальний ринок стає все більше залежним від інновацій та швидкості реакції на зміни. Діджиталізація дозволяє бізнесу бути гнучким, адаптивним та ефективним у глобальному середовищі. Зменшення витрат, прискорення процесів та покращення взаємодії з клієнтами – це ключові фактори, які визначають актуальність діджиталізації для сучасного бізнесу. Зростання обсягів даних, зміни в споживчому поведінці, конкурентний тиск та вимоги до стандартів якості обслуговування – усе це визначає потребу в інтеграції цифрових рішень у стратегію бізнесу.

Як зазначають Петриченко А.М. та Білявський В.М., діджиталізація є рушійною силою сучасного бізнесу та його ефективного просування. Це сфера, що визначає сутність трансформацій у середині країни – для добробуту, праці, творчості й навчання [1].

Основні напрямки розвитку діджитал-обліку включають: 1) запровадження електронного документообігу в бізнес-процесах підприємств; 2) використання хмарних сервісів (IaaS, PaaS, SaaS) в інформаційних процесах підприємств; 3) використання технологій blockchain та інструментів штучного інтелекту в облікових процесах; 4) технології роботи з Big Data та Інтернет речей [2].

Важко також зазначити, що швейцарський економіст, Клаус Шваб розкриває додаткові переваги «діджиталізації», а саме [3]:

- збільшення темпів інновацій сприяє помітному вдосконаленню ефективності, продуктивності та суттєвому зменшенню витрат;

- швидке нарощування обсягів даних та високий рівень застосування передових технологій створюють передумови для залучення різноманітних соціальних верств та сприяють розвитку в різних аспектах;

- використання штучного інтелекту у всіх сферах життя, яскраві приклади якого спостерігаються сьогодні: від масової роботизації й до біотехнологій.

Цікаво, що зазвичай, країни, які активно розвивають цифрову економіку, показують вищі показники економічного зростання. Україна успішно впроваджує діджиталізацію, що не одноразово було відмічено європейськими країнами та являє собою певний перехід від індустріальної епохи й аналогових технологій до епохи знань й творчості, що характеризуються цифровими технологіями та інноваціями у цифровому бізнесі [1].

Вже зараз населення країни може використовувати «цифрову державу в смартфоні», загрузивши мобільний додаток «Дія», щоб отримувати якісні державні, соціальні послуги та повноцінний доступ до цифрової інфраструктури. Це скорочує час надання послуг, прибирає корупційну та бюрократичну складову і створює багато додаткових зручностей, насамперед: особисті реєстраційні документи завжди під рукою, можна записуватись та отримувати послуги державних та комерційних установ віддалено через смартфон, розраховуватись у магазинах та транспорті навіть не карткою, то вже вчорашній день, а самим смартфоном (якщо є функція NFC), переглядаючи Вікіпедію та навчаючи своїх дітей, показуючи тварин, їх можна не лише оживити та навіть перемістити у своє помешкання. Вже дистанційно можна не тільки навчатися, але й з використанням «віртуальної реальності»: переміщатися країнами, відвідувати музеї, відомі бібліотеки, куди до сьогодні у людей не було доступу, замовлювати їжу, здійснювати перегляд фільмів у кінотеатрі та багато інших прогресивних рішень та можливостей [1].

Цікавим є аналіз конкретних випадків діджиталізації в різних галузях. Так, до прикладу, у фінансовому секторі виокремлюються криптовалюти, зокрема Bitcoin та Ethereum, що виступають як приклади успішної діджиталізації. Bitcoin надає можливість безпечних та анонімних фінансових транзакцій, уникнення посередників і глобальний доступ. Ethereum використовує технологію блокчейн для створення смарт-контрактів, що автоматизують угоди. Ці технології відкривають нові можливості для фінансового обміну та інвестицій. У медичній галузі Teladoc Health слугує прикладом телемедицини та електронних медичних записів, що полегшують доступ пацієнтів до консультацій через відеозв'язок та моніторингу їхнього стану в реальному часі.

Отже, в контексті сучасного бізнес-середовища діджиталізація є невід'ємною стратегією для підприємств, орієнтованих на ефективність та конкурентоспроможність. Аналіз конкретних випадків успішної інтеграції інформаційних технологій у фінансовому секторі та медичній галузі підтверджує великий потенціал цифрової трансформації для покращення операційної діяльності та розширення можливостей розвитку. Діджиталізація, у свою чергу, визначає нові парадигми взаємодії з клієнтами, підвищуючи конкурентоспроможність та відкриваючи перспективи для створення та вдосконалення продуктів та послуг.

Список використаних джерел:

1. Петриченко А.М., Білявський В.М. Діджиталізація: перспективи застосування інформаційних технологій для розвитку бізнесу. С. 406-407.
2. Томчук В.В. Використання діджитал-технологій для комплексної автоматизації бізнес-процесів на підприємстві.
3. Schwab K. The Fourth Industrial Revolution: what it means, how to respond. URL: <https://www.weforum.org/agenda/2016/01/the-fourth-industrial-revolution-what-it-means-and-how-to-respond/>

ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ БІЗНЕСУ: ПЕРЕВАГИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

С. В. ОГІНОК, к.е.н, доцент

П. А. КОРОЛЬКОВА, студентка

Я. М. ПАЧ, студентка

Львівський національний університет імені Івана Франка

У сучасному суспільстві набувають поширення інформаційні та цифрові технології, що зумовлює активний розвиток процесу діджиталізації. Діджиталізація, як процес проникнення інформаційних трансформацій в усі сфери суспільного життя почала розвиватись у 21-ому столітті з приходом ери цифрових можливостей. Сучасні технології використовують для ведення обліку та баз даних у лікарнях, магазинах та бібліотеках. Штучний інтелект використовується в медицині і діагностиці для аналізу медичних даних, виявлення патологій на ранніх стадіях та для розробки лікувальних планів. В Україні технології застосовують і для надання державних послуг через мобільний сервіс «Дія», розроблений Міністерством цифрової трансформації України.

Найбільший поштовх розвитку діджиталізації відбувся через пандемію COVID-19, коли соціальні контакти були обмежені й бізнесам довелося впроваджувати різноманітні технології, аби втримати своє місце на ринку. Нові цифрові технології дали можливість підприємцям перенести свою діяльність в онлайн-мережу, де вони отримали змогу продавати товари та надавати послуги.

Саме для бізнесу процес діджиталізації створює безліч нових можливостей, які роблять ті чи інші бізнес-проекти успішними і конкурентоспроможними. Сучасні інформаційні технології дають змогу створити структуровані звіти про діяльність підприємств, надають можливість вести торгівлю на маркетплейсах і проводити ефективну маркетингову кампанію в соціальних мережах. [1]

В наш час електронний бізнес стрімко розвивається, а обсяги роздрібною електронної торгівлі на віртуальному ринку продовжують зростати в усьому світі. Не зважаючи на це, досить велика частка підприємців ставиться до процесу діджиталізації з недовірою. Переважно це пов'язано з обмеженими знаннями продавців та споживачів про нові технології. Але світові тенденції щодо поширення діджиталізації сприяють підвищенню обізнаності та швидшому переходу до цифрового бізнесу.

Технології забезпечують підприємцям вихід на міжнародну інтернет-аудиторію, вираховують цільову аудиторію, автоматизують процеси продажів та прискорюють роботу людини, роблячи її більш ефективною. Діджиталізація надає бізнесу такі можливості, які не можна було уявити ще п'ятдесят років тому, значно спрощуючи вихід на глобальний ринок для малих локальних підприємств. [2]

Новітні інформаційні та цифрові технології також використовуються для збору аналітичних даних і їх подальшого використання для коригування стратегії компанії, створення індивідуального персоналізованого підходу до

кожного клієнта за допомогою аналітичних програм та штучного інтелекту. Зважаючи на усі ці переваги, все більше компаній схильються до впровадження цифровізації власного бізнесу. Тенденцію широкого впровадження діджиталізації підприємств можна відслідковувати у всьому світі. Так, за даними Євростату (рис. 1), майже 70% підприємств Європейського союзу в 2023 році користувалися цифровими технологіями. Країною-лідеркою у цьому процесі стала Данія, де показник використання електронних послуг становив близько 89%, у той час як найгірші результати серед досліджуваних країн мала Греція з показником 41%.

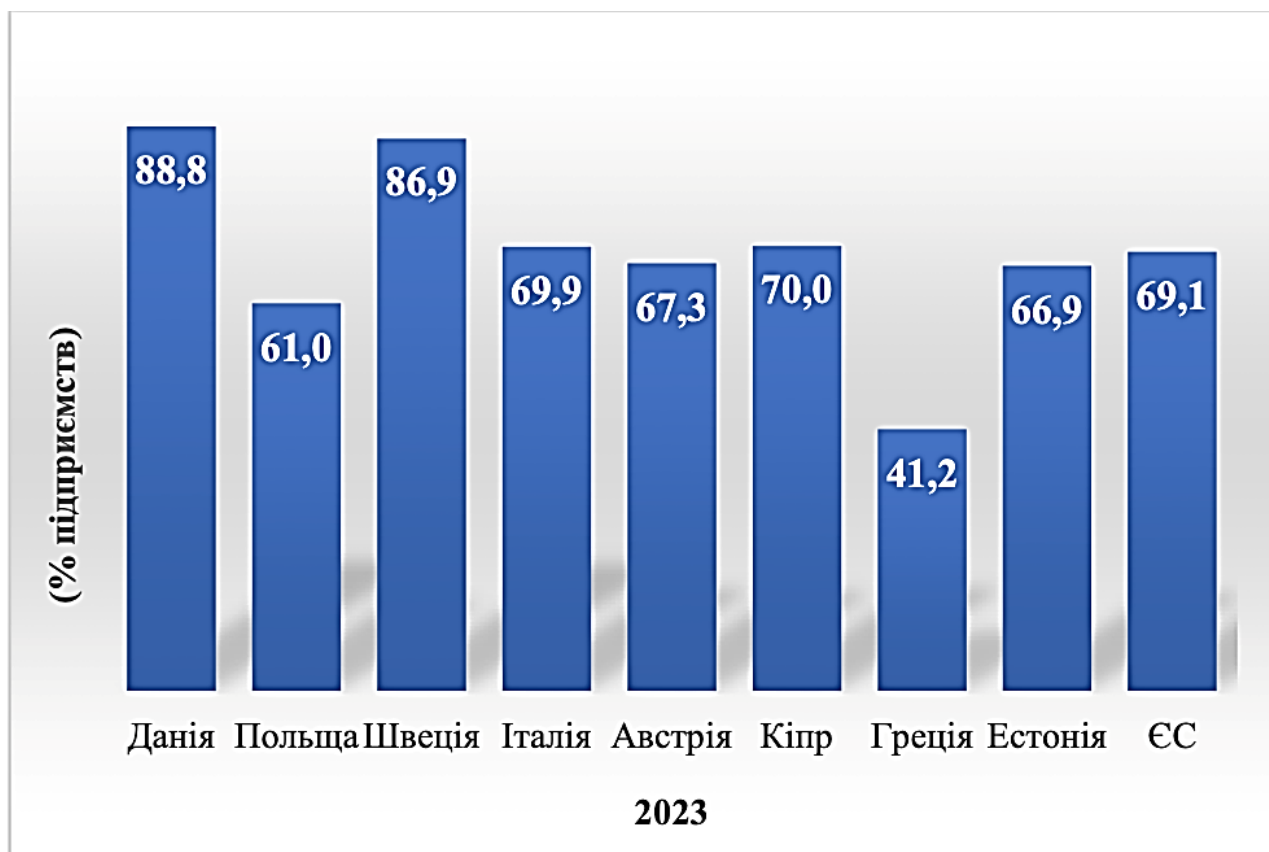


Рисунок 1 - МСБ із базовим рівнем інтенсивності цифрових технологій [3]

За оцінками Світового банку, розмір цифрової економіки становить від 4,5% до 15,5% світового ВВП, а на Сполучені Штати і Китай припадають майже 40% доданої вартості у світовому секторі ІКТ. Уся ця статистика підтверджує позитивну тенденцію процесів діджиталізації, яка вже стає невід'ємною частиною успішної роботи підприємств. [4]

Україна також приєднується до глобального процесу діджиталізації, хоч поки дещо повільнішими темпами. Рейтинг цифрової конкурентоспроможності України має певну тенденцію до зростання, проте країна і далі займає одну з найнижчих сходинок у переліку конкурентоспроможних країн за цифровим рейтингом (54 місце серед 64 країн у 2021 рік). [5]

Для конкурентоспроможності важливо використовувати актуальні цифрові рішення. Найпоширенішим інструментом є штучний інтелект, який автоматизує управління даними та покращує продуктивність. Також широким

використанням послуговується CRM-система, яка забезпечує омніканальність бізнесу. РІМ-система, у свою чергу, служить для керування даними про товари, автоматизуючи додавання інформації на сайт і суттєво зменшуючи час виведення його на вітрину. [6]

Таким чином, у сучасному світі просто не можливо уявити успішне ведення бізнесу без використання різноманітних цифрових технологій. Адже діджиталізація сприяє збільшенню ефективності процесів, оптимізації обробки даних, підвищенню продуктивності та полегшенню комунікації. Підприємства, які слідкують за останніми тенденціями в цифрових інноваціях і готові до їх впровадження, мають можливість адаптуватися до гнучких бізнес-процесів та володіють значно більшим потенціалом успіху.

Список використаних джерел:

1. Gurenko A.V., Gaschutina O.E. THE DIRECTIONS OF THE MANAGEMENT SYSTEMS DEVELOPMENT IN THE CONDITIONS OF THE DIGITALIZATION OF BUSINESS IN UKRAINE. *Economy and Society*. 2018. No.19. URL:<https://doi.org/10.32782/2524-0072/2018-19-113>

2. Діджиталізація в Україні: електронне врядування та держпослуги. *Головна*. URL: <http://week.dp.gov.ua/osvitnia-prohrama/pislya91/digitalizaciya-v-ukraini>

3. The Digital Economy and Society Index. European commission. URL: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/desi>

4. Піщуліна О. М. Цифрова економіка: тренди, ризики та соціальні детермінанти / Піщуліна О. М. // Київ – 2020. – 34 с.

5. Раєвнева О. В., Аксьонова І. В., Бровко О. І. Порівняльний рейтинговий аналіз стану та тенденцій діджиталізації українського суспільства та економіки. URL: https://www.problecon.com/export_pdf/problems-of-economy-2021-4_0-pages-56_66.pdf

6. Діджиталізація - спосіб розвитку бізнесу. Scallium. URL: <https://ua.scallium.pro/what-is-digital>

МОЖЛИВОСТІ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ БІЗНЕС СЕРЕДОВИЩА

А. І. НОСЕНКО

Університет імені Альфреда Нобеля

2023 р. став роком вибуху штучного інтелекту. Майже кожен другий менеджер будь-якого бізнесу використовує його у своїй повсякденній роботі. Тому, що завдяки штучному інтелекту можливо підвищити результативність співробітників: виконувати на 12,2% більше завдань, витрачаючи на 25,1% менше часу та отримувати на 40% більш якісні результати [1].

Метод змусити комп'ютер чи програмне забезпечення «мислити» як людський мозок отримав назву штучний інтелект (ШІ). Тому що він дозволяє машині виконувати завдання за заданими алгоритмами, дає прогнози та

рекомендації щодо виконання завдань, базуючись на великій кількості різних даних. Останні декілька років штучний інтелект став більш популярний серед споживачів в різних галузях, наприклад: медичної діагностики, наукової діяльності, будь-якому навчанні, електронній комерції, рекламі та інше [1,2].

Штучний інтелект в бізнес середовищі має широкі перспективи та відіграє важливу роль в підвищенні ефективності операцій на підприємствах. Також штучний інтелект не лише сприяє оптимізації бізнес процесів, а й надає можливості для більш ефективного спілкування з клієнтами, створення нової продукції, прогнозування та аналізу ринку і поведінки покупців. Розглянемо детально можливості штучного інтелекту в стійкої діджиталізації бізнес середовища.

На першому етапі будь якого бізнесу використання ШІ призводить до оптимізації ланцюгів постачання в умовах невизначеності та великої кількості економічних та військових ризиків. Також за допомогою штучного інтелекту можна ефективно поліпшити процес управління запасами. Алгоритми штучного інтелекту, які застосовуються для аналізу рівня запасів, часу доставки та попиту на товари, не тільки регулюють автоматично кількість товарів на складі, а ще сприяють точному прогнозуванню кількості товарів, які знадобляться пізніше. Це не тільки допомагає уникнути дефіциту товару на складі, але й дозволяє компаніям витратити кошти на запаси ефективно та збільшувати прибуток підприємства [3].

В той же час штучний інтелект може допомогти розробити зручні та ефективні маршрути з доставки товарів при внутрішньому переміщенні завдяки комплексному аналізу географічних даних, напруженості трафіку та інші факторів, що впливають на оптимізацію маршруту транспортного засобу. Це впливає на зменшення витрат на транспорт та скорочення часу доставки товару, на наш погляд, формат дії 20/40, який пропонують деякі сервіси у містах можливо забезпечити лише за допомогою ШІ, а саме налагодити швидку взаємодію між постачальниками та покупцями, тобто оформлення замовлень за 20 хвилин і постачання у будь яку точку міста на протязі 40 наступних хвилин [3].

Штучний інтелект є досить ефективним в обслуговуванні та взаємодії з клієнтами. Так звані чат-боти (ChatGPT - Generative Pre-trained Transformer це модель, "попередньо навчена") визначаються своєю здатністю автоматизувати взаємодію та надавати швидку відповідь на запитання клієнтів. Вони у змозі надавати різноманітні інформаційні послуги, такі як деталізована інформація про товари, їх характеристики та наявність, можливе навіть оформлення замовлення у будь-який час, який є зручним для клієнтів тобто підтримує присутність в інформаційному полі бізнесу в форматі 24/7. [2]

Також алгоритми ШІ дають можливість створювати персоналізовану комунікацію, яка будується на великих базах даних про покупки клієнтів, пошук на веб-сайтах, поведінку та інтернет сторінках покупців. ШІ може аналізувати дані з соціальних мереж для виявлення трендів, реакцій на продукти та відгуків клієнтів. На базі цих даних розробляються та створюються індивідуальні рекламні пропозиції, які будуть креативні та цікаві споживачам [4].

Отже, в підсумку можна сказати, що штучний інтелект відіграє важливу роль в сучасному бізнесі і може сприяти покращенню ефективності, прийняттю рішень та розвитку інновацій. Ось деякі з ключових ролей, які ШІ може відігравати в сучасному бізнес-середовищі:

1. Автоматизація процесів. ШІ може автоматизувати рутинні та повторювані завдання, звільняючи людей від монотонних обов'язків і забезпечуючи швидше та ефективніше виконання завдань.

2. Аналітика та обробка даних. ШІ може аналізувати величезні обсяги даних, виявляти тенденції та залежності, допомагаючи бізнесам приймати обґрунтовані рішення на основі даних.

3. Персоналізовані послуги. Використання ШІ дозволяє бізнесам створювати персоналізовані пропозиції та обслуговування для клієнтів, що може покращити їхню задоволеність та лояльність.

4. Прогнозування та стратегічне планування. ШІ може допомагати в прогнозуванні тенденцій, аналізі ризиків і розробці стратегій для оптимізації бізнес-процесів.

5. Комунікація та обробка інформації. ШІ може використовуватися для обробки та аналізу великих обсягів текстової інформації, автоматичної відповіді на запитання та забезпечення ефективної комунікації через різні канали.

6. Інновації та розвиток продуктів. Використання ШІ дозволяє підприємствам швидше реагувати на зміни в ринкових умовах, створювати нові продукти та послуги, а також впроваджувати інновації.

Список використаних джерел:

1. Boulton C. What is digital transformation? A necessary disruption. 2020. URL: <https://www.cio.com/article/3211428/what-is-digital-transformation-a-necessary-disruption.html> (Accessed 7.01.2024).

2. Гуренко А.В., Гашутіна О.Е. Напрями розвитку систем управління в умовах діджиталізації бізнесу в Україні. Економіка і суспільство. 2018. №19. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2018-19-113> (дата звернення 30.12.2023).

3. Устенко М.О., Руських А.О. Діджиталізація: основа конкурентоспроможності підприємства в реаліях цифрової економіки. Вісник економіки транспорту і промисловості. 2019. Випуск №68. С. 181-192.

4. Рябець, Юлія, Застосування штучного інтелекту у бізнес-процесах: правовий аспект. 2023, URL: https://biz.ligazakon.net/analitycs/224428_zastosuvannya-shtuchnogo-ntelektu-u-bznes-protsesakh-pravoviy-aspekt (дата звернення 5.01.2024)

USING BIM TOGETHER WITH ARTIFICIAL INTELLIGENCE TECHNOLOGY

N. BULANOVA, recipients of the third (educational and scientific) level of higher education

D. BULANOV, recipients of the third (educational and scientific) level of higher education

A.TARASENKO, recipients of the third (educational and scientific) level of higher education

National University "Poltava Polytechnic named after Yury Kondratyuk"

Today's building services projects are becoming more complex, and BIM technology is helping industry professionals work more efficiently and achieve better results. All elements of a building's MEP design can be modeled more accurately and costs can be calculated more realistically. Rapid modeling allows you to analyze and optimize engineering systems at the design stage before they are installed in a building. The ability to quickly and clearly visualize a BIM model can be used for more effective negotiations between project participants. The BIM model can be used to transfer design information to the construction site. The ability to store all information in a model, from concept development to completion of construction and beyond throughout the entire life cycle of the building, provides more accurate estimates of materials and equipment. It also allows you to perform preventive maintenance and keep records of engineering systems equipment during the operation of the building, and reduces the overall level of project risks thanks to proven, accurate and optimized design solutions for engineering systems. Helps reduce construction time and reduce construction costs by reducing installation errors and material consumption, and at the same time, improves the quality and efficiency of buildings that have less impact on the environment.

A BIM object is an accurate three-dimensional digital representation of a physical product. In addition to geometric parameters, the object also contains the technical characteristics of the real product. BIM objects are used when building a BIM model. For example, in the design of building engineering systems, BIM objects are used as components for system modeling. If the BIM object contains technical information that can be used by calculation software, it becomes possible to optimize the systems being modeled during the design phase and improve the efficiency of the various engineering systems within the BIM model. BIM 360 is a cloud-based collaboration and project management platform that supports construction industry workflows from design to operations.

Digital twins are gradually taking their place in the construction industry. A digital twin is a virtual model of a building that collects information using sensors, drones and other wireless technologies. The "double" is constantly learning, receiving information from various sources, including advanced analytics, machine learning algorithms and artificial intelligence. This provides extremely useful insight into the performance, function and profitability of a building, whether already built or under construction. In

the future, graphical BIM models will provide information to building maintenance systems.

During the design and construction of a building, the BIM model collects a huge amount of information. Interpreting and learning from data obtained from BIM models and previous projects helps avoid future mistakes and improve design and construction processes. However, people cannot process such large amounts of information. The new trend of using BIM together with artificial intelligence technology makes it possible to fully utilize all information, speeding up data processing and significantly increasing the efficiency of the construction process. Using artificial intelligence, BIM software can learn from data and identify patterns. It can then independently make decisions about how to automate and improve construction processes.

The use of cloud services simplifies work with construction projects. Instead of everyone on a project sending each other updated models once a week, and someone discovering that the wall they were working on has been moved, the entire team can work on the same model in real time. Everyone has access to the latest information and can be confident that it is up to date and work gets done faster.

All over the world, people are trying to build buildings using 3D printers. Benefits of using 3D printing include reducing waste and increasing recycling and reuse of materials. This technology also allows greater freedom for architectural designs, as 3D printers can handle curved shapes that are more difficult to make by hand. Thanks to advances in BIM, prefabricated and modular structures are once again gaining popularity. The ability to design building components accurately and in detail means that an increasing number of components can be manufactured off-site. The use of modular and prefabricated structures can reduce construction project time and increase efficiency because prefabricated components can be manufactured in optimal factory conditions and construction companies do not have to deal with limiting factors such as bad weather or short daylight hours. The use of virtual reality (VR) is becoming increasingly common in construction projects. For example, you can now take a virtual walk through a future building and see what it will look like after construction is completed. Virtual reality helps to better understand and present the project to all its participants: builders, investors and even future residents.

Augmented reality (AR) means the overlay of digital information on real objects in the surrounding world. There are countless options for using augmented reality in construction. This technology can be used to demonstrate the installation of new systems in existing buildings. For example, you can show how a pipe will pass through a roof or wall. Mixed reality (MR) is a combination of virtual and augmented reality. This means that the virtual object in question is so organically integrated into the real world that it appears to be part of it, like a hologram. This technology will also be important in the future for installation work.

BIM is a modern information modeling system at all stages of the life cycle of real estate. The introduction of BIM technologies ensures the completion of the entire chain of tasks (design-manufacturing – logistics-installation-control), improves the quality of control of construction work, implements many modern projects and brings the construction industry to a qualitatively new level. Most European countries introduced it widely at the state level in the past decade. With the help of BIM, a

number of problems in the construction industry can be solved: low level of digitization and outdated technologies, low productivity, ineffective management and use of resources, information exchange, current issues of environmental friendliness and energy efficiency, safety and transparency.

BIM allows you to digitize the construction process - create a calculation model of the object, floor plans and sketches of the main building elements, establish the sequence of installation and start of work with the control of all involved participants. In other words, using BIM tools, you can create a digital construction model with a unified reporting system for production, installation and ongoing daily monitoring. Specific advantages of implementing BIM: reducing the consumption of building materials and saving financial resources; reduction of construction time; reducing the cost of project development; minimizing the availability of warehouse stocks directly at the construction site, etc. BIM technologies still need to be tested at all stages of the creation of real estate objects, including during the design and construction of objects.

References:

1. BIM technologies in construction URL: <https://dedalsoft.com.ua/ru/blog/bim-tekhnologii-v-budivnitstvi>
2. BIM technologies in construction URL: <https://geopro.com.ua/service/3dmesh-bim/bim-technology.html>
3. Building Information Modeling URL: <https://www.magicad.com/>
4. How to create a website with PHP and MySQL URL: <http://ukrwebblog.org.ua/?p=39>
5. Modern innovative and information technologies in the development of society URL: <https://eugov.chmnu.edu.ua/wp-content/uploads/2016/05/Modern-Innovative-and-Information-Technologies-in-the-Development-of-Society.pdf>

ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВ: ДОСВІД УКРАЇНИ

Т. І. ДЕМ'ЯНЕНКО, к.е.н., доцент
Українська інженерно-педагогічна академія

У сучасній ситуації діджиталізація асоціюється з новітнім напрямком інформаційних технологій, який, по суті, відноситься до сфери сучасного виробництва. Незважаючи на те, що діджитал швидко застосовується безпосередньо, враховуючи його значний потенціал, він все ще перебуває в процесі становлення та розвитку, що визначає пріоритетність соціально-економічного розвитку. Очевидно, що цифровізація певною мірою визначає конкурентну позицію підприємств, що характеризується не лише ефективністю та продуктивністю, а й рівнем інноваційного розвитку. Це дозволяє застосовувати новітні цифрові комунікації, використовувати можливості через набуті навички та адаптацію до постійних змін навколишнього середовища.

Водночас діджиталізація сприяє розширенню інформаційного простору, створенню нових інформаційних продуктів та зниженню інформаційних витрат

[2]. Це значно прискорює та полегшує пошук інформації, взаємний обмін та сприяє зміцненню співпраці між підприємствами, що впливає на методи діяльності суб'єктів господарювання, які шукають хороших умов проживання людей, а також на якість взаємодії між населенням країни та її уряд. Зміни в економічних процесах, переорієнтація виробництва на надання послуг для створення багатства, глобалізація економіки під час появи процесів комп'ютеризації та діджиталізації є найважливішими ознаками розвитку суспільства нового типу, вважають науковці [3]. Цікавими є порівняльні дані про ступінь діджиталізації економіки та суспільства в цілому в різних країнах, особливо в рейтингу глобальної цифрової конкурентоспроможності [1]. Країни в цьому рейтингу порівнюють свою здатність розглядати та ефективно використовувати цифрові технології як спосіб трансформації нормативної практики, бізнес-моделей і суспільства в цілому. Ця оцінка базується на трьох комплексних факторах, які отримали такі загальні назви: знання, технологічне середовище, відкритість у майбутнє. Кожен із цих факторів поділяється на три підфактори, які далі деталізуються за допомогою шести показників. Фактор знань розуміється як система знань, необхідна для пошуку, розуміння та створення нових технологій, і поділяється на три підфактори: талант, освіта та переробка, наукова концентрація. Фактор «технологічне середовище» поділяється на підфактори: нормативно-правові умови, капітальні та технологічні рамкові умови.

Визначення нових орієнтирів розвитку підприємств шляхом діджиталізації є пріоритетним завданням через виклики сьогодення. Існуючі комунікації, системи мотивації, застарілі технології та стандартні рішення минулого втратили свою актуальність. У стані перманентних змін вони потребують інноваційної складової розвитку, яка є основою конкурентоспроможності.

Список використаних джерел:

1. Лазоренко Т. Діджиталізація як основний фактор розвитку бізнесу /Т. Лазоренко, І. Шолом // Збірник тез доповідей міжнародної науково-практичної конференції «Бізнес, інновації, менеджмент: проблеми та перспективи». Випуск №1, 2020 р. С.50-51.

2. Семилітко Д. Діджиталізація в дії: як цифрова трансформація бізнесу впливає на успіх компанії. Аудитор України. 2019. №5. С. 76–79.

3. Дем'яненко, Т. І., & Лапєєв, І. О. (2023). Стан розвитку діджиталізації в Україні.

ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ У ВПРОВАДЖЕННІ ЦИФРОВІЗАЦІЇ В ІНТЕРНЕТ-ТОРГІВЛЮ

С. В. ОГІНОК, к.е.н, доцент

В. ГУНЬКА, аспірант

Національний університет «Львівська політехніка»

Цифрові технології швидко поширюються в усіх сферах суспільства, особливо в економіці. Цифровізація, що означає впровадження цифрової трансформації, розвивається завдяки розвитку інформаційно-комунікаційних технологій. Зростання цифровізації, зокрема e-commerce, спричинило зростання попиту на нові способи торгівлі.

Історія цифровізації показує, що ці технології, незважаючи на те, що вони не є новими, набувають нового значення, що вимагає аналізу. Для розуміння подальших тенденцій цього явища важливо розглянути переваги та недоліки цифровізації в e-commerce.

Інтернет-торгівля стрімко розвивається завдяки швидкому розвитку цифрових технологій у наш час. Це є однією з найважливіших динамічних тенденцій її прогресу. Однак є як позитивні, так і негативні сторони впровадження потенціалу цифровізації в сфері e-commerce.

Впровадження цих технологій є складним процесом, який має багато аспектів. Незважаючи на значні переваги, вони не є стійкими через перешкоди, які перешкоджають ефективній цифровізації. Важливо відзначити, що відгуки клієнтів можуть бути проблемою для роздрібних торговців і навпаки. Оскільки кожен учасник Інтернет-торгівлі, як виробник, так і споживач, має індивідуальні точки зору на переваги та недоліки, неможливо визначити, чи є певний елемент загалом корисним чи шкідливим для Інтернет-торгівлі.

Крім того, ситуація неоднозначна щодо конкурентоспроможності. Цифровізація стимулює вдосконалення та зайняття лідерських позицій, що призводить до високого рівня конкурентоспроможності компанії. Використання інструментів цифровізації дає виробникам можливість пропонувати кращий асортимент товарів і ширший вибір. Але через зростання комерційної конкуренції в Інтернет-торгівлі та сама конкурентоспроможність може викликати проблеми.

Отже, для кожної компанії-продавця важливо виокремитися від конкурентів, створивши унікальність бренду, що сприяє впізнаваності та лояльності споживачів [1].

Спрощення роботи з великою кількістю даних також є значною перевагою впровадження потенціалу цифровізації в e-commerce, що насамперед забезпечує налагодженість діяльності підприємства. Крім того, використання сучасних технологічних інструментів автоматизації значно полегшує відстеження результатів діяльності компанії.

Цифровізація дозволяє виробникам-продавцям і споживачам спілкуватися швидше, зберігаючи позитивний імідж компанії та збільшуючи зацікавленість клієнтів завдяки постійному зв'язку.

Тим не менш, коли йдеться про недоліки впровадження цифровізації, важливо звернути увагу на складність організації операцій, зокрема управління онлайн-платежами. Автоматизація обробки електронних платежів, необхідна для онлайн-торгівлі, може коштувати більше.

Крім того, через постійний ризик шахрайства в онлайн-торгівлі багато споживачів все ще відчують певну недовіру до онлайн-платежів. Це є значним недоліком. Хоча онлайн-покупки дозволяють безпечно проводити покупки, клієнти можуть бути стурбовані безпекою своїх даних. Покупці можуть відмовитися від покупок в Інтернеті через складні або тривалі процеси. У деяких споживачів все ще є загальна недовіра до інтернет-торгівлі, що ускладнює подальший розвиток електронної комерції з потенціалом цифровізації [2].

Оскільки невиробничі витрати значно зменшуються за допомогою цифрових технологій, дигіталізація Інтернет-торгівлі також зменшує ціни на товари. Однак необхідні достатні логістичні витрати, щоб забезпечити налагоджену систему доставки товарів клієнтам. Тим не менш, обмеження прав споживачів є недоліком цифровізації електронної комерції. Під час онлайн-покупок покупець має можливість переконатися у якості товару, перевірити, чи він дійсно відповідає характеристикам, зазначеним виробником, тощо [2, 3].

Незважаючи на деякі значні недоліки сучасних технологій цифрової торгівлі в Інтернеті, є деякі значні переваги, такі як високий рівень конкурентоздатності, збільшення швидкості комунікації, спрощення та налагодженість процесу торгівлі, збереження позитивного іміджу продавця або навіть зниження ціни товару. Таким чином, незважаючи на постійно змінюючі процеси цифровізації, автоматизації та діджиталізації сучасного світу, зокрема Інтернет-торгівлі, цифрові інструменти продовжують відігравати важливу роль у галузі e-commerce. Таким чином, процес впровадження можливостей діджиталізації в сфері Інтернет-торгівлі відбувається досить динамічно, незважаючи на деякі недоліки та перешкоди в системі.

Міжнародне багатогалузеве опитування було проведено корпоративними лідерами та міжнародною компанією-розробником програмного забезпечення PTC Inc. [4], щоб визначити переваги та недоліки впровадження цифровізації. Мета полягала в тому, щоб визначити очікувані переваги впровадження цифрової моделі, визначити значні перешкоди, які виникають на шляху цифрової трансформації, і визначити три найважливіші переваги впровадження цифровізації [5].

Загалом, незважаючи на деякі недоліки, впровадження нових технологій, таких як цифрова трансформація та використання цифрових інструментів, безсумнівно, матиме позитивний вплив на динаміку невинного розвитку електронної комерції. Використання цифрових технологій у сфері e-commerce може значно полегшити, пришвидшити та зробити онлайн-торгівлю доступнішою. Таким чином, оскільки впровадження цифрових технологій у сфері Інтернет-комерції є однією з найбільш перспективних тенденцій у цій галузі, ще багато чого потрібно дослідити. Відповідно, оцінка основних тенденцій, які значно впливають на розвиток електронної комерції в умовах цифровізації, є надзвичайно важливою, щоб визначити основні переваги та

оцінити найбільші перешкоди на шляху впровадження цифрових можливостей у сфері електронної комерції.

Список використаних джерел:

1. 7 головних проблем e-commerce і шляхи їх вирішення // PaySpace Magazine [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://psm7.com/uk/internet/7-glavnyh-problem-e-commerce-i-puti-ix-resheniya.html>
2. Ховрак І. В. Електронна комерція в Україні: переваги та недоліки. – Економіка, фінанси, право. – 2013.
3. Leonardus N., Rizma B. eCommerce Advantages and Disadvantages You Should Know Before Starting an Online Store // Hostinger Tutorials [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.hostinger.com/tutorials/ecommerce-advantages-and-disadvantages>
4. Офіційний сайт «РТС» [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.ptc.com/en>
5. Digital Transformation Report by CorporateLeaders and PTC // PTC [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.ptc.com/en/technologies/plm/digital-transformation-report>

СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО ЯК ФАКТОР РЕГІОНАЛЬНОГО РОЗВИТКУ

А. РОМАНОВСЬКА, аспірантка

В. В. ВЕЛИЧКО, кандидат економічних наук, доцент

*Харківського національного університету міського господарства
імені О. М. Бекетова*

Останнім часом у країні з'являються нові виклики у вигляді чималої кількості соціальних проблем та вразливих груп населення, що змушує шукати нові та інноваційні підходи до їх вирішення.

Використання соціального підприємництва для вирішення таких питань, особливо на регіональному рівні, може стати ефективним механізмом для подолання цих проблем.

У порівнянні з державою приватний сектор здатний запропонувати інноваційні способи вирішення проблеми, може оптимізувати більшість бізнес процесів та раціональніше використовує фінансові, людські та інші ресурси. [1, с. 5]

Соціальне підприємництво – підприємницька діяльність, спрямована на позитивні інноваційні зміни у суспільстві: пом'якшення або вирішення соціальних проблем за рахунок доходів, отриманих від власної діяльності. [2, с. 5]

Серед українських авторів, які досліджують проблеми соціального підприємництва, можна відзначити роботи З. Варналія, З. Галушки [3, с. 16], О. Кіреєвої [4, с. 13], В. Удодової, В. Шаповал та інші. Однак, ґрунтовне дослідження ефективних інструментів розв'язання соціальних проблем здійснення соціально спрямованої підприємницької діяльності ще не здійснено.

У цьому контексті визначення й узагальнення зарубіжного досвіду становлення та розвитку соціального підприємництва та його адаптація до умов України є актуальним та представляє науковий інтерес.

Згідно дослідження соціального підприємництва в Україні в рамках проекту «EU4Youth - Розкриття потенціалу молодих соціальних підприємців в Молдові та Україні » від 2020р. сьогодні в Україні працюють близько 1000 підприємств, які можна віднести до соціальних. Основним механізмом утворення нових соціальних підприємств стала економічна згуртованість нових соціально незахищених верств населення – внутрішньо переміщених осіб, переселенців з Криму, ветеранів АТО, об'єднаних прагненням вирішення власних соціальних та економічних проблем.

Щодо географічного розташування соціальних підприємств, то найбільша кількість знаходиться у м. Київ (20%), Львівській (10%), Полтавській (6%), Донецькій (6%), Київській (5%), Запорізькій (5%), Харківській (4%) областях. Найменше соціальних підприємств у Волинській області. [5, с.8]

Більшість соціальних підприємств в Україні мають організаційно-правову форму фізична особа-підприємець з чисельністю співробітників до 10 осіб. [6]

Місія більшості вітчизняних соціальних підприємств належить до соціальної сфери:

- працевлаштування соціально вразливих груп населення;
- розбудова сприятливого середовища для розвитку місцевих громад;
- формування здорового способу життя;
- вирішення актуальних екологічних проблем чи покращення екологічного стану території.

Соціальне підприємництво може неабияк впливати на загальну ситуацію у регіоні. Адже з одного боку вирішується соціальна проблема, відбувається працевлаштування населення, а з іншого компанія отримує прибуток та сплачує податок у місцевий бюджет, що знову ж сприяє розвитку регіону. Таким чином маємо певний ефект синергії.

Відтак, соціальне підприємництво на національному та місцевому рівнях:

- сприяє розвитку економіки і суспільства, пропонуючи можливості для створення робочих місць і нових форм підприємництва та зайнятості;
- допомагає подолати соціальну ізоляцію (оскільки сприяє працевлаштуванню людей з обмеженими можливостями і представників груп ризику, а також тих, хто був безробітним тривалий час);
- сприяє розвитку широкого спектру соціальних послуг, що необхідні суспільству і які не охоплюються звичайним бізнесом (малоприбуткові, непрестижні, що потребують спеціальної професійної підготовки); знижує навантаження на місцеві бюджети у вирішенні соціальних проблем;
- активізує участь в суспільному житті громадян та об'єднує громади.

Таким чином слід підтримувати розвиток соціально бізнесу як на регіональному, так і на національному рівнях. Наприклад, органам місцевого самоврядування слід запровадити наступні заходи:

- відшкодовувати відсоткові ставки за підприємницькими кредитами;

- надавати приміщення в оренду для громадських організацій за пільговими ставками;
- залучати соціальні підприємства до публічних закупівель та соціального замовлення;
- відшкодувати 50% оплати участі у міських, всеукраїнських та міжнародних виставках;
- створити центри підтримки підприємництва;

Можна зробити висновок, що підтримка соціального підприємництва сприятиме забезпеченню сталого розвитку регіонів, покращенню макроекономічних показників, зменшенню соціальних проблем та загальному добробуту.

Список використаних джерел:

1. Розвиток соціального підприємництва в Україні. Біла книга. Під загальною редакцією Валерія Кокотя. – К., 2020. – 98 с.
2. Соціальне підприємництво. Бізнес-модель. Реєстрація. Оподаткування. / Долуда Л., Назарук В., Кірсанова Ю. – Київ, ТОВ «Агентство «Україна», 2017. – 92 с
3. Галушка З. Феномен соціального підприємництва: поняття та перспективи розвитку в Україні / З. Галушка // Вісник КНУ ім. Т.Шевченка. Серія «Економіка». – 2013. – Вип. 148. – С. 16-17.
4. Кіреєва О. Б. Соціальне підприємництво як інструмент державної соціальної політики / Кіреєва О. Б. – Київ, 2010. - 13 с.
5. СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО В УКРАЇНІ Економіко-правовий аналіз / ред. Каменко І. С. URL: <https://euneighbourseast.eu/news/publications/social-entrepreneurship-in-ukraine-economic-and-legal-analysis/>.
6. Назарук В. Каталог соціальних підприємств України 2016–2017 рр. Київ : Вид. дім "КиєвоМогил. акад., 2017. URL: https://socialbusiness.in.ua/knowledge_base/kataloh-sotsialnykh-pidpriemstv-ukrainy-2016-2017-rr/.

ЦИФРОВІ ПРАВА СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ СПРЯМОВАНOSTІ У ПРОФЕСІЙНІЙ АДАПТАЦІЇ ВЕТЕРАНІВ ВІЙНИ

О. В. ШАПОВАЛОВА, д.ю.н., проф.

НДІ правового забезпечення інноваційного розвитку Національної академії правових наук України

Після 24 лютого 2022 року в Україні відбулися важливі зміни економічної політики ситуативного характеру. За своїм змістом зміни ситуативного характеру актуалізували необхідність дослідження, передусім, правових проблем професійної адаптації ветеранів війни як необхідної складової в системі переходу від військової служби до цивільного життя.

У межах фундаментальної теми дослідження проблем правового забезпечення професійної адаптації ветеранів війни, яку виконують науковці НДІ ПЗІР Національної академії правових наук України, слід виокремлювати питання формування та реалізації цифрових прав у правовому механізмі професійної адаптації ветеранів війни до цивільного життя.

Фундаментальні наукові дослідження з проблеми розвитку потенціалу цифрових прав мають вагоме значення не лише для підвищення цифрової зрілості суспільства та адаптації до проблем та викликів для бізнесу в умовах воєнного стану. У правовому механізмі професійної адаптації ветеранів війни до цивільного життя вони теж посідають місце вагомому елементу. Цей елемент надає можливість дистанційно реалізувати трудовий потенціал ветеранів війни, а також запровадити й вести бізнес. Визначення поняття цього елементу має не лише суто практичне забарвлення

Проблеми запровадження цифрових прав вивчалися вітчизняними та зарубіжними дослідниками. Вагомих здобутків отримано О.М.Вінник у монографії «Право цифрової економіки» [1] та циклі статей, в яких визначено межі цифрової свободи, переваги і ризики цифровізації.

Попри повномасштабну агресію з боку Росії, наша країна опікується розширенням можливостей щодо реалізації цифрових прав як фізичними особами так і юридичними. Україна має суттєві успіхи у захисті персональних даних своїх громадян. Законом України «Про внесення змін до деяких законів України щодо забезпечення функціонування інформаційно-комунікаційних систем, електронних комунікаційних систем, публічних електронних реєстрів» передбачено можливість створення резервних копій державних інформаційних ресурсів та систем на окремих фізичних носіях у зашифрованому вигляді та їх зберігання, у тому числі за межами України (зокрема в закордонних дипломатичних установах України) протягом періоду дії правового режиму воєнного стану в Україні та шести місяців після його припинення чи скасування [2].

Так, як превентивний зсіб захисту персональних даних своїх громадян нашою державою забороняється розміщення та зберігання резервних копій державних інформаційних ресурсів та систем на території України, де органи державної влади України тимчасово не здійснюють свої повноваження, територіях держав, визнаних Верховною Радою України державами-агресорами, територіях держав, щодо яких застосовані санкції відповідно до Закону України «Про санкції», та територіях держав, які входять до митних та воєнних союзів з такими державами, забороняється.

Деталізацію процесу формування цифрових прав соціально-економічної спрямованості та вирішення проблеми їх реалізації у трудових, підприємницьких та інших соціальних відносинах необхідно обґрунтовувати та здійснювати на міждисциплінарних наукових засадах.

Аналіз наукових джерел показав, що існує перелік угруповань та окремих цифрових прав, забезпечення реалізації яких потребує сучасного нормативного врегулювання. Так, дослідники виокремлюють самостійну групу цифрових прав, яка за важливістю та значимістю для суспільства потребують конституціоналізації. Важливість дослідницького інтересу щодо можливості реалізації даних прав значною мірою впливає на реалізацію не лише цифрових прав, але й багатьох конституційних прав. Зокрема, таких як право на працю. Трудова компонента відіграє велике значення для забезпечення професійної адаптації ветеранів війни.

Водночас у трудо-правовому механізмі професійної адаптації ветеранів війни доцільною буде низка заходів, спрямованих на забезпечення контролю за використанням цифрових можливостей з боку роботодавця. Зокрема, виваженим кроком буде державна реєстрація відповідальних осіб за використання електронних ресурсів у сфері бізнесу та інших публічних сферах.

Науковцями вже доведена актуальність визначення основних засад відповідальності за недобросовісне та/або неконтрольоване чи ризиковане їх використання у сфері економіки; покладення низки додаткових обов'язків на відповідальний за цифровізацію уповноважений орган) та закріплення подібних механізмів у кодифікованому акті [1].

Належне функціонування контролю у системі адаптаційних механізмів як фундаментальних інструментів відповідної політики України щодо ветеранів війни забезпечується низкою оновлених законів та підзаконних актів. З прийняттям Закону України «Про цифровий контент та цифрові послуги» [3] потенційні можливості споживачів цифрових послуг підвищуються.

Аналіз вищенаведених аргументів доводить високий рівень цифрової зрілості нашої держави як суб'єкта створення, адміністрування та використання надбань цифровізації. Тому створення та залучення державних інституцій до контролю за утворенням й функціонуванням головних механізмів професійної адаптації ветеранів війни (як необхідної складової в системі переходу від військової служби до цивільного життя) надає науковцям нові завдання.

Завдання щодо обґрунтування теоретичних підходів досягнення співмірності наявних цифрових прав ветеранів в адаптаційному механізмі їх пристосування до цивільного життя є актуальним і важливим та відповідає критеріям пріоритетних тематик для України.

Список використаних джерел:

1. Вінник О. Право цифрової економіки: монографія. Київ: НДІ приватного права і підприємництва імені академіка Ф. Г. Бурчака НАПрН України, 2021. С. 50. 350 с.

2. Про внесення змін до деяких законів України щодо забезпечення функціонування інформаційно-комунікаційних систем, електронних комунікаційних систем, публічних електронних реєстрів: Закон України від 15.03.2022 № 2130-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2130-20#Text>

3. Про цифровий контент та цифрові послуги: Закон України від 10.08.2023 р. № 3321-IX. URL: https://ips.ligazakon.net/document/T233321?utm_source=biz.ligazakon.net&utm_medium=news&utm_content=bizpress01

ЦИФРОВІЗАЦІЯ ЯК КЛЮЧОВИЙ ДРАЙВЕР РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

О. О. РУДАЧЕНКО, д-р екон. наук, проф.

О. АКІМОВ, студент 2 курсу, ННІ Економіки і менеджменту
*Харківський національний університет міського господарства
імені О. М. Бекетова*

Цифрові технології - це сукупність технічних рішень, інструментів і методів, які базуються на використанні цифрової інформації, а також обробці, передачі і зберіганні цієї інформації з використанням комп'ютерних систем і інших сучасних технічних засобів [1]. Цифрові технології включають в себе різноманітні аспекти і застосування, такі як обробка даних, інтернет, програмування, штучний інтелект, інтернет речей, віртуальна реальність, блокчейн, кібербезпека та багато інших.

Основна сутність цифрових технологій полягає в тому, що вони ґрунтуються на обробці інформації у цифровому (бінарному) форматі, де інформація представлена у вигляді нулів і одиниць [2]. Це дозволяє здійснювати швидко, точну та ефективну обробку інформації, а також легкої зберігання і передачі через мережі.

Цифрові технології мають великий вплив на всі сфери життя, включаючи бізнес, науку, освіту, медицину, розваги та багато інших галузей. Вони дозволяють автоматизувати процеси, покращувати продуктивність, забезпечувати доступ до інформації та послуг в будь-який час і з будь-якого місця, а також створювати нові можливості для інновацій і розвитку.

Одним із прикладів технологій, які компанії використовують для використання інструментів, є хмарні платформи, такі як Microsoft 365 або Google Docs, які користувачі можуть використовувати на мобільних телефонах. Причина використання цифрових технологій полягає в тому, що вони прискорюють процеси, дозволяючи персоналу зосередитися на функціях вищого рівня, з якими технологія не може впоратися [1].

Таким чином, цифровізація надзвичайно важлива для підприємців та малого бізнесу з кількох ключових причин:

Збільшення охоплення та доступу до нових ринків. Цифрові інструменти дозволяють підприємцям просувати свій бізнес і продавати товари/послуги набагато ширшій аудиторії, а не лише локально. Такі інструменти, як інтернет-магазини, маркетинг у соціальних мережах, пошукова оптимізація тощо, відкривають глобальні ринки.

Зниження бар'єрів для входу на ринок. Онлайн-платформи та цифрові інструменти значно зменшують накладні витрати, пов'язані з фізичними торговими площами. Це робить запуск бізнесу доступнішим і доступнішим для більшої кількості підприємців.

Доступ до даних та інсайтів. Цифровізація надає підприємцям дані та інформацію про поведінку клієнтів, ринкові тенденції, ландшафт конкурентів

тощо. Це дозволяє їм приймати більш розумні, засновані на даних рішення щодо своїх пропозицій, ціноутворення, рекламних акцій тощо.

Покращення процесів та продуктивності. Цифрові інструменти спрощують внутрішні бізнес-процеси, такі як бухгалтерський облік, управління запасами, управління персоналом тощо. Автоматизація та аналітика допомагають підвищити продуктивність та ефективність підприємців, що особливо важливо для власників малого бізнесу.

Інноваційні можливості. Цифровізація сприяє інноваціям, уможлиблюючи нові бізнес-моделі, які використовують новітні технології. Підприємці вигадують інноваційні ідеї продуктів та покращують клієнтський досвід, збагачуючи його завдяки цифровим можливостям.

Отже, впровадження цифрових технологій допомагає вирівняти ігрове поле для підприємців. Це дає їм змогу конкурувати та відкривати нові джерела цінності, незважаючи на обмеження, пов'язані з капіталом, розміром та ресурсами. Розвиток цифрової грамотності стає майже обов'язковим для підприємців у 21 столітті.

Список використаних джерел:

1. DIGITAL 2023 «Your ultimate guide to the evolving digital world». <https://wearesocial.com/uk/blog/2023/01/digital-2023/>

2. Коненко В. В., Рудаченко О. О. Процес цифровізації підприємницької діяльності як спосіб забезпечення транспарентності господарювання. № 9 (2023): Ефективна економіка. DOI: <http://doi.org/10.32702/2307-2105.2023.9.9>

ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ДЛЯ ВІДДІЛУ МАРКЕТИНГУ: ЯК ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ ЗМІНЮЄ СТРАТЕГІЇ ПРОСУВАННЯ

А. А. ПАКУЛІНА, канд. екон. наук, доцент

Б. Є. КОКУНСЬВ, здобувач вищої освіти

*Харківський національний університет міського господарства
імені О. М. Бекетова*

У сучасному бізнес-середовищі, де швидкість та технологічна динаміка визначають успіх, відділ маркетингу стає основною точкою зіткнення між інноваціями та стратегіями просування. Інноваційні технології, які переплітаються з концепцією діджиталізації, змінюють парадигму маркетингової діяльності, надаючи компаніям нові інструменти та можливості для досягнення високої ефективності та конкурентоспроможності.

Застосування інноваційних технологій в маркетингу надає надзвичайні можливості для залучення уваги аудиторії, створення унікальних вражень та глибшого взаємодії з клієнтами. Відділ маркетингу стає катализатором перетворень, адапуючись до динамічного цифрового середовища та використовуючи інноваційні стратегії просування для досягнення більшого впливу на свою цільову аудиторію. У цьому контексті важливо розглянути, як інноваційні технології відзначаються у сфері маркетингу та як діджиталізація

модифікує стратегії просування, відкриваючи нові горизонти і можливості для бізнесу.

Головним напрямом інновацій у маркетингу безперечно варто вважати розвиток інтернет-маркетингу [3]. Більшість великих компаній та торговельних мереж в наш час пропонують можливість замовлення товарів і послуг через Інтернет, з подальшим самостійним отриманням їх в торговельному підприємстві або через поштові відділення та служби доставки. Це надає покупцеві ряд переваг, оскільки, по-перше, він може спокійно вибрати необхідний товар, ознайомитися з ціновими пропозиціями та відгуками інших покупців, здійснити замовлення та впевнено його отримати. Крім того, інтернет-маркетинг відкриває можливості створення індивідуальних купівельних профілів клієнтів з урахуванням статистики їхніх попередніх замовлень, що дозволяє цільово направляти рекламно-інформаційні повідомлення, стимулювати попит та формувати лояльність.

Новітній маркетинг пов'язаний також з глобальним трендом цифровізації багатьох сфер сучасного бізнесу [3]. Цифровізацією маркетингу прийнято називати зміни у виконанні маркетингових функцій підприємств, механізмів їх комунікації зі споживачами на основі цифрових технологій. Близькими за змістом, проте не завжди тотожними до «цифрового маркетингу» поняттями є «діджитал-маркетинг», «інтернет-маркетинг», «маркетинг 4.0», «веб-маркетинг», «онлайн маркетинг», «електронний маркетинг».

Впровадження новітніх технологій, таких як Інтернет, супутникові комунікації, системи віртуальної реальності, 3D-візуалізація, волоконна оптика, хмарні рішення та інші, дозволяє привертати нових клієнтів і розширювати ринок. Цифрова трансформація змінює традиційні канали маркетингових комунікацій, підвищуючи рівень їхньої технологічності та орієнтованості на клієнта. Цифровий маркетинг також відзначається можливістю швидко реагувати на зміни в попиті та індивідуалізувати ринкові пропозиції.

Важливим напрямом інновацій у сфері маркетингу є постійний розвиток технології доповненої реальності для підвищення результативності введення товарів та послуг на ринок, початково доповнена реальність знаходила своє застосування в індустрії розваг. Проте з часом її роль у маркетингових кампаніях стає ще більш важливою. Ця технологія орієнтована на доповнення фізичного світу за допомогою цифрових засобів у реальному часі. Її суть полягає в розширенні реального середовища за рахунок додавання цифрових елементів у режимі реального часу. Наприклад, це може бути віртуальне розташування меблів у приміщенні потенційного покупця або віртуальна примірка одягу з урахуванням його реальної фігури. Використання гейміфікації в маркетингових процесах, нестандартна та цікава презентація товарів, реальна допомога споживачам у виборі товару і досягнення вражаючого «вау-ефекту» свідчать про те, що технологія доповненої реальності в маркетингу має великий потенціал, і її популярність тільки зростатиме в майбутньому.

Одним з найпопулярніших трендів сучасного маркетингу є впровадження нейромаркетингу [2], який пов'язаний із впливом на підсвідомість споживачів з метою активізації продажу товарів та послуг. Нейромаркетинг вивчає сенсорні,

когнітивні та емоційні реакції споживачів на спонукальні маркетингові стимули і використовує відповідні способи впливу для досягнення маркетингових цілей. Згідно концепції нейромаркетингу більша частина пізнавальної активності людини, її мислення, емоції визначаються саме на рівні підсвідомості, тому використання відповідних засобів, а також досвіду фахівців-психологів у маркетинговій діяльності може забезпечувати хоча і непрямий, проте значний і довготривалий вплив на цільових споживачів.

Одним з напрямів маркетингу інновацій є впровадження технологій дизайн-менеджменту, які передбачають управління інноваціями на основі нових дизайнерських рішень стосовно продукту, його естетичних характеристик, застосовуваних кольорових гам, використання інноваційних матеріалів, нових видів упакування, створення додаткових зручностей у процесі споживання, товарних лінійок тощо.

Отже, внесення нововведень у сферу маркетингу представляє собою важливий напрямок у сучасному бізнес-середовищі. Ця тенденція дозволяє компаніям підвищити свою конкурентоспроможність і розширити горизонти власного бізнесу. В період економічних спадів це також дозволяє утримати стабільні позиції на вже завойованих ринках.

Список використаних джерел:

1. Антонюк Н. А. Останні тренди маркетингу 4.0. / Н. А. Антонюк // Маркетинг і логістика в системі менеджменту: тези доповідей XIII Міжнародної науково-практичної конференції. – Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2020. – С. 165-166.

URL: <https://lpnu.ua/sites/default/files/2020/12/23/paragraphs/9069/marketing-ta-logistika-v-sistemi-menedzhmentulviv2020.pdf>

2. Даглі І. І. Нейромаркетинг як сучасна технологія управління споживчою поведінкою / І. І. Даглі // Маркетингова освіта в Україні: збірник матеріалів V Міжнар. наук.- практ. Інтернет-конф. – К. : КНЕУ, 2021. – С. 173-176.

URL: <https://ir.kneu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/6a5236e7-7a7d-4648-add5-ad5de52f1cd3/content>

3. Костянчук К. В. Розвиток інтернет-маркетингу в умовах індустрії 4.0. / К. В. Костянчук // Маркетинг і цифрові технології. – 2022. – Том 6. – № 4. – С. 61–70. URL: <https://mdt-opu.com.ua/index.php/mdt/article/view/277>

ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ ПІДПРИЄМСТВ: ВПРОВАДЖЕННЯ В ЇХ ДІЯЛЬНІСТЬ ТЕХНОЛОГІЇ БЛОКЧЕЙН

А. А. ПАКУЛІНА, канд. екон. наук, доцент

І. С. ФАДЄЄВ, здобувач вищої освіти

Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова

Введення активного інформаційного обміну між організаціями та людьми по всьому світу спричинило бурхливий розвиток інформаційних технологій та

інновацій. Одним з сучасних ноу-хау є технологія blockchain, яку використовують підприємства по всьому світі, включаючи таких країн-лідерів з використання blockchain як: Австралія, Бразилія, Великобританія, Грузія, Естонія, Ізраїль, Канада, Китай, Німеччина, Об'єднані Арабські Емірати, США, Франція, Швеція. У 2018 році їх ряди поповнила і Україна, увійшовши до цього списку 14 країн-лідерів у впровадженні технології blockchain.

На даний проміжок часу актуальність технології blockchain полягає у захисті інформації від зловмисників шляхом її шифрування та децентралізації, для ускладнення викрадання інформації недобросовісними конкурентами чи використання її у шкідливих цілях країною агресором. Ще декілька десятків років тому людство не задумувалось про такий термін, як «діджиталізація». Проте розвиток засобів комунікації та інноваційних технологій став вирішальним фактором для запровадження діджиталізації на підприємстві [1]. Однією з таких інноваційних технологій є blockchain. Термін Blockchain своєю назвою частково характеризує принцип роботи самої технології. «Block» – це блок, «chain» – це ланцюжок. З чого слідує, що blockchain – це ланцюжок блоків. Але не просто ланцюжок. В ньому витримана строга послідовність, що визначена складними криптографічними функціями. Блоки – це дані про транзакції, угоди та контракти всередині системи, які представлені у криптографічній формі. Всі блоки вибудовані в ланцюжок, тобто послідовно пов'язані між собою. Для додавання (запису) нового блоку необхідна перевірка послідовності попередніх блоків [2]. Тобто, для фальсифікації інформації чи маніпулювання нею треба не тільки змінити нещодавні операції, але й переписати увесь ланцюжок зі строгою послідовністю і навіть при цьому за наявності інших децентралізованих версій реєстру blockchain можна одразу встановити незаконні маніпуляції з інформацією. Тому, щоб успішно фальсифікувати інформацію в blockchain, необхідно перерахувати його код та код всіх наступних блоків, а також мати доступ більш як до 50% вузлів мережі, що практично неможливо.

За принципом своєї роботи blockchain володіє такими перевагами як: децентралізація, прозорість роботи, безпечність, надійність. Будь-яка спроба внести несанкціоновані зміни буде відхилена іншими учасниками мережі [2].

Криптовалюти стали першими розробками, де була використана технологія blockchain. На фоні багатьох криз та конфліктів людство почало шукати способи альтернативного зберігання своїх заощаджень. Зародилася недовіра до банків та фінансових установ. Поява на ринку абсолютно нового продукту одразу ж викликала зацікавленість багатьох осіб. Капіталізація криптовалют почала зростати і досягла більших обсягів або рівних за річний ВВП розвинутих країн. Серед переваг використання криптовалют замість банків можна виокремити такі: доступність 24/7; фіксований розмір комісії незалежно від місцезнаходження сторін; швидка обробка транзакцій; збереження анонімності, достатньо просто мати девайс з під'єднанням до інтернету для початку використання послуг; відсутність єдиного серверу з даними користувача; відсутність можливості відхилення транзакції за різних обставин.

Банк може збанкрутитися, гроші певної країни – дуже швидко знецінитись, криптовалюти ж зазвичай не прив'язані до ситуації на певній території. Проте

стабільністю вони теж не можуть похизуватися, тому були створені так звані стейблкоїни – криптовалюти, які прив'язані до запасів звичайної валюти, або певних товарів (дорогоцінні метали, нафта). Їх курс коливається відповідно до активу, до якого вони прив'язані. Фінансові установи також можуть відчувати переваги використання blockchain, інтегрувавши його у свою систему платежів [3].

Сучасний світ пропонує багато варіантів програмного забезпечення для організації обліку, але у всьому цьому достатку автоматизації на поточний момент саме технологія blockchain виглядає дуже перспективною для податкового обліку й контролю [4, с. 201]. Blockchain є сам собі бухгалтером. Він відстежує всі фінансові операції в режимі реального часу, повідомляє про всі зміни й при цьому не допускає помилок або навмисних маніпуляцій з цифрами. Технологію вважають ідеальним бухгалтерським обліком, оскільки вона покликана розширити можливості ведення обліку та підвищити довіру суспільства до облікової інформації [5, с. 77].

Переваги впровадження цифрового бухгалтерського обліку в організаціях превалюють над супутніми їм проблемами, проте слід усвідомлювати те, що знадобиться ряд істотних заходів, що сприяють переходу до повної цифровізації, які включають як підготовку кваліфікованих кадрів, так і впровадження самих інформаційно-комунікаційних технологій, в тому числі підготовку необхідного обладнання, ресурсів, інформаційної бази [6, с. 11].

Blockchain буде використовувати інтернет, щоб дати можливість дрібним індивідуальним обліковим записам бізнес-рівня та інших баз даних взаємодіяти з базами даних інших подібних дрібніших (або навіть більших) бізнес-об'єктів. Це схоже на доставку пошти «від дверей до дверей» без проходження через центральне агентство по збору і поширенню, таке як поштове відділення або кур'єрська компанія. З цих та інших причин великі консалтингові та аудиторські фірми вкладають кошти в вивчення особливостей blockchain. Якщо вони зможуть запропонувати своїм клієнтам велику швидкість і точність, вони збережуть конкурентну перевагу [7, с. 34].

Використання технології blockchain не обмежується фінансовою та бухгалтерською сферою на підприємстві, в ній задіяна конфіденційна та важлива для підприємства інформація, що може бути захищена шляхом її шифрування у формі blockchain. Впровадження технології блокчейн дозволяє підприємству підвищити ефективність та результативність своєї діяльності, водночас забезпечуючи захист критично важливої інформації, не дозволяючи зловмисникам викрасти чи фальсифікувати її, завдяки цьому підприємство отримує конкурентні переваги від впровадження нових технологій та загальної діджиталізації процесів своєї діяльності.

Список використаних джерел:

1. Лігоненко Л., Хріпко А., Доманський А. (2018). Зміст та механізм формування стратегії діджиталізації в бізнес-організаціях. Інтернаука: міжнародний науковий журнал. Економічні науки. Вип. № 22 (62). С. 21–24.

2. А.В. Куліковський. Технологія blockchain як складова інформаційної безпеки. Кібербезпека: освіта, наука, техніка. No 4 (4), 2019 URL: <https://csecurity.kubg.edu.ua/index.php/journal/article/view/84/93>
3. Є.В.Мальков. Використання технології блокчейн. Перспективи її розвитку. К. 2021 URL: <https://ekmair.ukma.edu.ua/server/api/core/bitstreams/e719f7d3-fa9f-427a-bb0c-b0562b2ca0e8/content>
4. Ілляшенко К. В. Перспективи застосування технології блокчейн в бухгалтерському обліку. Інфраструктура ринку. 2020. №40. С. 198-202
5. Дубініна М.В., Сирцева С.В., Буганов О.В., Тусова Н.О. Blockchain-технологія як засіб трансформації бухгалтерського обліку. Modern Economics. 2018. № 12. С. 75–80.
6. Бруханський Р., Спільник І. Цифровий облік: поняття, витоки та актуальний дискурс. Інститут бухгалтерського обліку, контроль та аналіз в умовах глобалізації. 2020. Випуск 3-4. С. 7-20.
7. Ярощук О., Белова І. Технологія блокчейн в бухгалтерському обліку та аудиті. Інститут бухгалтерського обліку, контроль та аналіз в умовах глобалізації. 2020. Випуск 3-4. С. 28-44.

СЕКЦІЯ 6

ПРОБЛЕМИ ТА ВИКЛИКИ ДЛЯ БІЗНЕСУ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

А. А. ПАКУЛІНА, канд. екон. наук, доцент

К. Є. РЕВ'ЮК, здобувач вищої освіти

Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова

Повномасштабна війна, це те з чим зіткнулось наше суспільство в 2022 році. Країна переживає жахливі часи і звісно це все відображається на людях, просто робітників та власників підприємств. В когось бізнес постраждав в прямому сенсі від влучання снарядів, в когось бізнес і все майно раптом опинилось під окупацією. Комуś прийшлося вивозити бізнес і навіть працівників по інших містах України, комуś навіть закордон. Хтось втратив все, а хтось незважаючи ні на що продовжує робити свою справу, розвиватись, платити податки та відправляти донати, тобто допомагати своїй країні вистояти та своїм людям вижити. Звісно в такі часи бізнес стикається з купою проблем та викликів, на які потрібно швидко реагувати, вирішувати та підлаштовуватись під нову реальність. Летять ракети, звучить «Повітряна тривога» - потрібно йти ховатись, не хехтувати життям та здоров'ям своїх працівників та клієнтів, постійно переживати чи вціліє приміщення, товар або обладнання, комуś щастить, а комуś ні.

Коли все ж «прилітає», власнику потрібно шукати кошти на відбудову, щоб якомога швидше повернути робочий процес та отримати як найменше збитків. Інші проблеми – це підбір або зміна персоналу, хтось виїхав, або не поїхав коли підприємець перевозив, хтось йде захищати країну, хтось до останніх сил йде допомагати – волонтерити. Наступне питання – це сировина чи продукція для використання при наданні послуги, більшість імпорту або експорту було саме з сусідньою країною, через що тепер потрібно шукати нових надійних постачальників та сировину. Також ще однією дуже важливою проблемою є втрата клієнтів або втрата налагодженого збуду виготовленої продукції через нестабільність, невизначеність, нестачу коштів тощо.

Ще одне випробовування прийшлося пройти нашим підприємцям – це енергетичний дефіцит. Незважаючи на те, що ситуація з електрикою в Україні в цьому році налагодилась, багато регіонів країни донедавна страждали від дефіциту електроенергії. І якщо для побутових споживачів проблемою була неможливість використання приладів, до яких вони звикли, то для підприємств відсутність електрики означала зупинку виробництва, тобто збитки. Щоб цього не сталося, компанії домовлялися з енергетиками, скільки енергії вони можуть використовувати в певний період часу. Відповідним чином коригувався графік

роботи – найбільш енерговитратні процеси компанії змушені були виконувати вночі та на вихідних. Така ситуація в енергетиці попри нинішнє покращення зумовлює великий інтерес до проектів енергонезалежності, таких як створення станції альтернативної енергетики, які дадуть змогу компанії можливість у подальшому не залежати від зовнішнього електропостачання.

Тобто з цього всього можна виділити головні проблеми сучасного бізнесу – це зниження купівельної спроможності населення, відтік персоналу за кордон та мобілізацію працівників, а також руйнування критичної інфраструктури країни.

Тим не менш, бізнес продовжує працювати, як і до початку повномасштабної війни. Більше того, підприємці з певним оптимізмом дивляться на перспективи розвитку, не дивлячись ні на що закладають план активного або помірному розвитку до своїх стратегій. Деякі підприємці вважають, що війна стане фактором швидкого зростання та розвитку України. А ще як не дивно, воєнний стан не тільки закриває певні двері, а й відчиняє нові. Так, зросла кількість замовлень для оборонного відомства. Правила громадської безпеки є більш суворими, і це дає певним компаніям змогу збільшити обсяг продажів відповідних товарів та кількість наданих послуг.

Крім цього, українські підприємці визначають ряд найпріоритетніших завдань, над якими вони працюють – це розширення клієнтської бази та цільової аудиторії, адаптація стратегії та фокусу бізнесу під актуальні потреби ринку, пошук нових логістичних шляхів і постачальників, пошук фінансування інвестицій або нових партнерів, вихід на міжнародний ринок. За наведеною інформацією стає зрозуміло, що потреби та поведінка споживачів дуже змінилися, а це безпосередньо впливає на те, що саме потрібно бізнесу для повноцінного відновлення функціонування. Тому більшість компаній вважають найактуальнішою задачею саме пошук нових клієнтів.

В умовах воєнного стану бізнесам слід приймати цілеспрямовані стратегії виживання, спрямовані на збереження безпеки, стабільності та можливості подальшого функціонування. Розглянемо кілька стратегій, які можуть бути корисними:

1. Аналіз та оцінка ризиків: оцінка загроз – аналіз потенційних ризиків для бізнесу в контексті воєнного конфлікту. Потрібно розглядати можливі сценарії та розробляти плани дій для кожного з них.

2. Безпека працівників та активів: евакуація та захист персоналу – розробка планів для евакуації персоналу у безпечні області та забезпечення їх безпеки; захист активів – вживати заходи для захисту фізичних та інтелектуальних активів бізнесу.

3. Резервні плани та дублювання: дублювання даних – зберегти копії важливих даних та документів у безпечних місцях; альтернативні постачання – знайти альтернативні джерела постачань та резервних постачальників.

4. Кризовий комунікаційний план: зв'язок з персоналом – розробити чіткий план комунікації для інформування персоналу про поточну ситуацію та інструкції щодо дій; взаємодія з громадськістю – сформулювати стратегію зв'язків для взаємодії з клієнтами.

5. Фінансова стабільність: диверсифікація інвестицій – розподілити інвестиції для зменшення фінансового ризику; планування ліквідності – забезпечити достатні резерви ліквідності для забезпечення фінансової стабільності.

6. Співпраця з іншими бізнесами: об'єднання зусиль – розглянути можливості спільної діяльності та співпраці з іншими підприємствами для збільшення шансів на виживання та відновлення.

7. Плани відновлення: розробка планів відновлення – підготувати плани для відновлення бізнесу після закінчення війни; оцінка збитків – провести докладну оцінку збитків та розробити стратегії поетапного відновлення.

Загальна мета цих стратегій – забезпечити бізнесу можливість виживання та відновлення в умовах воєнного конфлікту, а також мінімізувати вплив на його персонал, активи та репутацію.

ГОЛОВНІ ВИКЛИКИ ДЛЯ УКРАЇНСЬКОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

А. А. ПАКУЛІНА, канд. екон. наук, доцент

О. В. ОВЕРЕДНА, здобувач вищої освіти

*Харківський національний університет міського господарства
імені О. М. Бекетова*

Українські підприємці дуже суттєво постраждали від війни, яку розпочала проти мирної України кривава росія. Ці збитки вираховуються десятками мільярдів доларів. Вітчизняний бізнес з початку повномасштабного вторгнення агресивної росії на територію України зазнав значних збитків та руйнувань. За даними проведеного Міністерством цифрової трансформації опитування, з початку війни досі 47 % підприємств зупинені або майже зупинені, а загальні прямі втрати малого та середнього бізнесу з 24 лютого оцінюються в 85 млрд доларів. Падіння валового внутрішнього продукту України становить мінімум 30-35 %, це створює значні виклики для бізнес-активності громадян. Як наслідок, це сприяє зростанню безробіття, зменшенню доходів найманих працівників та сплачених податків до державного та місцевого бюджетів.

Серед основних проблем, які не дозволяють відновлюватися та розвивати бізнес під час війни, – мала кількість платоспроможних клієнтів, непрогнозованість розвитку ситуації в країні та відсутність достатнього капіталу. Через це лише 6 % бізнесу адаптувалося до умов та змогли побудувати стратегію та бізнес-плани в умовах нових реалій. Однак, на щастя, попри такий малий відсоток, багато українських підприємців знаходять ресурси та продовжують підтримувати державу та допомагати нашим героїчним збройним силам. Зокрема, понад 38 % співробітників та керівників підприємств допомагають у ці складні часи нашій державі самостійно, у майже 32 % випадків це є важливою частиною всього бізнесу та колективу, 24 % допомагають шляхом розвитку бізнесу й робочих місць. При цьому лише 7 % представників бізнесу не мають можливості допомагати.

З початку вторгнення в Україну влада попри негативні наслідки для дохідної частини держбюджету достатньо суттєво лібералізувала оподаткування для підприємців, щоб підтримати бізнес. Варто згадати лише надане у перші дні війни право фізичним особам-підприємцям та юридичним особам з оборотом до 10 млрд. грн. сплачувати єдиний податок з обороту в обсязі 2%, скасовані мита, митні збори та податок на додану вартість (20 %) на імпортні товари, скасований акциз та зменшене ПДВ на паливо до 7%, звільнення фізичних осіб-підприємців 1-2 групи від сплати єдиного податку тощо. При цьому був запроваджений мораторій щодо ненарахування штрафів та пені для бізнесу та громадян.

Порушення традиційних логістичних ланцюжків значно вплинуло на постачання сировини та на спроможність підприємств працювати на повну силу. І допоки тривають активні бойові дії на сході країни про повне відновлення маршрутів та ланцюжків постачання говорити важко. При цьому у Раді бізнес-омбудсмена повідомили, що останнім часом спостерігається збільшення кількості звернень бізнесу з бюрократичних податкових питань, які переважно стосуються реєстрації накладних, невиконання судових рішень та включення в переліки ризикових платників. В Українському союзі промисловців і підприємців також наголошують, що зараз, як ніколи, потрібні автоматична реєстрація податкових накладних та своєчасне відшкодування в автоматичному режимі ПДВ експортерам.

В Україні триває урядова програма з переміщення бізнесу у безпечні регіони для продовження повноцінної роботи. За офіційними даними, завершили переїзд 606 підприємств, 390 з них вже відновили роботу на нових майданчиках у західних регіонах України. Загалом на переміщення бізнесу у цифровій платформі зареєстровано 1612 заявок. Як підкреслили в Українському союзі промисловців і підприємців, наразі темпи переміщення українського бізнесу із прифронтових територій, зон активних бойових дій в рази більші до країн ЄС, ніж в умовно безпечні області України.

Українські підприємці через заблоковані російськими піратами порти не мають змогу повному обсязі виконувати експортні замовлення. Як повідомили в Раді бізнес-амбудсмена, в цих умовах потребує додаткового узгодження режим експорту української продукції в треті країни транзитом через територію Євросоюзу. Окрема проблема, яку слід виділити при експорті за кордон – це налагодження ефективної логістики. Через війну в Україні виник дефіцит морських контейнерів, транспортування товарів залізничним шляхом стало неможливим. Транспортування через війну здійснюють автошляхами. Разом з тим, коли товар розвантажується з автомобіля у вантажні контейнери в порту, то допустима вага контейнерів має складати біля 27-30 тонн. Виходить, що відправляти контейнер на третину недовантаженим є для підприємців економічно не вигідно.

Зрозуміло, що нові умови роботи проявлять ще багато проблем, які будуть вимагати оперативного реагування влади та самих підприємців. Україна зараз перебуває у важкому економічному становищі у зв'язку з війною. З одного боку, важливо підтримувати роботу бізнесу та економіки, а з іншого – необхідно фінансувати армію та соціальні видатки. Через це виникає очевидний конфлікт

між державою та представниками бізнесу, який необхідно вирішувати шляхом діалогу. Потрібно шукати збалансовані шляхи виходу з ситуації, які допоможуть і наповнити бюджет, зокрема шляхом вирішення проблем з логістикою так експортом, і шукати оптимальну модель системи оподаткування. Тільки так ми зможемо як найшвидше перемогти ворога і повернутися до мирного життя.

Головним викликом для бізнесу стали постійні удари рашистів по енергетичній системі України, що призводили до частих і тривалих відключень електроенергії. Згідно зі статистикою Європейської Бізнес- Асоціації 89% приватних компаній та державних підприємств відчували на собі наслідки ударів рф по енергетичному сектору. Бізнес був змушений шукати альтернативні джерела електроенергії, та збільшити витрати на транспорт та розхідні матеріали. Крім цього, на дохід компаній значно вплинуло і скорочення продуктивних годин та постійне переривання робочих процесів.

Серед інших викликів підприємці визначають:

- знищення логістичних шляхів, дефіцит транспортних засобів та значне підвищення цін на пальне;
- необхідність у перегляді стратегій продажів та маркетингу;
- нестачу кадрових фахівців через мобілізаційні заходи та виїзд українців за межі країни;
- втрату компаній та держав-партнерів;
- обмежене зовнішнє і внутрішнє інвестування та блокування національними банками кредитних коштів;
- значне зростання цін на енергоресурси, сировину і матеріали.

Окремим викликом стала й окупація частини територій, через яку компанії тимчасово втратили доступ до своїх виробництв і складів. Крім цього, українські підприємці визначили ряд найпріоритетніших завдань над якими вони працюють. Серед найпопулярніших є: розширення клієнтської бази та цільової аудиторії; адаптація стратегії та фокусу бізнесу під актуальні потреби ринку; пошук нових логістичних шляхів і постачальників; пошук фінансування/інвестицій або нових партнерів; вихід на міжнародний ринок.

ПРОБЛЕМИ УКРАЇНСЬКОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ ТА ШЛЯХИ ЇХ РОЗВ'ЯЗАННЯ

Д. О. БАРАБАСЬ, к.е.н., доцент

Київський національний економічний університет ім. В. Гетьмана

На перший погляд, функціонування бізнесу в країні, на території якої проходять повномасштабні воєнні дії, є суцільною проблемою. З моменту початку російської військової агресії найбільш постраждалими в Україні стали люди, житловий фонд, інфраструктура і, звичайно, бізнес.

Серед проблем, з якими стикаються українські компанії останні два роки, представники бізнесу виокремлюють:

- руйнування споруд й інфраструктури внаслідок військових дій. У мережі «Ельдорадо» за перший рік війни було зруйновано 6 магазинів, ще 3

потрапили під тимчасову окупацію, а цілих 25 закриті чи заморожені внаслідок зміни споживчого попиту, зниження трафіку, через вимушену міграцію та з міркувань зниження витрат на утримання торгових приміщень, логістику та готовий до роботи персонал. За той же час знищено один із центральних складів, постраждали активи, що знаходились в магазинах у Маріуполі, Херсоні, Бучі, Мелітополі, Ірпені, Новій Каховці, Харкові, Бердянську, Броварах та Києві. За два роки було закрито майже половину – 65 магазинів [7].

Для запобігання подібних втрат багато компаній переносять свої виробничі, складські приміщення до віддалених від військових дій регіонів, диверсифікують логістичні ризики, трансформують збутові мережі тощо.

- падіння купівельної спроможності населення. За офіційними даними, інфляція за два роки перевищила 30%, проте реальне зростання споживчих цін в магазинах по окремих товарних групах значніше. Ще гірша ситуація зі скороченням кількості споживачів. Вже у 2021 році фахівці ООН постулювали вкрай високі темпи скорочення населення України, зумовлені сукупністю чинників. Це і низька народжуваність, і значний рівень смертності. Особливо ж цьому сприяло стабільне нарощування зовнішньої міграції українців [2].

З початком війни тенденції драматично загострились. За станом на 04 травня 2023 року в Україні проживало вже 29 млн. осіб, і ці оцінки можуть бути завищеними. До 9 млн. українців не повернулись додому, виїхавши за кордон з початку вторгнення. Економічно активного населення нараховувалось лише до 12 млн., з них до 3 млн. безробітних. Не даремно в Українському інституті майбутнього побоюються, що скоро в Україні не буде кому створювати ВВП [4]. І розв'язати ці проблеми на рівні бізнесу нереально. Часткове пом'якшення ситуації для окремої компанії можливе за умов виходу на зовнішні ринки, диверсифікації діяльності тощо. Звичайно, ці шляхи довгі і капіталомісткі, тож навіть лідери своїх індустрій – «Нова Пошта», Ukron, Monobank, Liki24 – важко і поступово намагаються вийти на іноземні ринки [3].

- наслідком попередніх стала проблема забезпечення кваліфікованим і мотивованим персоналом. Міграція, призов до лав збройних сил України впливають на персонал компаній і на ринок праці країни. Падіння реальних доходів знижує мотивацію кадрів. Загалом, компанії обмежують період планування одним роком, що додає невпевненості їх працівникам. Компанії компенсують брак персоналу, дозволяючи працювати віддалено, переводячи бізнес-процеси до віртуального середовища, розвиваючи існуючий персонал тощо.

- зміна структури споживчих вподобань українців, що спричиняє дефіцит одних товарних позицій і затоварювання по інших позиціях товарів (а також падіння попиту на окремі послуги). Трохи допомагає у розв'язанні цієї проблеми використання оптимізованого програмного забезпечення з управління запасами та з прогнозування попиту, у т.ч. на основі штучного інтелекту [6]. Проте для монопродуктових компанії ця проблема може стати руйнівною.

- періодично актуалізується проблема відключень електроенергії. Це навіть сформувало цілий сегмент пристроїв альтернативного та безперебійного енергопостачання. Якщо для побутових споживачів відключення означає, що не

працюють електроприлади, то для підприємства – це зупинка виробничого процесу і порушення графіку поставок. Тому нещодавно одна з буковинських компаній презентувала проєкт автономного енергопостачання на основі використання альтернативних джерел енергії [5].

- сукупність негативних трендів спричиняє падіння прибутковості компаній. Наприклад, навіть за зростання у 2023 році виручки закладів громадського харчування України на 30%, відвідуваності – на 10%, а середнього чеку – на 18%, рентабельність цього бізнесу знизилась у 38% рестораторів, не змінилася у такої ж кількості, а лише чверть з п'яти тисяч опитаних компанією Poster підтвердила зростання рентабельності [1]. Поліпшенню ситуації сприятиме всебічне зниження витрат і, особливо, втрат на підприємстві, освоєння продукції та послуг з високою доданою вартістю, гнучке реагування на запити ринку.

- не додають оптимізму проблеми з кредитуванням. Військові дії спричиняють високу облікову ставку, через що і вартість кредитних ресурсів є чималою. Можна спробувати долучитись до міжнародних, державних і навіть регіональних програм здешевлення кредитів для підприємців та лібералізації вимог до кредитної застави. Доволі популярною ініціативою з підтримки бізнесу залишається урядова програма "Доступні кредити 5-7-9%", проте доступна вона не всім [5]. Альтернативами також є залучення коштів інвесторів, пошук грантів, збір пожертв тощо.

Поки на території України продовжуються військові дії, залишаються актуальними відповідні проблеми, а компанії вимушені активно шукати незайняті ніші, виходити на закордонні ринки, диверсифікувати діяльність і ризики. Мінімізація та запобігання втрат вітчизняних підприємств можливі за умов системного прогнозування проблем та швидкої реакції на виклики середовища.

Список використаних джерел:

1. Антонюк Т., Маранчак М. Як змінилися виручка, середній чек і відвідуваність закладів харчування в 2023 році. Три висновки і дев'ять інфографік із дослідження Poster / Тетяна Антонюк, Микола Маранчак. Forbes, 17 січня 2024 р. URL: <https://forbes.ua/company/yak-zminilasya-viruchka-seredniy-chek-i-vidviduvanist-zakladiv-kharchuvannya-u-2023-rotsi-tri-visnovki-i-devyat-infografik-z-doslidzhennya-poster-17012024-18559>

2. В ООН прогнозують скорочення населення України до 35 млн до 2050 року. 28.11.2021. URL: <https://interfax.com.ua/news/general/782575.html>

3. Гензель Ю. Розвиток під час війни: 5 головних проблем українського бізнесу / Юліана Гензель, 3 серпня 2023 р. URL: <https://mind.ua/openmind/20260808-rozvitok-pid-chas-vijni-5-golovnih-problem-ukrayinskogo-biznesu>

4. Марущак О. Скільки залишиться українців після війни: експерти про скорочення населення та катастрофічне співвідношення жінок і чоловіків / Олександр Марущак. URL: <https://tsn.ua/exclusive/skilki-zalishitsya-ukrayinciv->

pislya-viyni-eksperti-poyasnili-chomu-skorochuvatimetsya-kilkist-naselennya-2358379.html

5. Наумов С. Як український бізнес виживає під час війни / Сергій Наумов. Економічна правда, 6 березня 2023 р. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2023/03/6/697711/>

6. Симоненко К. Дефіцит і затоварювання: з якими складнощами стикається світовий рітейл та як їх можна вирішити / Костянтин Симоненко. Асоціація рітейлерів України, 16.08.2023. URL: <https://rau.ua/novyni/deficit-i-zatovarjvannja-ritejl/>

7. Шаріпов О. Незолоте «Ельдорадо». Черговий бізнес Віктора Поліщука обростає проблемами – борги, закриття магазинів. Що відбувається з одним із найбільших продавців техніки / Олександр Шаріпов. Forbes, 18 серпня 2023 р. URL: <https://forbes.ua/company/nezolote-eldorado-chergoviy-biznes-viktora-polishchuka-obrostaе-problemami-borgi-zakrittya-magaziniv-shcho-vidbuvaetsya-z-odnim-z-naubilshikh-prodavtsiv-tekhniki-18082023-15473>.

РОЗВИТОК ВІТЧИЗНЯНОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ВОЄННОГО ЧАСУ

А. А. ПАКУЛІНА, канд. екон. наук, доцент

К. С. ТРУХОНЬ, здобувач вищої освіти

Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова

Бізнес – це певна діяльність, що здійснюється безпосередньо юридичними особами та підприємцями з метою отримання прибутку в межах закону даної країни. Ведення будь-якої підприємницької діяльності відіграє вагомий роль в економічному розвитку будь-якої держави, адже саме завдяки оптимальній роботі бізнесу відбувається формування вагової частки у структурі ВВП, наповнення держбюджету та створення робочих місць для населення. Однак, активні бойові дії на території України, які тривають довгий період часу, призвели до руйнівного впливу економіки та функціонування бізнесу. З 24.02.2022 року більше 40% підприємств повністю або майже повністю припинили свою роботу. Причинами для цього слугувало багато факторів: зруйнована інфраструктура, окуповані території, різке зниження попиту на певні товари чи послуги, проблеми з доставками, тощо. Тому в умовах війни одним із найголовніших завдань держави є надання ефективної політичної підтримки розвитку підприємницької діяльності з метою створення сприятливих умов для його стабілізації. Отож Верховна Рада України сформувала заходи, спрямовані на допомогу у веденні бізнесу в умовах воєнного стану.

На нашу думку, варто розпочати зі змін в сфері оподаткування. З 01.04.2022 року дозволено використання спрощеної системи оподаткування, тобто встановлено для платників єдиного податку третьої групи ставку в розмірі 2 % від обороту не більше 10 млрд. грн без ПДВ. В свою чергу, платники першої та другої групи зможуть не сплачувати єдиного податку взагалі. Застосування даної системи оподаткування доходу передбачає включення податку на додану

вартість до складу єдиного податку. Підприємці даних груп мають звільнення від сплати: ЄСВ за працівників, які були мобілізовані; штрафів; пені та перевірок по сплаті ЄСВ тощо. Важливим є зменшення ПДВ на паливо з 20 % до 7 % та скасування акцизу на нафтопродукти (пальне).

Наступним пунктом є релокація бізнесу. З середини березня 2022 року Міністерством економіки України була створена програма, яка розрахована на підприємства, що знаходяться у зоні активних бойових дій або на територіях, де є загрози. Евакуація здійснюється у безпечні регіони України. Пріоритетними є стратегічні підприємства та підприємства, які виробляють товари першої необхідності.

З 24 лютого 2022 року до сьогодні російські загарбники продовжують терористичну війну проти цивільного населення України. Війна спричиняє безпрецедентне збільшення бюджетного дефіциту. В перший місяць війни більш ніж 80 % підприємств скоротили чи призупинили свою діяльність або повністю закрилися. Велика кількість підприємств були вимушені переміститись в більш безпечні регіони країни, через що були зменшені обсяги виробництва. Деякі компанії стали недоцільними в умовах війни та припинили свою діяльність. Війна змінила напрям розвитку бізнесів, в країні з'явилися нові потреби та збільшився попит на товари, які неактуальні у мирний час, тому підприємства змінюють свою діяльність.

Держава не залишила своїх громадян та власників підприємств напризволяще, прийнявши низку законів для підтримки бізнесу та держави.

Для відновлення платоспроможності бізнесу та повернення на довоєнний рівень розвитку потрібен буде час, оскільки війна суттєво виснажила в економічному плані більшість суб'єктів господарювання. У зв'язку з цим постає питання необхідності пролонгування податкових реформ щодо нарахування та сплати єдиного податку і на певний період у післявоєнний час. Одним з найважливіших законів є закон про скасування мита на певні товарні групи, що дозволяє вітчизняним підприємствам економити на сплаті митних платежів та спрямувати кошти для підтримки працівників, зокрема, та бізнесу в цілому.

Загалом, впровадження державної підтримки розвитку підприємницької діяльності в Україні має передбачати:

- стратегічне бачення завдань, пріоритетів та ключових і важливих для суспільства напрямів діяльності та управлінських дій з боку органів публічної влади;

- поетапний підхід до стимулювання малого підприємництва на рівні держави, регіонів, територіальних громад з урахуванням нагальних потреб територій та секторів. Підсумовуючи все вищесказане, ми можемо зробити висновок, що війна є надзвичайно виснажливим процесом для економіки. Та наша держава робить багато для того, щоб забезпечити громадянам фінансову та економічну підтримку, якнайшвидше відновити усі об'єкти критичної інфраструктури, забезпечити мирне та комфортне життя в Україні.

Тепер щодо перспектив розвитку бізнесу в Україні, наприклад банківського. Розвиток банківської системи тісно пов'язаний із створенням ефективного механізму управління банківською діяльністю, ефективною системою

нагляду, контролю та фінансової безпеки. Це вимагає поглибленого вивчення основ сучасної банківської системи, характеру та особливостей її функціонування в умовах ринкової економіки, наслідування та вивчення світового досвіду, розуміння можливості розвитку фінансово-кредитної системи країни. Сьогодні українська банківська система є важливою частиною фінансової системи країни, важливою ланкою господарського механізму, і її реформування передуватиме змінам в інших галузях економіки. Для нормального функціонування національної банківської системи важливою є ефективна законодавча база, що регулює правовий статус банків та банківську діяльність у суміжних сферах.

Банківська справа в Україні є домінуючою ланкою фінансової системи та основним центром перерозподілу фінансових ресурсів. Враховуючи економічне зростання України, а також можливість виходу на міжнародні фінансові ринки та активну участь у переході до глобалізації, актуальним є забезпечення її стабільного розвитку. Розвиваючи банк, важливо розробити та дотримуватися принципів, які допоможуть банку розвиватися ефективно. Ці принципи повинні бути простими і зрозумілими суб'єктам управління, постійно перевірятися практикою. Відповідність принципам – це дотримання певних правил і норм, які сприяють ефективній діяльності. Вони мають базуватися на аналізі поточної економічної ситуації та фінансово-кредитної системи, проблем, завдань і пріоритетів розвитку банку, потреб споживачів, працівників, держави та власників банку. Розвиток банківської справи України здійснюється за принципом динаміки і спрямований на задоволення потреб безперервного обігу грошового капіталу, забезпечення доступу підприємств до державного фінансування, створення надійних умов для ощадного бізнесу з метою накопичення заощаджень в народному господарстві.

Банківська діяльність в Україні зазнала значного впливу процесу глобалізації. Зокрема, основні причини великих змін у банківській галузі включають:

- зростання попиту на банківські послуги;
- відсутність можливостей повної закритості національної економіки для іноземного капіталу, оскільки все більше банків відкривають філії за кордоном, що призводить до посилення конкуренції між ними;
- корекція стратегії банку в основному зумовлена не тільки національною економікою, а й змінами світової економічної ситуації;
- підвищення рівня інформаційно-комп'ютерного забезпечення роботи банку, розширення обсягів та підвищення якості обслуговування клієнтів.

Це також важливий фактор ринкової конкурентоспроможності. Банківська справа є невід'ємною частиною фінансової системи країни, а стабільність і надійність її діяльності є ключовими умовами економічної безпеки України. Як показали дослідження сучасного стану банківської діяльності, основними чинниками, що негативно впливають, є: військово-політична нестабільність, тіньова економіка, зниження довіри до банків та спектру пропонованих ними продуктів тощо.

Отже, можна зробити висновок, що вирішення поточних проблем банківської діяльності в Україні потребує комплексу заходів щодо забезпечення загальної економічної стабільності, відновлення довіри до банківського сектору та підвищення ефективності банківського сектору. Нагляд за банківською системою здійснює НБУ. Реалізація запропонованих заходів дозволить мінімізувати вплив негативних чинників та окреслити умови для подальшого розвитку банківського сектору України.

ІННОВАЦІЙНІ ТРЕНДИ В СФЕРІ ГОСТИННОСТІ

Т. М. СИДОРЕНКО, к.е.н., доцент

Державний торговельно-економічний університет

Глобальні зміни, що відбуваються в світовій економіці за останні десятиліття, її реструктуризація обумовлюють нову роль готельно-ресторанному бізнесу, що полягає у значному впливі на економічні та соціальні процеси. Сфера гостинності в Україні, незважаючи на війну та кризові явища в економіці, залишається сьогодні привабливою для інвесторів. Така ситуація склалася через зростаючий попит на послуги в готельно-ресторанному бізнесі й одночасний дефіцит пропозицій.

В умовах конкурентної боротьби готелі вимушені шукати нові шляхи до свого удосконалення і підтримку привабливості для потенційних клієнтів. Для підтримки конкурентоспроможності і ефективного розвитку у підприємств сфери гостинності є необхідність пошуку нових інновацій і напрямів свого розвитку.

Сучасні тенденції розвитку сфери гостинності свідчать про її популяризацію та значний інтерес до екологічно чистих засобів розміщення. Споживачі більш свідомо підходять до вибору готелю або ресторану, обираючи в багатьох випадках ті, що піклуються про довкілля, часто згодні переплатити за «зелені» товари та послуги. Екологізація діяльності засобів розміщення є одним з факторів розвитку сфери туризму та гостинності в рамках концепції сталого розвитку. Україна має достатні умови для розвитку екологічних засобів розміщення у відповідь на інтерес потенційних споживачів до даного напрямку розвитку готельно-ресторанного бізнесу.

Еко-готель як інноваційна концепція гостинності має ряд особливостей, зокрема: залежність від природного середовища; екологічна стійкість; вклад у збереження довкілля; забезпечення екологічної підтримки кадрів; облік місцевих культур; забезпечення економічної віддачі для місцевого населення. Окрім цього, еко-готелі вимушені дотримуватися строгих "зелених" принципів для того, щоб їх відвідувачі були упевнені в тому, що вони мешкатимуть у безпечних і енергозбереження готелях [1].

Головними трендами в останні роки стали нестандартні формати. Конкуренцію традиційним готелям тепер складають апарт-комплекси. Цей вид нерухомості набирає популярність як серед приватних інвесторів, так і серед туристів.

Крім цього також зростає, попит на міні-готелі. Саме розвиток міні-готелів сприяє збільшенню потоку туристів, адже за вигідну ціну мандрівники мають змогу отримати високий рівень сервісу та насолодитися проведеним часом в затишному готелі. Туристи віддають перевагу невеликим готелям, з відчуттям затишку, домашнього тепла і більш індивідуальним підходом до себе, а також і більш вигіднішими цінами на проживання.

Користується також популярністю замиській формат готелів: котеджі, спра-готелі, wellness-комплекси, глемпінги та ін. Під час пандемії та військовий час з'явився попит на такий вид відпочинку, оскільки бажаючи відпочити краще обирають місце дозвілля поза містом. Замиський мальовничий формат, особливо на Закарпатті, Тернополі, Львові, Києві, та інших містах, безумовно має зацікавити потенційних туристів.

Нині туристів приваблюють не розміри та вишуканість готелів, а насамперед емоції та враження, які вони можуть отримати від перебування в малих, але цікавих готелях зі своєю родзинкою. Такі готелі в першу чергу орієнтуються на локацію, концепцію, оригінальний дизайн та цікаву архітектуру.

Одним із важливих трендів ділових подорожей та індустрії зустрічей останніх років у світі стала розробка і впровадження різноманітних додатків і програмного забезпечення для створення комфортних умов як для організаторів заходів, так і для відвідувачів. Так, запрошення на конференції та конгреси надсилають бізнес-туристам за допомогою комп'ютерного програмного забезпечення. Найбільш інноваційними та корисними продуктами для застосування у секторі бізнес-туризму є: Shoflo, FlyAnotherDay, CadmiumCD, EventCollab, EventGeek та GreenHatPeople.

В останній час актуалізувався термін «smart city» (розумне місто). Розумне місто всередині готельно-ресторанних комплексів – це концепція, в основі якої лежить місто, що використовує різноманітні інформаційні технології задля більш ефективного функціонування та відповідності потребам його жителів. Ідея такого міста полягає в тому, щоби завдяки збору інформації в режимі реального часу усі ресурси міста можна використовувати більш продуктивно. Це дозволяє економити кошти, раціональніше діяти та надавати сервіс вищого ґатунку – тобто поліпшувати рівень життя споживачів послуг Основною рушійною силою у побудові розумного міста є збір та обробка великої кількості даних (Big Data). Саме управління даними дозволить менеджменту готельно-ресторанного комплексу підвищувати якість обслуговування відвідувачів. Джерелами даних служать відеокамери, різні датчики, сенсори, інформаційні системи, які впроваджуються у повсякденне життя [2].

Одним з яскравих прикладів діджиталізації є відсутність рецепції в готелі. У такому разі гість самостійно бронює собі номер та обирає, що буде у міні-барі. Оплата здійснюється до заселення, що автоматично відображається у програмі, яка відправляє повідомлення з детальною інструкцією стосовно подальших дій клієнта. В інструкції також містяться контакти умовного «Куратора», який контролює процес заїзду гостей та їх проживання в готелі, починаючи з бронювання номеру.

Отже керуючись значними перевагами готелів, які впроваджують інноваційні тренди, підприємці можуть відкривати успішні та конкурентоспроможні заклади готельного господарства, адже швидкий термін окупності та зацікавленість туристів роблять готелі вигідним капіталовкладенням, також додатковий потік туристів допомагає розвитку економіки та ознайомленню з багатою культурою та природою України. Готельні заклади в сучасних умовах повинні швидко адаптуватися до різноманітних змін, бути унікальними та різними, готовими до нових умов надання послуг для туристів.

Список використаних джерел:

1. Green Key Criteria [Electronic resource] // Greenkey.global. – Mode of access: <http://www.greenkey.global/criteria/>
2. 10 ознак розумного міста. URL: <http://thefuture.news/smart-city>
3. Берещак В. Огляд ринку готелів: як відновлюються готелі України. URL: <https://thepage.ua/ua/real-estate/gotelnij-rinok-ukrayini-golovni-trendi-za-1-pivrichchya-2020-roku>

ІНКЛЮЗИВНИЙ ТУРИЗМ ЯК ІНСТРУМЕНТ АДАПТАЦІЇ ОСІБ З ОСОБЛИВИМИ ПОТРЕБАМИ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНИХ ВИКЛИКІВ

Л. В. ОБОЛЕНЦЕВА, д.е.н., проф.

Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова

Туризм є потужним сектором сучасної економіки. Протягом останніх десятиліть у багатьох країнах світу та у світі в цілому він розвивався випереджаючими щодо ВВП темпами. Ця динаміка була порушена пандемією коронавірусної інфекції, яка охопила світ у 2020 р., коли через обумовлені пандемією обмеження, туризм виявився одним із найбільш постраждалих секторів. Вітчизняна туріндустрія від пандемії постраждала дуже істотно, особливо у частині виїзного та в'їзного туризму. Слідом за пандемічним шоком 2020 р. національна економіка в 2022 р. зазнала чергового іще більшого шоку, викликаного повномасштабним вторгненням країни-агресора та початком бойових дій та війни на території нашої країни.

Інклюзивний туризм в умовах війни може стати викликом суспільству, який обумовлений різноманітними обмеженнями та загрозами, пов'язаними з військовим станом та конфліктом. В той же час, інклюзивний туризм, як такий, може бути принципово важливим для забезпечення доступу до рекреаційних та туристичних можливостей людям з особливими потребами, ветеранам та іншим особам, які можуть стати жертвами глобальних викликів, особливо під час та після війни.

Інклюзивний туризм в умовах війни зіштовхується із низкою ускладнень і викликів через особливості конфліктних ситуацій. Саме тому, функціонування та розвиток інклюзивного туризму в умовах війни має свої особливості та

специфіку, які потрібно враховувати та брати до уваги для того, щоб інклюзивний туризм став дієвим та ефективним інструментом адаптації осіб з особливими потребами в умовах глобальних викликів до «нормального та звичного життя».

Такими особливими аспектами формування і розвитку інклюзивного туризму в умовах війни та в післявоєнний період доцільно виділити наступні:

найважливішим аспектом є забезпечення безпеки для всіх туристів, включаючи тих, хто має особливі потреби. Це може включати адаптацію інфраструктури для забезпечення доступності та безпеки для людей з різними видами обмежень;

збройні конфлікти можуть призвести до небезпеки для туристів, включаючи тих, хто має обмежені можливості. Підвищений ризик терористичних атак, вибухів та інших загроз безпеці може обмежувати рух і шляхи для всіх груп туристів;

військові дії можуть спричинити руйнування туристичної інфраструктури, у тому числі тієї, яка адаптована до забезпечення інклюзивного туризму. Більше того, у разі пошкодження готелів, музеїв та інших об'єктів показу, тощо можуть виникнути перешкоди для туристів з особливими потребами;

під час війни та ведення бойових дій може бути проблематично, а, іноді і неможливо, забезпечити безпечну евакуацію для туристів, у тому числі тих, хто має особливі потреби. Доступ до медичних послуг також стає обмеженим через знищення медичних установ або перевантаження системи охорони здоров'я;

залучення місцевого населення і врахування його потреб є важливим кроком у забезпеченні інклюзивного туризму. Цей аспект передбачає надання робочих місць та навчання місцевого населення про особливості обслуговування туристів із спеціальними потребами;

туристи та місцеві жителі можуть стикатися з психологічними та емоційними труднощами внаслідок військових дій та ситуацій. Це може створити додаткові виклики для інклюзивного туризму, зокрема для груп із особливими потребами;

в умовах воєнного стану суспільство може піддатися дії стресу та напруженості, що спричинить вплив на рівень розуміння та сприйняття інклюзивного туризму. Стереотипи та страхи можуть зростати, а це ускладнює створення відкритого та інклюзивного туристичного середовища;

ветерани війни, а також громадяни країни, які зазнали фізичної, психічної чи психологічної травми можуть відчувати особливу потребу в інклюзивному туризмі. Програми та сервіси, направлені на забезпечення комфортного відпочинку для цієї групи, можуть бути важливим аспектом інклюзивного туризму в умовах воєнного та післявоєнного конфлікту.

Як зрозуміло із сказаного вище, розвиток інклюзивного туризму в умовах воєнного стану та в післявоєнний період, потребує ретельного планування, координації та врахування різноманітних базових аспектів, де особливо важлива роль відводиться фактору безпеки. Цим пояснюється тим, що розуміння усіх можливих ризиків щодо впливу війни та воєнних дій і їх наслідків на туристичну

індустрію може допомогти в розробці ефективних стратегій для забезпечення доступності та безпеки для всіх туристів, тим паче з особливими потребами.

Також варто підкреслити, що в основу розвитку інклюзивного туризму покладено низку чинників, які визначають його позитивний розвиток. Підґрунтям позитивного впливу на функціонування і розвиток інклюзивного туризму, особливо в умовах глобальних викликів, доцільно вважати наступні фактори:

покращення фізичної доступності до туристичних об'єктів та інфраструктури створює умови для більш широкого кола туристів. Реконструкція готелів, пляжів, музеїв та інших місць, які вимагають врахування потреб різних груп, сприяють розвитку інклюзивному туризму;

підтримка громадськості, включаючи групи зацікавлених осіб та неприбуткові організації, може покращити та пришвидшити розвиток та якість інклюзивного туризму. Співпраця із громадськими організаціями допомагає розробці і реалізації інклюзивних ініціатив;

використання новітніх технологій, таких як додатки для мобільних пристроїв та інтернет-ресурси полегшують доступ до інформації про інклюзивні туристичні можливості, а також забезпечують зручність і взаємодію споживачів інклюзивних послуг;

усвідомлення того факту, що інклюзивний туризм приносить економічні вигоди, дозволяє мотивувати зацікавлені сторони, включаючи підприємців, у тому числі підприємства туристичної індустрії, до інвестування ресурсів у розвиток галузі інклюзивного туризму.

Дослідження показують дуже позитивне ставлення серед туристичних напрямів до вивчення та використання економічних аспектів інклюзивного туризму, а також як змусити постачальників туристичних послуг побачити переваги розвитку більш інклюзивного туристичного спрямування [1,2].

Зазначені фактори дозволять сформувати позитивне середовище для розвитку якісного та ефективного інклюзивного туризму, тим самим сприяючи більш широкому та швидкому доступу до туристичних можливостей для всіх людей з різними потребами і вимогами до рекреації та туризму.

Список використаних джерел:

1. Матвійчук Л., Чепурда Л. Формування доступного середовища інклюзивного туризму. *Економічний форум*. 2020. № 2. С. 74-81.

2. Жеребко І. Можливості впровадження соціальної послуги інклюзивного туризму в Україні. *Social Work and Education*. 2021. № 2. С. 175-189.

СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО В УМОВАХ СУЧАСНИХ ВИКЛИКІВ УКРАЇНИ

А. Д. КІЛЬДЕЙ, магістр,
І. М. СОТНИК, д.е.н., проф.
Сумський державний університет

Соціальне підприємництво – відносно новий вид бізнесу в Україні, що набуває значного розвитку в останні роки. В умовах кризи, пандемії COVID-2019 та російської агресії кількість людей, що втратили роботу, збільшується по експоненті, що вимагає від суспільства невідкладних дій для відбудови і підтримання економіки.

Соціальний бізнес як явище виник на перетині благодійних заходів та традиційного бізнесу. Головна мотивація соціальних підприємців – не лише отримання прибутку, а й допомога у розв'язанні соціальних проблем, таких як захист природи, надання роботи людям з особливими потребами, допомога ветеранам, малозабезпеченим верствам населення, людям, що постраждали від війни, тощо. Від успіху кожного конкретного підприємства залежить повнота розв'язання соціальної проблеми. Звичайно, присутність соціальної місії в такому проєкті не виключає можливості отримання прибутку. Навіть більше, часто молодий бізнес використовує свою соціальну складову як певний рекламний хід. Прикладом є невеликі підприємства з пошиву одягу, що беруть на роботу кравчинь-пенсіонерів, дають гідну заробітну плату та умови праці.

Соціальні підприємці у своїй діяльності спираються на ринкові механізми, при цьому не випускаючи з поля зору свою основну соціальну місію, щоб зрівноважувати моральні імперативи та прагнення отримати прибуток. Такі компанії набувають різноманітних організаційно-правових форм, а саме: товариства з обмеженою відповідальністю, приватного підприємства, громадської організації чи благодійного фонду (з комерційною складовою), кооперативу, комбінацій громадської організації та приватного підприємця-фізичної особи, громадської організації та приватного підприємства, тощо [1].

В Україні нараховується приблизно 300 підприємств соціального типу з тенденцією до постійного зростання. Прикладом є Львівська свічкова мануфактура, що підтримує жінок з кризового центру, надаючи робочі місця у майстерні з виготовлення свічок [2]. Соціальне підприємство "WoodLuck", яке розробляє і виготовляє меблі з деревини та металу, працевлаштовує людей, що пройшли реабілітацію в центрах для алко- і наркозалежних, допомагає їм з процесом ресоціалізації та адаптації [3]. Громадська організація «Спільнота взаємодопомоги «Емаус-Оселя» допомагає безпритульним людям віднайти своє місце в суспільстві та реалізувати свої вміння у різноманітних видах діяльності [4]. Кожен з цих бізнесів виконує важливу соціальну та інноваційну роль в житті суспільства.

Соціальне підприємництво, як поняття, досить молоде та досконало не вивчено в Україні. Через це такий бізнес не є легалізованим у повному сенсі цього слова, що означає обмеження в отриманні преференцій від держави за

виконання соціальних функцій, перешкоди для залучення пільгових кредитів для реалізації своїх проєктів. Саме тому надання соціальним підприємствам офіційного статусу та розробка механізмів для його підтримання надто важливі у теперішніх реаліях.

Слід відзначити, що в умовах війни в Україні суттєво змінюється суспільна думка щодо значення соціального підприємництва. За даними дослідження Gradus Research [5], 44% українців при придбанні товарів звертають увагу, чи допомагає виробник армії. Більше 20% громадян вважають, що волонтерська діяльність має бути невід'ємною частиною діяльності будь-якого бізнесу в країні.

Розвитку вітчизняного соціального підприємництва сьогодні сприяє низка міжнародних організацій, які надають фінансові ресурси, технічну, консультаційну допомогу. Серед них Western NIS Enterprise Fund, USAID, Міжнародний фонд «Відродження», Німецький дитячий фонд, а також різноманітні програми Європейського Союзу [5].

На нашу думку, найбільш затребуваними з точки зору розвитку соціального бізнесу в умовах війни в Україні є такі його напрями:

- соціальні підприємства, що працевлаштовують внутрішньо переміщених осіб (ВПО) та орієнтовані на їхні потреби на новому місці проживання. Такі компанії можуть створюватися самими ВПО або ж місцевими бізнесменами. Основна місія цих підприємств полягає в інтеграції ВПО у нове середовище, наданні можливостей їм отримати нові навички або ефективно застосувати наявні знання та вміння, отримати гідну заробітну плату і перспективи професійного розвитку, підтримати психологічно, створивши комфортний психологічний клімат в трудовому колективі, який може складатися частково або повністю з ВПО;

- соціальні підприємства, засновані ветеранами і для ветеранів, які є гарною можливістю дати новий сенс життя колишнім військовим, багато з яких втратили своє здоров'я під час бойових дій і не можуть працювати за своєю довоєнною професією. Соціалізація таких громадян через їх навчання, перенавчання, залучення до нової трудової діяльності замість сидіння вдома на соціальних виплатах забезпечує зниження соціальної напруженості у суспільстві, розвиток місцевої економіки і зайнятості;

- волонтерські організації, які мають юридичну реєстрацію і допомагають ВПО, військовим, багатодітним сім'ям, родинам, що втратили житло, людям з обмеженими можливостями та похилого віку, а також іншим вразливим категоріям населення вижити і знайти матеріальну і психологічну підтримку;

- соціальні підприємства з виробництва товарів, що мають великий попит в умовах війни, зокрема, будівельних матеріалів, вікон, дверей, плівки, тощо. Вони можуть як бути націленими на задоволення місцевого попиту на таку продукцію, так і працевлаштовувати людей, що втратили своє житло і роботу, але мають відповідну кваліфікацію або ж пройшли навчання/перенавчання;

- соціальний бізнес з виробництва протезів. Оскільки кількість людей з інвалідністю в Україні постійно зростає внаслідок війни, попит на протезування також підвищується. Розвиток таких підприємств може набувати форм тісної

співпраці з соціальними службами місцевої влади, медичними установами, волонтерськими організаціями та міжнародними фінансовими донорами і передбачати, у тому числі, залучення людей з обмеженими можливостями на виробництві. Важливою місією таких компаній є зміна ставлення пересічних громадян до людей з фізичними вадами та включення останніх до активного громадського життя.

Для активізації соціального підприємництва в межах розглянутих напрямів необхідно: здійснювати активне державне стимулювання з залученням різноманітних фондів, надавати соціальному бізнесу преференції в оподаткуванні та кредитуванні, здійснювати страхування ризиків соціальних підприємств, надавати інформаційну підтримку населенню через роз'яснювальну політику щодо користі соціального підприємства, просвітницьку діяльність щодо соціальних інновацій, залучати успішних соціальних підприємців в рамках поширення досвіду з вирішення проблем соціального бізнесу, тощо. Дані заходи дозволять соціальним підприємцям провадити суспільно-корисну діяльність, вирішувати локальні проблеми, працевлаштовувати соціально-вразливі категорії населення, адаптуючи їх до сучасних умов життя.

Публікацію підготовлено в рамках виконання проекту Модуль Жана Моне «Соціальна солідарна економіка: впровадження досвіду ЄС для сталого розвитку» (SSExpEU-101047518-GAP-101047518) (2022–2025), що фінансується Європейським Союзом.

Список використаних джерел:

1. Фарат, О., Косовська, В., Кедебец, К. Проблеми соціального підприємництва під час пандемії. Економіка та суспільство. 2021. № 31. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-31-64>.
2. Львівська свічкова мануфактура, 2024. URL: <https://candles.lviv.ua/>.
3. Гулбіані Д. Як майстерня Woodluck повертає людей з алкоголізмом до життя. Шотам, 2019. URL: <https://shotam.info/yak-maysternia-woodluck-povertaie-liudey-z-alkoholizmom-do-zhyttia/>.
4. Спільнота «Емаус-Оселя», 2024. URL: <https://emaus-oselya.org/ua/>.
5. Назарук В. Соціальне підприємництво в умовах війни: ліки чи плацебо? Економічна правда, 9.01.2024. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2024/01/9/708567/>.

ДО ПИТАННЯ ЩОДО ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ УПРАВЛІННЯ КОМУНІКАЦІЯМИ У ЗВО

В. М. КОВАЛЬЧУК, доктор філософії з менеджменту
Національний університет «Острозька академія»

Забезпечення конкурентоспроможності економіки країни залежить від рівня підготовки спеціалістів у всіх сферах економічної діяльності. Таким чином, розвиток вищої освіти та задоволення потреб суспільства сьогодні є

пріоритетними. Це пов'язано з тим, що політичні, економічні та соціальні кризи, а також воєнна агресія Росії виявили значні недоліки в системі вищої освіти. Негайні та ефективні заходи необхідні для вдосконалення системи, приведення її у відповідність до світових стандартів освіти та розвитку наукового потенціалу, щоб гарантувати значні економічні та соціальні зміни в Україні.

В сучасному світі інформація, комунікації та цифрова грамотність населення є рушійною силою всіх економік, що значною мірою впливає на соціальні та економічні процеси в країні. Упродовж багатьох десятиліть українські ЗВО демонстрували здатність конкурувати на ринку освітніх послуг, тому розвиток вищої освіти в країні потребує всебічної підтримки з боку держави, бізнесу та громадських організацій.

Формування попиту на освітні послуги часто продиктовано іміджем, поняттям престижу та унікальності, витратами на рекламні заходи, що формують інтереси в конкретному освітньому продукті. Потреби економічної системи не завжди враховуються у формуванні такого попиту [1].

Стратегія управління комунікаціями у ЗВО повинна розроблятися на довгострокову перспективу, з урахуванням умов мінливого зовнішнього середовища, та мати на меті здійснення постійної передачі інформації роботодавцям, абітурієнтам, їх батькам, всьому суспільству з метою зробити послуги ЗВО привабливими для цільової аудиторії та мати зворотній зв'язок, який би дозволяв проводити моніторинг щодо якості комунікаційних процесів та мати економічний ефект від їх здійснення [2].

Ефективна стратегія управління комунікаціями у ЗВО має враховувати реалізацію всіх поставлених стратегічних цілей та інтересів всіх груп стейкхолдерів щодо якості та затребуваності вищої освіти.

Реалізація стратегії управління комунікаціями у ЗВО передбачає задіяння внутрішнього управлінського впливу на всі стратегічні напрями та цілі, які забезпечують прийняття ефективного управлінського рішення.

Сьогодні для формування та реалізації ефективної стратегії управління комунікаціями у ЗВО необхідна розробка нового управлінського підходу, який дозволить враховувати інтереси всіх груп стейкхолдерів щодо якості інформації при наявності сучасного інформаційно-комунікаційного забезпечення для затребуваності вищої освіти в Україні.

Загальновідомо, що отримання вищої освіти забезпечує суспільству якість життя. Це збільшує кількість фахівців у всіх галузях національного господарства: промисловості, будівництві, охороні здоров'я, освіті, житлово-комунальному господарстві, харчуванні, культурі, юриспруденції тощо. Після отримання вищої освіти потоки трудових ресурсів направляються як у сферу матеріального виробництва, так і соціальну сферу.

Соціально-економічний розвиток України, підготовка конкурентоспроможних фахівців, вихід на світові ринки праці – це і є головна мета стратегії управління комунікаціями у ЗВО. Тобто, економічне і соціальне значення стратегії управління комунікаціями у ЗВО представляє собою сукупність якісних змін структурних елементів надання освітніх послуг, які відбуваються під впливом різних факторів, як зовнішнього, так і внутрішнього характеру.

Таким чином, головною метою формування та реалізації ефективної стратегії управління комунікаціями у ЗВО є створення умов для динамічного, збалансованого розвитку вищої освіти в Україні, її затребуваності з метою забезпечення соціальної й економічної стабільності країни, підвищення рівня конкурентоспроможності вітчизняних освітніх послуг, активізації молоді у напрямку цифрової грамотності, додержання гарантованих державою соціальних та інших стандартів якості життя.

Список використаних джерел:

1. Kondratenko N. O. and other. Organizational and economic support of educational services management in Ukraine. *Estudios de Economía Aplicada*. 2021. Vol. 39. No 5. DOI : <https://doi.org/10.25115/eea.v39i5.4899>.

2. Кривицька О., Дорошенко Н., Бабич Д., Крикун О., Ковальчук В. Фінансова складова стратегії управління комунікаціями у закладах вищої освіти. *Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики*. 2021. № 1(36). С. 462-470. URL: <https://fkd.ubs.edu.ua/index.php/fkd/article/view/3229>

КЛЮЧОВІ ВИКЛИКИ ДЛЯ БІЗНЕСУ ПІД ЧАС ВІЙНИ В УКРАЇНІ

А. А. ПАКУЛІНА, канд. екон. наук, доцент

А. В. ШЕВЧЕНКО здобувач вищої освіти

Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова

Зараз наша держава переживає не найкращі часи. Війна зробила свій вклад не тільки в існування людей, але й зокрема в існування бізнесу.

Ключові виклики для бізнесу під час війни в Україні є:

- збереження оплати праці співробітників;
- збереження ринків збуту та клієнтів;
- функціонування в умова відключення електроенергії;
- збереження команди;
- пошук нових ринків збуту\клієнтів;
- забезпечення безпеки працівників.

Розглянемо кожен цю проблему окремо.

1. Збереження оплати праці співробітників. З початком війни перед підприємцями постала низка проблем, зокрема закриття, переведення працівників в дистанційні режими, надання відпусток, встановлення неповного, скороченого робочого часу, призупинення бізнесу. Але згідно Закону України «Про оплату праці» заробітна плата - це винагорода, обчислена, як правило, у грошовому виразі, яку за трудовим договором роботодавець виплачує працівникові за виконану ним роботу [1]. Тобто заробітна плата виплачується працівнику на умовах трудового договору, залежно від умов виконання роботи та її складності. Саме ситуація в країні змусила підприємців змінити свій порядок роботи та внести зміни в оплату праці. А введений у дію Закон України «Про організацію трудових відносини в умовах воєнного стану» привніс свої корек-

тиви. Заробітна плата виплачується працівнику на умовах, визначених трудовим договором; роботодавець повинен вживати всіх необхідних заходів для забезпечення реалізації права працівників на своєчасне отримання заробітної плати.

Роботодавець звільняється від відповідальності за порушення зобов'язання щодо строків оплати праці, якщо доведе, що це порушення сталося внаслідок ведення бойових дій або дії інших обставин непереборної сили, звільнення роботодавця від відповідальності за несвоєчасну оплату праці не звільняє його від обов'язку виплатити заробітну плату. У разі неможливості своєчасної виплати заробітної плати внаслідок ведення бойових дій, строк виплати заробітної плати може бути відтермінований до моменту відновлення діяльності підприємства [2].

Таким чином підприємство повинно виплачувати заробітну плату згідно чинного законодавства. Тобто проаналізувати нове законодавство, та згідно нього приймати ефективні рішення з питань оплати праці працівників.

2. Збереження ринку збуту та клієнтів. Головним в будь-якому бізнесі був, є, і залишається прибуток та рентабельність. Виділяють зовнішні та внутрішні фактори, які впливають на прибуток. Зокрема зовнішнім фактором є саме війна, а внутрішнім можна вважати проблеми зі збереженням ринку збуту та клієнтів. Багато підприємств розуміють, що можуть втратити ринок, який так довго завойовували. Тому деякі з них переходять тільки для забезпечення своєї життєдіяльності, а деякі вирішують відмовлятися від доходу на користь армії і працюють на межі беззбитковості. А більшість підприємств вдаються до деверсифікації ринку. Розширюють асортимент продукції шляхом випуску актуальних або дефіцитних товарів. Тобто одночасно обслуговують декілька ринків.

3. Функціонування в умовах відключення електроенергії. Всі ми розуміємо, що причиною постійних відключення електроенергії є російська атака по нашій критичній інфраструктурі. І бізнес в такому випадку несе збитки, через призупинення своєї діяльності. Деякі підприємства знаходять вихід з ситуації таким чином: перехід на дистанційний формат роботи, але знову ж таки, для такого формату роботи потрібен інтернет, якщо це офіс -придбані промислові генератори, то при роботі з дому працівник сам вирішує це питання. Чудовим виходом є придбання «Старлінк» та павербанків для живлення пристрої під час відключення електроенергії; закупівля дизельних генераторів; виготовлення більше продукції для планових відвантажень у дні з аварійним відключенням, тримання на складі більший запас готової продукції та матеріалів для її виробництва, але це призводить до більших витрат для її зберігання; створення інтерактивних мап(мережеві магазини), для розуміння покупцем, який і де зараз працює магазин, та можливість доставки продуктів.

4. Збереження команди. В цій проблемі перетинаються проблеми з оплатою праці співробітників та збереження ринку та клієнтів збуту. Тому що основним аспектами збереження команди є фінансовий та моральний. Якщо немає прибутку, то немає з чого й виплатити заробітну плату. Ті ресурси, які були накопичені, мають можливість закінчуватися. Звідси йде і урізання оплати праці або взагалі користуючись Законом України «Про організацію трудових відносин в умовах воєнного часу» відправляти співробітників у відпустку без збереження

заробітної плати без обмеження тривалості. Але компанії підприємству важливо показати, що вони «живі», рухаються до вирішення проблеми. Весь бізнес в цій економічній боротьбі повинен об'єднатися, адже вони зараз не конкуренти, а команда, які мають спільну мету. Потрібно знаходити нові ринку збуту, для нового прибутку. Не покидати своїх співробітників, неважливо де вони знаходяться в Харкові, в Німеччині чи Києві, вони все одно являються вашими співробітниками.

5. Пошук нових ринків збуту / клієнтів. Звичайно багато українців були вимушені покинути рідні домівки і переїздити до більш безпечних регіонів України, що теж знижує продажі та послуги. В цьому питанні можна звернутися до диверсифікації ринку, про що ми згадували в другій проблемі, тобто розширення географії продажів та випуск більш диверсифікованого продуктового ряду.

6. Забезпечення безпеки працівників. З початку повномасштабного вторгнення порушено конституційні права працівників на охорону їх життя і здоров'я у процесі трудової діяльності. Для уникнення або мінімізації наслідків небезпеки законодавство зобов'язує роботодавця забезпечувати виконання необхідних профілактичних заходів. До основних заходів відносять: проведення інструктажів для працівників щодо заходів безпеки під час повітряної тривоги, забезпечення дієвого контролю за неухильним виконання працівниками заходів, передбачених у разі отримання сигналу «Повітряна тривога», проведення навчання, щодо надання першої домедичної допомоги потерпілим внаслідок ведення бойових дій.

Список використаних джерел:

1. Закон України «Про оплату праці» від 24.03.1995 № 108/95-ВР <https://ips.ligazakon.net/document/Z950108?an=1>

2. Закон України «Про організацію трудових відносин в умовах воєнного часу» від 24.12.2023 № 2136-IX <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2136-20#Text>

ЗНИЖЕННЯ ПЛАТОСПРОМОЖНОСТІ НАСЕЛЕННЯ, ЯК ОДИН З НАЙБІЛЬШИХ ВИКЛИКІВ ДЛЯ БІЗНЕСУ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

А. С. ЩУБКО, здобувачка ступеня бакалавра
О. В. ДИМЧЕНКО, д.е.н., професор,
*Харківський національний університет міського
господарства імені О. М. Бекетова*

З приходом війни в Україну у 2022 році, фактори ризику істотно підвищились у своїй вагомості, у всіх аспектах розуміння цього поняття. Сьогодні підприємництво в нашій країні страждає як фізично, так і морально та фінансово. Від російської агресії потерпає не тільки звичайне населення, а й український бізнес, і є ряд факторів, через які це відбувається. Основним з таких є платоспроможність населення.

По-перше, значний вплив на купівельну спроможність має рівень інфляції. За даними Державної служби статистики України, індекс інфляції у 2023 році склав 105,1%, це досить “приємний” показник, якщо порівнювати його з 2022 роком, коли почалась війна - 126,6%. [1]

Рік	2020	2021	2022	2023
Січень	100,2	101,3	101,3	100,8
Лютий	99,7	101,0	101,6	100,7
Березень	100,8	101,7	104,5	101,5
Квітень	100,8	100,7	103,1	100,2
Травень	100,3	101,3	102,7	100,5
Червень	100,2	100,2	103,1	100,8
Липень	99,4	100,1	100,7	99,4
Серпень	99,8	99,8	101,1	98,6
Вересень	100,5	101,2	101,9	100,5
Жовтень	101,0	100,9	102,5	100,8
Листопад	101,3	100,8	100,7	100,5
Грудень	100,9	100,6	100,7	100,7
Всього за рік*	105,0	110,0	126,6	105,1

Рисунок 1 – Індекси споживчих цін (за даними Державної служби статистики України [1])

Варто також звернути увагу, що навіть у часи COVID, інфляція не перевищувала 110%, крім того, люди не були так психологічно “напружені”, як у військові часи.

Тобто, звідси можна дійти висновку, що війна, як ніяка інша подія вплинула на рівень інфляції в Україні, а й відповідно, на платоспроможність населення, що має прямий вплив на прибутковість та існування бізнесу, в цілому.

По-друге, неможливо не відмітити факт знищення інфраструктури українських міст і, як наслідок, втрату робочих місць, що безпосередньо впливає на купівельну спроможність людей. Великою проблемою також, насамперед у середньо- та довгостроковій перспективі, залишатимуться міграційні процеси – кількість українців, які мають статус тимчасового захисту в Європі, наразі складає 5,14 млн осіб. Ще близько 250 тисяч біженців переїхали до США та Канади. З демографічної точки зору це переважно жінки з дітьми, що значно ускладнює ситуацію з робочою силою в Україні у майбутньому. [2] За даними НБУ, за підсумками 2022 року рівень безробіття в Україні становив 21,1%, це на 2,2% вище за показник попереднього року і максимум з 2010-го. На кінець 2022 року найбільшу динаміку відновлення показали прифронтові регіони. На початку 2023 року НБУ прогнозував, що безробіття в Україні в 2023 році становитиме близько 26%. Загалом воно залишатиметься вищим за свій природний рівень. У НБУ очікували, що у 2024-му рівень безробіття зменшиться до 20%, а у 2025 році – до 17,6%. [3]

Причини безробіття докладно проаналізувала дослідницька компанія Gradus Research [5]:

ПРИЧИНИ БЕЗРОБІТТЯ за міграційним статусом

Найбільша частка тих, хто втратив роботу після початку війни, стабільно залишається серед респондентів, що переїхдали за кордон. Жодних змін порівняно з одинадцяттю хвилю не зафіксовано.

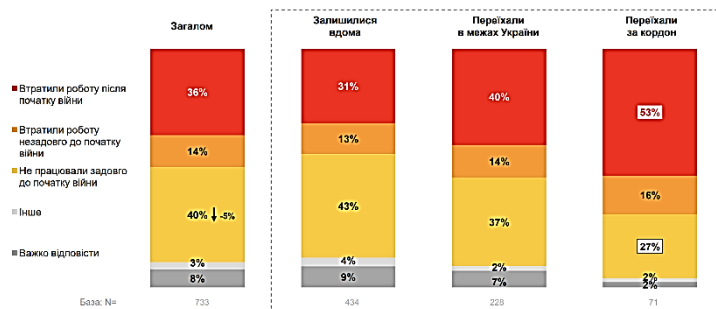


Рисунок 2 – Причини безробіття в Україні [5]

Звісно ж, все це також впливає на купівельну спроможність населення, але саме для підприємництва цю проблему можна розглянути і з іншої сторони - можливість працевлаштування та співпраці з центром зайнятості. Наприклад, роботодавець може отримати компенсацію витрат на зарплату працівника строком до 6 місяців або до 12 місяців - у випадку працевлаштування внутрішньопереміщених осіб, які зазначені у ч. 1 ст. 14 закону «Про зайнятість населення». Або ж отримати преференцію у вигляді компенсації 50% або навіть 100% ЄСВ. [4]

По-третє, проаналізувавши взаємозв'язок між вище названими факторами, можна отримати ще один – зниження доходів населення. Згідно даних дослідницької компанії Gradus Research - у 78% українців від початку повномасштабного вторгнення росії зменшилися доходи, водночас про зростання власних доходів повідомили лише 2% жителів країни. [6]

ЗМІНИ В ДОХОДІ за віком

Найбільші частки тих, чий дохід знизився, зафіксовано серед опитаних 45+; також відповідна частка зросла серед опитаних 18-24 років. Найменше про зменшення своїх доходів зазначають опитані 18-24 років.

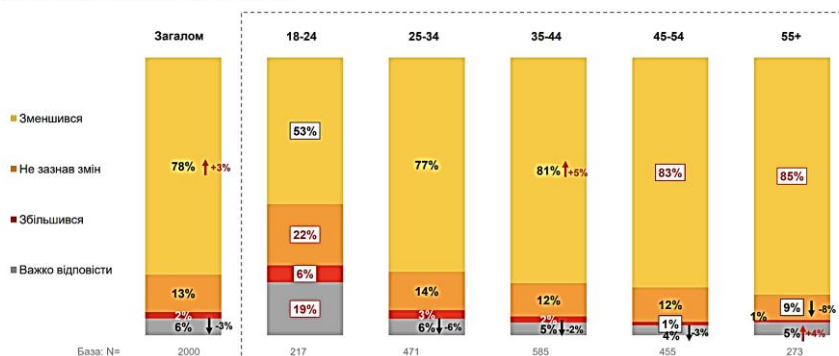


Рисунок 3 – Зміни в доходах українців після початку повномасштабного вторгнення [6]

За оцінками Національного банку, номінальні зарплати у 2024 році знизяться на 12-13%, а в реальному вимірі (тобто з вирахуванням інфляції) – на чверть, зважаючи на зниження фінансової стійкості підприємств та значну конкуренцію між претендентами на роботу. [6]

Таким чином, незважаючи на основні воєнні виклики для підприємців та українського бізнесу, вони продовжують розвиватись та диверсифікувати свою діяльність, впроваджувати нові технології, виходити на світовий ринок, і саме з цієї причини підприємництво в Україні ніколи не “згасне”. Тому, маючи всі дані та можливості для аналізу проблем і помилок, підприємці повинні рухатись вперед та відбудовувати економіку нашої держави!

Список використаних джерел:

1. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. –Режим доступу: <https://www.ukrstat.gov.ua/>
2. Електронний журнал «Економічна правда» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.epravda.com.ua/columns/2023/06/8/700951/>
3. Електронний журнал Forbes Ukraine » [Електронний ресурс]. –Режим доступу: <https://forbes.ua/news/uryad-prognozue-znizhennya-bezrobittya-do-19-dokintsya-roku-14092023-15998>
4. Інформаційне агенство «Ліга закон» [Електронний ресурс]. –Режим доступу: https://biz.ligazakon.net/news/192825_preferents-dlya-robotodavtsv-yak-zakonno-pratsevlashtovuyut-svokh-pratsvnikv
5. Аналітичний звіт «МІГРАЦІЯ ТА СОЦІАЛЬНО-ПОЛІТИЧНІ НАСТРОЇ ПІД ЧАС ПОВНОМАСШТАБНОЇ ВІЙНИ РОСІЇ ПРОТИ УКРАЇНИ» [Електронний ресурс]. –Режим доступу: https://gradus.app/documents/317/Gradus_EU_wave_12_UA.pdf
6. Електронний журнал «Укрінформ» [Електронний ресурс]. –Режим доступу: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/3621311-u-majze-80-ukrainciv-vid-pocatku-vijni-zmensilisa-dohodi.html>

ПРОБЛЕМИ БІЗНЕС-СТРУКТУР ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД УКРАЇНИ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

А. А. ПАКУЛІНА, канд. екон. наук, доцент
А. М. БУТИРСЬКА здобувач вищої освіти
*Харківський національний університет міського
господарства імені О. М. Бекетова*

Станом на перше січня 2022 року в Україні було створено 1469 територіальних громад, що включають 409 міських, 435 селищних та 625 сільських громад. Через російську військову агресію нині важко знайти абсолютно безпечне або сприятливе для бізнесу місце в будь-якій з територіальних громад України. З огляду на критерії безпеки та ризиків для бізнесу, можна виділити кілька типів громад.

Перш за все, існують переважно безпечні територіальні громади в західних областях країни, які мають мінімальний ризик вторгнення. Вони відзначаються стабільністю та відсутністю конфліктних ситуацій. Далі, відносно безпечні громади в центральних областях грають ключову роль у забезпеченні логістики воєнної економіки.

У той час як деякі громади в прифронтових областях північного та південного напрямків стикаються з певними ризиками через можливість військового вторгнення, інші, знаходячись на території частково окупованих областей сходу та півдня, переживають активні бойові дії.

На сьогоднішній день Міністерством з питань реінтеграції тимчасово окупованих територій України визначено 327 територіальних громад, які розташовані в зонах бойових дій або окуповані чи заблоковані. Ці громади охоплюють дев'ять областей, зокрема Дніпропетровську, Донецьку, Запорізьку, Луганську, Миколаївську, Сумську, Харківську, Херсонську та Чернігівську області.

Цей аналіз підкреслює те, що сучасна ситуація в Україні визначає різний рівень безпеки для бізнесу в різних територіальних громадах.

Протягом перших тижнів війни бізнес українських територіальних громад пройшов низку шокуючих випробувань. Дані від Advanter Group, здобуті у травні 2022 року після опитування власників та головних виконавчих директорів 934 малих та середніх підприємств територіальних громад, свідчать, що протягом першого місяця від початку військових дій аж 75,3% підприємств малого та середнього бізнесу повністю зупинили свою роботу.

Втрати цього сектору економіки виявилися дуже значущими, становлячи вражаючі 64–85 мільярдів доларів США за шість перших тижнів війни. Ці втрати включають в себе втрати ресурсів, товарів, основних фондів, витрати на релокацію та інші витрати, не враховуючи недоотриманих прибутків.

Однак, навіть при таких важливих труднощах, вже на початку травня відбулося часткове відновлення бізнес-активності. Частка зупинених або практично зупинених підприємств зменшилась до 49%, а 15% з них вдалося зберегти або навіть збільшити обсяги робіт порівняно з періодом до початку війни, тобто 23 лютого 2022 року.

Відновлення та активізація бізнесу в територіальних громадах також підтверджують динамічні показники щодо реєстрації нових бізнес-структур – компаній та фізичних осіб-підприємців у період з березня по вересень 2022 року. Протягом цього часу було зареєстровано майже 150 тисяч нових підприємств, включаючи 132 тисячі фізичних осіб-підприємців та понад 14 тисяч компаній.

Зараз в економіці активно працює 1,9 мільйонів фізичних осіб-підприємців. Для порівняння: наприкінці 2021 року кількість діючих суб'єктів господарювання в українській економіці становила 1956,2 тисячі одиниць, зокрема 1585,4 тисячі фізичних осіб-підприємців.

З метою збереження та захисту майна та виробничих потужностей бізнес-структур від можливого знищення під час воєнних дій Уряд України здійснив важливий крок, впроваджуючи з середини березня 2022 року програму релокації бізнесу. Ця програма спрямована на переміщення підприємств до переважно та відносно безпечних територіальних громад України, серед яких на момент запровадження програми вирізнялися громади Вінницької, Волинської, Закарпатської, Івано-Франківської, Львівської, Рівненської, Тернопільської, Хмельницької та Чернівецької областей.

За даними Міністерства економіки України на 15 липня 2022 року в рамках програми релокації було успішно переміщено 678 підприємств, надійшло 1732 заявки щодо надання допомоги у переміщенні, а 467 з цих підприємств вже успішно відновили свою роботу. Зазначимо, що значна частина бізнес-структур вирішила розмістити свої потужності у територіальних громадах Львівської (24,6% від загальної кількості релокованих підприємств), Закарпатської (16,1%) та Чернівецької (11,4%) областей України, за певними оцінками, окремі бізнес-структури вибрали перемістити свою діяльність на території інших країн. Цей процес релокації свідчить про стратегічний підхід уряду до захисту економічних інтересів та сприяє збереженню підприємств для подальшого відновлення економіки України в умовах воєнного конфлікту.

Незважаючи на те, що будь-яке підприємство може долучитися до урядової програми релокації бізнесу, особливий пріоритет відводиться підприємствам оборонного комплексу та тим, які забезпечують життєдіяльність населення й економіки. Варто відзначити, що у цьому контексті різні підприємства різного розміру та галузей мають різні можливості щодо релокації та відновлення бізнесу.

Великі підприємства можуть стикатися з обмеженими можливостями релокації через масштабність своєї інфраструктури та виробничих потужностей. У той час як для бізнес-структур малого розміру можливості релокації фактично необмежені. На жаль, певна частина бізнес-структур, розташованих у зонах активних бойових дій, може бути втрачена назавжди.

У галузі аграрного бізнесу, який має прив'язку до конкретної території та сезонну специфіку, релокація може бути особливо важливою та непрактичною через технологічно визначені сезонні роботи, які неможливо перенести або відкласти. Такі умови викликають труднощі у короткостроковій реалізації релокації підприємств у важливих для територіальних громад галузях, таких як виробництво електроенергії, видобуток корисних копалин та інфраструктурні галузі.

Натомість, бізнес у сфері надання послуг і торгівлі товарами, а також сектор інформаційних технологій є більш мобільними та гнучкими щодо релокації. Тому найбільша частина вже переміщених бізнес-структур, на липень 2022 року, складається з підприємств оптової та роздрібною торгівлі, ремонту автотранспортних засобів і мотоциклів (38,7%), переробної промисловості (33,1%), інформаційних та телекомунікацій (5,9%), а також сфери професійної, наукової та технічної діяльності (5,3%). Ці дані підкреслюють гнучкість та адаптивність бізнесу у виборі стратегій у складних умовах, що виникають через військовий конфлікт.

Ефективне функціонування бізнес-структур для територіальних громад України в умовах воєнного стану стає надзвичайно важливим аспектом. У цих умовах бізнес повинен не лише забезпечувати доходи його власників та працівників, але й відігравати ключову роль у фінансовому забезпеченні державного бюджету та бюджетів територіальних громад. Це відкриває можливості для вирішення кількох важливих проблем, включаючи фінансову

стійкість мільйонів громадян України та збереження платоспроможного попиту на внутрішньому ринку.

Основна вагомість бізнес-структур полягає в їхньому внеску в державний бюджет та місцеві бюджети, що надає можливість вирішувати кілька стратегічних завдань. Це включає фінансову спроможність забезпечити роботу об'єктів критичної інфраструктури, а також здатність територіальних громад швидко та ефективно вирішувати соціально-економічні питання.

Особливо важливою є роль бізнесу в формуванні фінансових ресурсів для підтримки збройних сил України, забезпечення соціальних виплат та збереження національної соціально-економічної стабільності. Це дозволяє країні концентрувати кошти для ефективного функціонування в умовах воєнного конфлікту та забезпечення захисту своїх громадян. Бізнес-структури, зрозумівши свою ключову роль у цьому контексті, можуть сприяти не лише власному розвитку, але й вагомим чином сприяти забезпеченню стійкості та процвітання України в непростих умовах сучасності.

INCLUSIVE SOCIETY AS AN INTEGRAL PART OF WORLD-FAMOUS BRANDS

A. A. SLOBODIANIK, 1st year master's student
State University of Trade and Economics

In today's world, the business environment is constantly changing, and brands have already abandoned the idea of simple profitability in favour of a deeper and more meaningful approach to social responsibility. The urgency of the problem is confirmed by the following statistics. More than 1 billion people, approximately 15% of the world's population, live with some form of disability. Between 110 and 190 million adults face severe difficulties in their daily lives. Disability rates are rising due to factors such as an aging population and an increase in chronic diseases. As of January 1, 2021, there were 2.7 million disabled people in Ukraine. Among them, there are 222,300 people with disabilities in the first category, 900,800 people with disabilities in the second category, and 1.4 million people with disabilities in the third category. According to the Office for National Statistics, 163,900 children are disabled [1].

Inclusive social responsibility has become a key element of strategy for many companies, as it not only contributes to a positive reputation, but also increases customer loyalty. It involves encouraging the participation and active involvement of people with disabilities in all areas of business, can therefore take different forms and strategies. Inclusion is in everyone's hands. Well-known brands around the world have a huge impact on society. They have a powerful influence and are able to convincingly communicate the importance of inclusion to their users. Equally important, they have the ability to mobilise their audiences and inspire them to participate in socially responsible initiatives.

In order to assess the contribution of marketing to an inclusive society, we studied world-famous brands and their interaction.

1. Tommy Hilfiger, USA

In 2018, Tommy Hilfiger presented an extraordinary spring/summer collection that was striking in its innovative and customisable details. Not only design and fashion solutions made the collection unique, but also the involvement of famous people with disabilities (Fig. 1).



Fig. 1 - Tommy Hilfiger launches clothes for people with disabilities [2]

The advertising campaign for this collection was striking in its diversity and inclusiveness. It featured Paralympic champion Jemery Campbell, celebrity chef Jemery Joss, popular lifestyle blogger Mama Kax and talented dancer Chelsea Hill. The campaign was notable for its emphasis on diversity and thoughtfulness in every detail, demonstrating that fashion can be accessible and expressive for everyone.

2. Vogue, Britain.

"Disability should be personal for all of us. Around 16 million people in the UK have a disability and millions of disabled people, visible or invisible, live alongside us. It is time that we recognised who we are as a society and that fashion builds a better, more accessible and inclusive industry," wrote editor-in-chief Edward Enninful in his column. Examples of magazines with disabled models can be seen in the Fig. 2.



Fig. 2 - «British Vogue puts a person with a disability on the cover of the magazine for the first time in its history» [3]

3. “Lady Di atelier”, Lviv, Ukraine

The main idea behind the brand was to make it socially responsible and help people with disabilities get jobs. Lady Di atelier employs disabled people who have the

opportunity to make scarves with their own designs. This has become the brand's main product, which has great personal value. The authors of the designs on the scarves are people with disabilities. They receive 10% of the sales of each scarf with their designs. The main idea of the brand is that everyone has the right to work and the opportunity to earn money.

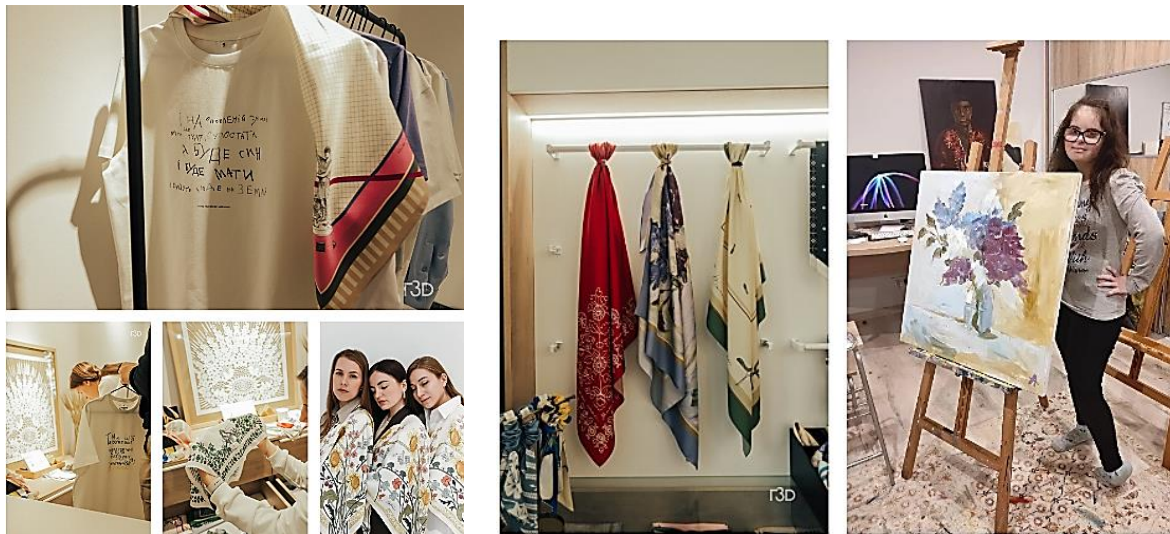


Fig. 3 - Leading artist Andriana Chukhniy with Down syndrome is part of a Ukrainian scarf brand [4]

Lady Di atelier strives to be a barrier-free and socially responsible brand, where product quality is combined with an important social mission. Currently, the brand collaborates with 15 authors and has more than 50 different designs of headscarves. In addition, Lady Di atelier is actively involved in fundraising for various foundations and organisations, as well as organising various charity events and projects aimed at supporting people with disabilities and helping children with visual impairments.

"We are a socially responsible business. We constantly help with fundraisers and organise them ourselves. We are currently raising funds for a room for visually impaired children. This is an acoustic laboratory to help children better navigate through sounds. There will be sounds of nature and machines. There is nothing like it in Ukraine. This is our own project. The cost of the room is 300 thousand hryvnias. This is the main project that we organised ourselves. We also raised money for Valeria Guzak and Serhiy Prytula's foundation, and organise various collaborations. We want to collaborate with authors from all over the world, we want to involve people with inclusion, we want people to feel needed, so that they can fulfill themselves, and we, in turn, are ready to support talented people",- the team says.

So, in order to overcome the challenges of brand interaction with an inclusive society, it is important to work on developing of inclusive thinking among marketers and the brand management world in general, engage inclusion experts and develop advertising strategies that take into account the needs of different population groups. It is also important to maintain a dialogue with the inclusive community and listen to their voices to ensure effective engagement for all people both in Ukraine and globally. Model for developing marketing strategy for an inclusive society can be represented as follows (Fig. 4).



Fig. 4. Model for developing marketing strategy for an inclusive society

In general, the inclusive world of brand management opens up new opportunities for business and society as a whole. It stimulates the expansion of the audience, promotes a positive brand image and contributes to a more inclusive and equal society. Creativity, universal design and careful consideration of the needs of different consumer groups are key factors in of success in inclusive outdoor advertising. May this trend become more and more popular and widespread, contributing to a more inclusive and equitable global community.

References:

1. Rights of persons with disabilities during the war in Ukraine. Kharkiv Institute of Social Research (KhISR), League of the Strong (LS), National Assembly of People with Disabilities (NAPD), European Disability Forum (EDF). URL: <https://www.edf-feph.org/content/uploads/2023/02/PDF-Summary-of-monitoring-report-Rights-of-persons-with-disabilities-during-the-war-in-Ukraine.pdf>.
2. Tommy Hilfiger unveils innovative clothing line for people with disabilities. URL: <https://mashable.com/article/tommy-hilfiger-tommy-adaptive-disability-friendly-clothing>.
3. Nothing Is More Fashionable Than Inclusivity. URL: <https://www.vogue.co.uk/article/vogue-disability-portfolio-2023>.
4. Lady Di - мода зі змістом. URL: <https://ladydiatelier.com/>.

БІЗНЕС: ПРОБЛЕМИ ТА ШЛЯХИ ЇХ ВИРІШЕННЯ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

А. А. ПАКУЛІНА, канд. екон. наук, доцент
 А. М. БУТИРСЬКА, здобувач вищої освіти
*Харківський національний університет міського
 господарства імені О. М. Бекетова*

Підприємницький сектор української економіки виступає важливим стовпом підтримки в умовах воєнного конфлікту. Відповідаючи за постачання ринку та населення необхідними товарами і послугами, він вносить вагому частину до бюджетів на різних рівнях у вигляді податків, створює нові робочі місця та сприяє утворенню справедливих ринкових відносин у країні. Високий рівень корупції та фінансові труднощі населення поглиблюють виклики та впливають на стабільність та зростання підприємств в умовах воєнного конфлікту.

У 2022–2023 роках повномасштабна збройна агресія російської федерації суттєво поглибила кризову ситуацію в економічній та соціальній сферах

України. Економічний колапс 2022 року став найбільшим у всій історії країни, викликаючи серйозні труднощі для підприємств та підприємців. Така ситуація ставить під загрозу здатність бізнесу функціонувати в умовах економічного спаду та невизначеності.

Навіть при активних бойових діях та обстрілах цивільної інфраструктури підприємці продовжують утримувати позитивний настрій та спрямованість на розвиток. Дослідження проведене Advanter Group, Центром розвитку інновацій, Офісом з розвитку підприємництва та експорту, а також національним проектом «Дія.Бізнес» у період з 31.05 по 11.06.2023 року, свідчить про цю тенденцію. Аналіз Ukrainian Business Index (UBI), що відображає активність бізнесу, його здатність до зростання товарообігу та створення робочих місць, показує позитивний тренд.

Незважаючи на важкі випробування, які приніс бізнесовому сектору України період повномасштабної війни та систематичні відключення електроенергії у зимовий період, надзвичайна стійкість та рішучість українських підприємців породжують новий етап розвитку підприємницькості.

Ключовою складовою успіху будь-якого підприємства є його людські ресурси. Проте проблема дефіциту кадрів нині стає важливою для розвитку та функціонування бізнесу під час воєнних дій. З початком конфлікту знайти спеціалістів із необхідними навичками стало ще складніше через фактори, такі як мобілізація, трудова міграція та руйнування житла в зоні конфлікту. У визволених та зоні бойових дій продовжується серйозний дефіцит робочої сили. Внутрішнє переміщення зменшило вартість робочої сили, але виникла нестача необхідних навичок, адаптованих до потреб роботодавців. Ця проблема особливо актуальна для трудомістких галузей, таких як сільське господарство, текстильна промисловість, виробництво одягу та взуття. У той же час, галузі обслуговування, такі як туризм, готельно-ресторанний бізнес та розваги, також стикаються із складнощами через знижений попит споживачів.

Окрім вже визначених проблем, що впливають на підприємництво, існують і інші чинники, які, хоча менш відкриті, але все ще є серйозними викликами для бізнесу під час воєнних дій. До таких проблем можна віднести розриви в ланцюжках постачання, недостатню доступність палива, проблеми з постачанням електроенергії, руйнування виробничих потужностей та втрату доступу до необхідних сировин та матеріалів. Крім того, недобросовісна конкуренція, пошкодження майна в результаті активних бойових дій та корупція також ускладнюють умови бізнесу.

Особливі труднощі виникають для експортерів, які стикаються із значними транспортними проблемами при доставці своєї продукції на зовнішні ринки. Блокування українських морських портів російським флотом та обмежені можливості транспортування через транспортні канали зумовлюють значні труднощі у вивезенні товарів за кордон. Ці обставини створюють серйозні виклики для забезпечення ефективної зовнішньоекономічної діяльності українських підприємств, таких як сільське господарство, текстильна промисловість, виробництво одягу та взуття.

Для забезпечення виживання та розвитку, значна кількість компаній переосмислює свою виробничу діяльність, фокусуючись на виробництві товарів, які відповідають потребам воєнного часу. Підприємства виходять на міжнародний ринок, адаптуючись до змін у глобальному середовищі, переїжджають у регіони, де забезпечені умови для безпечного виробництва, активно залучаються до соціальних ініціатив, відновлюючи втрачений персонал через фонд безробітних та інші інноваційні підходи. Крім того, недобросовісна конкуренція, пошкодження майна в результаті активних бойових дій та корупція також ускладнюють умови бізнесу.

В умовах війни підтримка українського бізнесу стає життєво важливою для забезпечення економічної стабільності та здатності країни функціонувати. На думку експертів, Україні необхідно невідкладно впроваджувати нові стандарти та закони, спрямовані на соціально-економічний розвиток, з урахуванням факторів безпеки та бойових дій. Важливим є оперативне навчання, розвиток та підтримка підприємств навіть під час конфлікту.

Стимулювання експорту вітчизняної продукції та впровадження систем податково-митного стимулювання експортних операцій є ключовими кроками для забезпечення устійливості бізнесу. Надання фінансової підтримки у формі грантових програм, субсидій та пільгових позик може допомогти підприємствам зберегти ліквідність та зменшити фінансовий тиск.

Формування оптимальної системи оподаткування, яка гарантує стабільність та передбачуваність податкового середовища, є важливим елементом підтримки бізнесу. Уряд повинен продовжувати надавати пільги та відстрочки для полегшення фінансового тиску на підприємства в умовах економічної нестабільності.

В умовах повномасштабної війни український бізнес стоїть перед надзвичайно складними викликами, що вимагають негайних та цілеспрямованих заходів для вирішення. Економічна сфера країни перебуває під серйозним впливом воєнних подій, і важливо, щоб уряд, бізнес-спільнота, громадськість та міжнародні партнери об'єднали свої зусилля. Майбутнє України визначатиметься спільною реакцією цих суб'єктів, і вони повинні працювати разом для забезпечення ефективних стратегій вирішення економічних викликів.

ВИКОРИСТАННЯ СУЧАСНИХ ТЕХНОЛОГІЙ HR-МЕНЕДЖМЕНТУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ

М. М. НОВІКОВА, д.е.н., проф.

А. Б. ШВЕД, к.е.н., ст. викл.

Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова

У сучасній економіці люди є найціннішими активами, оскільки від їхнього внеску залежить досягнення глобальних цілей. Таким чином, конкурентоспроможність продукції та підприємства, фінансова стійкість і перспективи стратегічного розвитку залежать від рівня ефективності управління

персоналом. Сьогодні особливо актуальною є практика управління людськими ресурсами (HR) в Україні. Цей метод використовується для покращення системи управління персоналом і мінімізації витрат, щоб забезпечити високі результати діяльності компанії.

Сьогодні українські компанії повинні вирішити проблему відтоку кваліфікованих працівників за кордон і створити нову систему управління персоналом за допомогою впровадження нових методів і технологій кадрового менеджменту.

Коли справа доходить до кар'єрного розвитку, менеджери підприємств повинні розуміти це. Цілі кар'єри можуть змінюватися у міру того, як змінюється сама людина, наприклад, коли їхня кваліфікація та потенціал зростають, вони просуються на роботу, вони змінюють або переглядають свої цінності. Таким чином, слід зазначити, що формування цілей кар'єри – це процес, який постійно відбувається [1].

Найбільш складним компонентом управління людськими ресурсами підприємства є оцінка персоналу, як у методичному, так і в організаційному плані. Перш за все, потрібно зазначити, що не існує єдиної універсальної стратегії, яка може бути використана для вирішення всього різноманіття завдань, пов'язаних з оцінкою персоналу. Поки що як у міжнародній, так і в національній практиці не існує загальноприйнятого підходу до оцінки персоналу. З цієї причини компанії розробляють програму оцінки або слідує прикладам інших підприємств [2].

Людські ресурси завжди спрямовані на підвищення кваліфікації та професійних здібностей працівників і максимізацію внеску персоналу у продуктивність і розвиток компанії. Таким чином, вітчизняні підприємства повинні краще використовувати досвід інших країн щодо розвитку управління персоналом, розробки та впровадження стратегій управління персоналом. Це має значний вплив на показники діяльності компанії та вимагає від них максимального використання.

Сьогодні роль HR-менеджера в системі управління підприємством стає все важливішою. Інноваційні підходи до управління персоналом стимулюють його участь у формуванні загальної стратегії розвитку компанії та кадровій політиці.

Погана система управління персоналом характеризується постійною плинністю кадрів, відсутністю мотивації та зниженням працездатності працівників, напруженістю та конфліктними ситуаціями в колективі, що, у свою чергу, призводить до втрати прибутку компанії. Таким чином, можна значно підвищити працездатність співробітників і ефективність бізнес-процесів компанії шляхом реорганізації старої системи та впровадження інноваційних підходів до управління персоналом.

Підприємства, які зараз є складними виробничими системами, повинні швидко адаптуватися до змін, використовуючи нове мислення та інноваційні технології управління. Практика показує, що ці технології здатні зробити більше, ніж від них очікують.

Запровадження управління людськими ресурсами, а також розробка та впровадження стратегії управління людськими ресурсами на вітчизняних підприємствах значно підвищить ефективність бізнес-процесів і дозволить отримати конкурентні переваги, що забезпечить найкращі умови для їх розвитку.

Список використаних джерел:

1. Гриньова В. М., Новікова М. М., Небилиця О. А. Управління кар'єрним зростанням персоналу підприємства : монографія. Харків : Вид-во ХНЕУ, 2013. 180 с.

2. Стахів О. Проведення оцінки персоналу на підприємстві з метою стимулювання працівників до підвищення кваліфікації. Україна: аспекти праці. 2010. № 1. С. 29–35.

INTEGRATION OF RISK-ORIENTED APPROACH IN THE ACTIVITIES OF SCIENTIFIC LABORATORIES

I. BOZHIDAI, PhD in Economics

State Biotechnological University

A. USHKALOV, Candidate of Veterinary Sciences

National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine

Formalizing the concept of risk is critical so that organizations can refer to and apply agreed definitions and create a common understanding of the term.

The following definitions of risks are used in world practice: risk can be defined as a combination of the probability of an event and its consequences (ISO/IEC Guide 73) [1]; risk – uncertainty about achieving goals [2]; risk – the impact of uncertainty [3]; risk – the impact of uncertainty on goal achievement [4]; risk is the possibility of occurrence and the probable scale of the consequences of a negative impact during a certain period of time [5]. These definitions show that risk management is not a process that is imposed on other management decision-making systems. On the contrary, risk management is a very important part of all activities and processes.

There are many standards that have risk management instructions as part of their management. Examples: requirements for environmental management DSTU ISO 14001: 2015 [6]; DSTU EN ISO 14971: 2015 [7] contain guidelines on the risks of medical laboratory management; requirements for quality control in the automotive industry IATF 16949: 2016 [8], etc.

Risk management includes the possibility of unplanned events (errors), assesses the frequency of these events and the consequences or severity of damage they cause, and ultimately assesses risk and potential damage. This is the process of taking preventive measures to mitigate the acceptable level. The risk management process is based on the evaluation of the effectiveness of new tools and their analysis before testing. Perform regular maintenance and quality control activities, respond to physician comments, and troubleshoot errors, etc.

Risk analysis consists of two main parts. The first part involves mode and variation analysis to identify potential causes and determine how they affect the

system. It is used during the development stage of a product or service or when using an existing process or product in a new way. The second part of the risk analysis process is based on observing deviations through the error reporting and corrective action system. Control measures can describe precautions against errors and consequences. A typical information assessment scheme is shown in Figure 1.

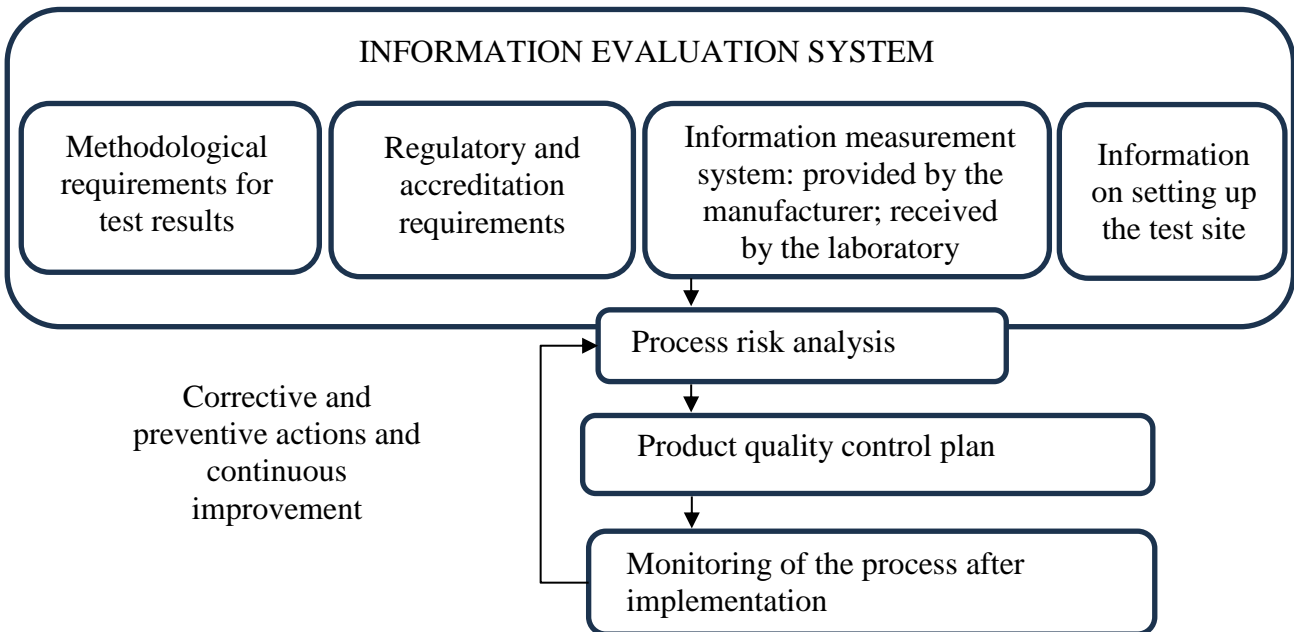


Figure 1 - Block diagram "Information assessment system" [9]

A quality control plan includes four elements. At the first stage, system information is recorded, including the manufacturer's recommendations for the correct use of the device. Step 2: Laboratories should identify laboratory-specific conditions, such as human capabilities and environmental conditions, that may affect the risk and probability of error. A risk assessment is then performed to identify control measures to mitigate potential harm. In the third stage, the quality control plan is presented in the form of a list of identified hazards and steps that the laboratory must take to minimize the risks. Final stage: the quality control plan is implemented and tested for effectiveness.

Risk management is a new concept for research laboratories. The use of controls based on a risk-based approach increased the detection of errors while maintaining a low probability of false deviations [9].

Instead of a single centralized risk management process, detailed processes are implemented for each specific area of activity. Each process has its own purpose. Risks are things that affect the achievement of goals and are revealed in the process of activity [10].

The impact on risk lies in the choice of strategic options. These are avoidance, elimination of the source of risk, change of probability, change of outcome, transfer of risk and conscious retention of risk. Taking into account the received data, the management of the laboratory makes the necessary most rational decision.

References:

1. Стандарт з ризик-менеджменту Федерації європейських асоціацій ризик-менеджменту (Risk Management Standard, FERMA), Великобританія. 2002. 16с. (інформація та документація). URL: <https://www.ferma.eu>.
2. ДСТУ ISO Guide 73:2013 Керування ризиком. Словник термінів. URL: <https://www.metrology.com.ua/.../iso-iec...iso/325-dstu-isoguide-73-201>.
3. ДСТУ ISO 9000:2015 Системи управління якістю. Основні положення та словник термінів (ISO 9000:2015, IDT). Київ. 45 с. (Інформація та документація).
4. ДСТУ ISO 31000:2018 (ISO 31000:2018, IDT) Менеджмент ризиків. Принципи та керівні вказівки. Київ. 18 с. (Інформація та документація).
5. Закон України «Про технічні регламенти та оцінку відповідності»: Закон від 15.01.2015 № 124- VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/124-19>.
6. ДСТУ ISO 14001: 2015 Системи екологічного управління. Вимоги та настанови щодо застосовування (ISO 14001:2015, IDT). Київ, 2015. 37 с. (Інформація та документація).
7. ДСТУ EN ISO 14971:2015 (EN ISO 14971:2012, IDT; ISO 14971:2007, IDT) Вироби медичні. Настанови щодо управління ризиком. Київ, 2015. 104 с. (Інформація та документація).
8. IATF 16949:2016 Система менеджменту якості для виробництв автомобільної промисловості і організацій, які виробляють відповідні сервісні частини. 2016. 16 с. (Інформація та документація). URL: <https://ru.scribd.com/document/367718777/IATF16949-2016-soft-copy-pdf>.
9. Sarah W Njoroge and James H Nichols Risk Management in the Clinical Laboratory. Ann Lab Med. 2014 Jul; 34(4). Pp. 274–278. URL: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC4071183/>.
10. Віткін Л.М., Сингаївська О.О. Моделі інтеграції ризик-орієнтованого мислення у діяльність випробувальної лабораторії легкої промисловості. Вчені записки Університету «КРОК» №4 (56), 2019. С. 123-134.

СКЛАДОВІ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ МИТНОЮ СЛУЖБОЮ УКРАЇНИ

М. В. БОРОВИК, д.е.н., проф.

С. В. ЗАЙЧЕНКО, аспірант

Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова

Сьогодні митна справа в Україні розвивається в напрямку гармонізації та уніфікації з міжнародними стандартами та правилами.

Державна митна служба України — це спеціально уповноважений центральний орган виконавчої влади в галузі митної справи, який був заснований у 1991 році з метою керівництва, координації та контролю за діяльністю митних

органів та інших організацій щодо виконання законодавства України щодо митної справи [1].

Здійснення митного контролю та оформлення товарів і транспортних засобів, які переміщуються через митний кордон України суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності, є обов'язковими для виконання функцій митниці. Митні органи взаємодіють з компаніями в таких основних напрямках:

1. забезпечують контроль за дотриманням законодавства України щодо митних тарифів;

2. сприяють захисту інтелектуальної власності іноземних компаній та інших осіб;

3. здійснюють процедури нетарифного та тарифного регулювання під час переміщення товарів через митний кордон України;

4. контролюють і оформляють товари та транспортні засоби, що проходять через митний кордон України;

5. дотримуються правил переміщення валютних цінностей через митний кордон України разом із Національним банком [2];

6. забезпечують сприятливі умови для прискорення потоку як товарів, так і пасажирів через митний кордон України;

7. здійснюється надання інформаційно-аналітичних послуг;

8. проводиться верифікація, тобто перевірка достовірності сертифікатів товарів, які походять з України.

Незважаючи на досить короткий термін існування, Державна митна служба України сьогодні є одним із найбільш функціонально розвинутих державних органів. Це не випадково, оскільки аналізуючи кожен етап її діяльності, можна зробити висновок, що реформування та вдосконалення податкової служби є постійним і динамічним процесом, який починається з моменту її заснування як державного органу і продовжує розвиватися протягом усього процесу.

Завданням підвищення ефективності діяльності митних органів є: підвищення рівня культури сплати податків; позиціонування митної служби як відкритого та готового до діалогу з суспільством; створення та впровадження інформаційної бази щодо діяльності державного органу; розробка та впровадження ефективних механізмів надання послуг бізнесу та громадянам; і ефективна співпраця з митними службами інших держав і міжнародних організацій.

Запровадження сучасного програмного забезпечення є однією з причин підвищення ефективності митного контролю, оскільки це спрощує процедури митного оформлення, зменшує час, необхідний для митного оформлення товарів, і зменшує ризики корупції.

Для підвищення ефективності діяльності митних органів необхідно підвищити рівень культури сплати податків, представити ДМС як відкритий і готовий до співпраці орган, створити інформаційну базу щодо діяльності державних органів, розробити та запровадити ефективні механізми надання послуг громадянам та представникам бізнесу, співпрацювати з митними

службами інших держав і міжнародними організаціями, оптимізувати організаційну структуру.

Список джерел:

1. Офіційний сайт Державної митної служби України. – Режим доступу : <http://www.customs.gov.ua>

2. Митна справа : навч. посібн. для студ. вищ. навч. закл : у 3-х т. Т. 1 / за ред. А. Д. Войцещука. – К. : ТОВ "ВД "Мануфактура", 2006. – 408 с.

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНОЮ БЕЗПЕКОЮ БУДІВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

М. В. БОРОВИК, д.е.н., проф.

М. О. ВОЛОШАН, аспірант

Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова

Будівельні підприємства, які переживають бойові дії на території нашої країни, зіткнулися з багатьма проблемами щодо ефективності використання фінансових ресурсів, інноваційної активності та рівня автоматизації технологічних процесів у будівництві. Усі ці проблеми мають значний вплив на рівень забезпечення економічної безпеки будівельних підприємств.

У сучасному бізнесі будь-яке підприємство повинно постійно змінювати свою діяльність, щоб залишатися конкурентоспроможним і адаптуватися до вимог ринку, оскільки зміна ринкових факторів може призвести до проблем.

Таким чином, компанія повинна мати здатність оперативно вносити необхідні зміни за допомогою методів адаптації. Підприємство повинно змінити свої цілі, стратегії та методи, щоб досягти своїх цілей, коли воно переходить на нові етапи або потрапляє в кризове становище. Усвідомлення циклічності розвитку бізнесу дозволить керівникам приймати розумні рішення у майбутньому.

Автори вважають, що «економічна безпека будівельного підприємства» означає взаємодію окремих функціональних елементів, які забезпечують стабільний економічний стан, який сприяє ефективному використанню всіх наявних ресурсів, адаптації до зовнішніх умов і впровадженню заходів, спрямованих на усунення або запобігання небезпекам, які загрожують успішній виробничій та фінансовій діяльності.

Наукова література визначає «управління економічною безпекою промислового підприємства» як сукупність принципів, методів і інструментів для прийняття та підготовки управлінських рішень, які допомагають захистити економічні інтереси суб'єкта господарювання від небезпек, які виникають як у зовнішньому, так і в внутрішньому середовищі [1, 2].

У процесі роботи будівельного підприємства постійно підтримується достатній рівень економічної безпеки. Головною метою процесу прийняття управлінських рішень для підтримання достатнього рівня економічної безпеки є

забезпечення стабільної роботи підприємства, моніторинг і діагностика рівня економічної безпеки підприємства за допомогою певних методів, ідентифікація загроз і попередження їх впливу на діяльність будівельного підприємства.

Для досягнення мети управління економічною безпекою необхідно вирішити низку завдань, основними з яких є:

- ідентифікація реальних і прогнозування потенційних небезпек і загроз;
- розробка стратегій для запобігання, ослаблення та ліквідації потенційних небезпек і загроз;
- створення ресурсів, необхідних для забезпечення безпеки підприємства;
- координація взаємодії з правоохоронними та контролюючими органами для запобігання і припинення правопорушень.

Швидкість зміни стану підприємства в залежності від зовнішніх обставин є показником ефективності процесу управління економічною безпекою підприємства. У процесі роботи будівельного підприємства постійно підтримується достатній рівень економічної безпеки. Головною метою процесу прийняття управлінських рішень для підтримання достатнього рівня економічної безпеки є забезпечення стабільної роботи підприємства, моніторинг і діагностика рівня економічної безпеки підприємства за допомогою певних методів, ідентифікація загроз і попередження їх впливу на діяльність будівельного підприємства.

Список використаних джерел:

1. Ткаченко Т.П., Тульчинська С.О. Особливості управління економічною безпекою будівельних підприємств у воєнний період. *Economic Synergy*. 2023. № 3. С. 192–201.

2. Алькема В.Г. Аналіз системи економічної безпеки суб'єктів господарської діяльності. *Фінансова система України. Наукові записки. Серія «Економіка»*. 2012. № 16. С. 99-107.

СТРАТЕГІЇ ДО ФОРМУВАННЯ ФРАХТУВАННЯ ФЛОТУ В УМОВАХ ТУРБУЛЕНТНОГО БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩА

С. О. КРАМСЬКИЙ, к.т.н., доцент

*Інститут ринку економіко-екологічних досліджень, м.Одеса,
Одеський державний екологічний університет, м.Одеса*

Судноплавні компанії формують свою поточну стратегічну позицію зі спеціалізації флоту щодо вантажів, що перевозяться, і регіонів операторської діяльності, а так само в системі вертикальної інтеграції. Отже обсяг вантажопотоків є збільшенням ринкової частки; при зростанні обсягів вантажопотоків збереження ринкової частки передбачає пропорційне зростання провізної спроможності суден компанії; освоєння нових сегментів фрахтового ринку, в тому числі при освоєнні нових форм судноплавства (наприклад, відкриття контейнерних ліній компанією, яка до цього займалася тільки трамповими перевезеннями), є виходом на нові транспортні ринки; крім того,

окремі судноплавні компанії створюються для транспортного забезпечення поставок великих виробників (трейдерів товарів), тому необхідність забезпечення заданого обсягу поставок може також призводити до необхідності поповнення флоту.

Мета дослідження передбачає поповнення торгового флоту України, пов'язані з конкурентними стратегіями, або з виробничою необхідністю судноплавних компаній у повоєнний період.

Так, поповнення флоту може здійснюватися не тільки шляхом придбання, а й шляхом довгострокової оренди суден у бербоут-чартер або тайм-чартер. Оренда суден у тайм-чартер дозволяє здійснити поповнення флоту для середньострокової перспективи [1]. Таким чином, проект поповнення флоту може бути проектом придбання судна, але проект придбання судна не завжди є проектом поповнення флоту України. Відзначимо той факт, що оренда суден у тайм-чартер відноситься до виробничої діяльності судноплавних компаній, як один із варіантів комерційної експлуатації суден [2]. Оренда суден у бербоут-чартер є різновидом «лізингових проектів, в галузі судноплавства входять до широкого спектру проектів із зовнішнім фінансуванням».

Як відомо, у будь-якого підприємства виділяються такі види діяльності – інвестиційна, операційна та фінансова. Тому проекти поповнення флоту пов'язані із здійсненням інвестиційної та операційної діяльності судноплавних компаній. Розглядаючи проекти придбання, як варіант поповнення флоту, в [3] зазначається, що кожне знову придбане судноплавною компанією судно повинно розглядатися як актив компанії, коли воно працює, і як пасив, коли воно не діє під час воєнного стану. Таким чином, тенденція фрахтових ставок (у тому числі ставок тайм-чартеру, ставок оренди суден), що відображає можливості застосування судна, визначає і тенденцію середнього рівня вартості суден. На рис. 1. надано графіки, що описують динаміку Балтійського фрахтового індексу (заснованого на усереднених значеннях ставок тайм-чартеру) і середньої вартості балкерів-панамаксів.

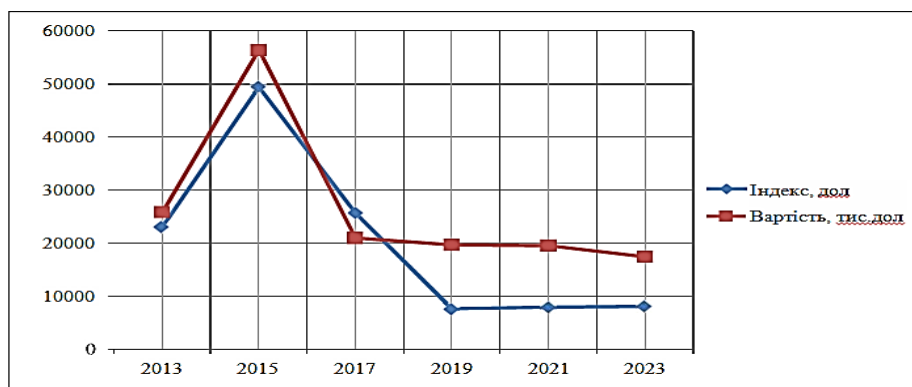


Рисунок 1. – Порівняльна динаміка вартості суден та Балтійського фрахтового індексу

Для судноплавної компанії дохід формується на базі фрахтових ставок, тому припливи грошових коштів за проектами поповнення флоту засновані на фрахтових ставках (тайм-чартеру і рейсового чартеру). Відзначимо, що (як вище

було підкреслено) поповнення флоту, найчастіше, орієнтоване на власну комерційну експлуатацію (з можливою участю компаній, які займаються комерційним менеджментом суден). Дохід компаній, для яких судно є виключно інструментом приросту капіталу, заснований або на різниці вартостей придбання і продажу судна, або на лізингових платежах (ставках бербоут-чартеру). При цьому для проєктів обох видів на величину відтоків грошових коштів впливає вартість використання позикових коштів (процентна ставка), на притоки грошових коштів – вартість судна при продажу. З урахуванням того, що судноплавні компанії у разі роботи суден на умовах рейсового чартеру (у трамповому судноплаванні), або в лінійному секторі судноплавання (також послідовними рейсами) оплачують бункер, то його ціна також визначає величину відтоків грошових коштів. Отже, обґрунтовано, що «проєкт придбання судна», оскільки судно може набуватися фінансовими, лізинговими компаніями як засіб приросту капіталу, а не як засіб забезпечення певного обсягу перевезень. Специфіка зазначених двох категорій проєктів виявляється у формуванні потоків грошових коштів. Для судноплавної компанії дохід формується на базі фрахтових ставок, тому припливи грошових коштів за проєктами поповнення флоту засновані на фрахтових ставках (тайм-чартеру і рейсового чартеру). Відзначимо, що (як вище було підкреслено) поповнення флоту, найчастіше, орієнтоване на власну комерційну експлуатацію (з можливою участю компаній, які займаються комерційним менеджментом суден). На відміну від розглянутих варіантів, поповнення флоту на базі оренди в тайм-чартер не є інвестиційним проєктом [3]. Граничний термін тайм-чартерних угод – 5 років, але більшість не перевищує 3 роки. На етапі завершення відбувається передача судна судновласнику, тому тривалість даного етапу, як правило, відповідає тривалості переходу судна до обумовленого місця призначення. Включення до складу зацікавлених осіб інших судноплавних компаній обумовлено тим, що один із варіантів комерційного використання судна – здача його в тайм-чартер, а в цьому випадку інші судновласники стають споживачами «корисних властивостей» судна. Таким чином, можна зробити такі висновки:

- поповнення флоту відіграє важливу роль в оновленні основних засобів судноплавних компаній, а також у досягненні цілей конкуренції;
- в якості варіантів поповнення флоту виступають: будівництво суден, придбання суден, лізинг (бербоут-чартер), коротко- і середньострокова оренда суден (тайм-чартер) поповнення флоту реалізується через проєкт, мультипроєкт, програму, портфель. Стратегічні цілі судноплавних компаній, а також необхідність компенсації природних процесів списання старого тоннажу на злам, визначають необхідність поповнення флоту. Встановлено, що в якості варіантів поповнення флоту виступають: будівництва суден, придбання суден, лізинг (бербоут-чартер), коротко- і середньострокова оренда суден (тайм-чартер).

Список використаних джерел:

1. Kramskyi S., Kolodinskyi S., Zakharchenko O. Conceptual model for managing the phases of implementation of infrastructure projects and programmes in

the post-war period. Scientific Bulletin of Mukachevo State University. Series "Economics", 2023. 10(3), 33-40. doi: 10.52566/msu-econ3.2023.33.

2. Крамський С.О., Дарушин О.В., Захарченко О.В. Контент-аналіз логістичного проекту міжнародного товароруху на прикладі інтермодальних перевезень. Збірник наук. праць. "Управління розвитком складних систем". Київ: КНУБА. 2023 – №3(55). С.61-68.

3. Kramskiy S.O., Labunets I.Yu. Conceptual provisions of the formation of cargo flows of maritime transport of Ukraine in the security measure in the post-war period. «Економічні інновації». Одеса: ДУ ІРЕЕД НАНУ, 2023. Т.25. №4(89). С.68-78.

РОЛЬ СТРАТЕГІЇ УПРАВЛІННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИМ КАПІТАЛОМ НА ПІДПРИЄМСТВІ

С. Г. ТУРЧІНА, к.е.н., доцент

В. В. АЗАРОВ, здобувач наукового ступеня доктор філософії

Сумський національний аграрний університет

У умовах динамічного розвитку високих технологій і жорсткої конкуренції особливого значення набуває інтелектуальний капітал. Він є основним ресурсом для забезпечення конкурентоспроможності будь-якого господарюючого суб'єкта. Використання потенціалу інтелектуального капіталу здатне забезпечити проривний економічний розвиток як на рівні підприємств так і на рівні держави [1].

Інтелектуальний капітал – це перш за все люди та знання, якими вони володіють, а також їх навички і все те, що допомагає ефективно використовувати ці знання та навички, збірне поняття для визначення нематеріальних цінностей, котрі об'єктивно підвищують ринкову вартість компанії. В цьому значенні інтелектуальний капітал включає кваліфіковану, зібрану разом робочу силу і контракти з провідними спеціалістами (людський капітал); інтелектуальну власність, інформаційні ресурси, локальні мережі (організаційний капітал); відносини з клієнтами, широко відомі товарні знаки тощо (клієнтський капітал) [2].

Варто відмітити, що більшість сучасних українських керівників підприємств розуміють значущість інтелектуального капіталу, як джерела формування вартості компанії. Практика доводить, що іноді, маючи незначні фінансові засоби, при залученні та правильному використанні інтелектуальних ресурсів, компанія цілком здатна досягати успіху на ринку.

Однак, доводиться констатувати, що війна на території України завдала значних втрат національному інтелектуальному капіталу та науково-технічному потенціалу. Велика частка висококваліфікованих кадрів вимушено мігрувала за кордон, також у цьому зв'язку, спостерігається зміна виду діяльності, фіксується суттєве зниження рівню трансформації інтелектуального потенціалу у виробництво.

Тому, для того щоб підприємство вважалось конкурентоспроможним та мало можливості розвивати власні ресурси, йому, на думку науковців [1], слід

розробляти та реалізовувати стратегію управління інтелектуальним капіталом. Основною метою якої має бути підвищення ефективності створення та реалізації всіх наявних інтелектуальних ресурсів підприємства. Вчені та практики виділяють сім стратегій, які, на їхню думку, є базовими для формування та використання інтелектуального капіталу в підприємстві.

Таблиця 1 - Стратегії управління інтелектуального капіталу в підприємстві

Перша стратегія	Формує та застосовує знання в рамках індивідуальних компетенцій. Завдяки навчанню та формуванню корпоративної культури можливий розвиток індивідуальних навичок співробітників.
Друга стратегія	Формує та застосовує знання у внутрішній структурі. Завдяки обміну знаннями всередині організації створюється можливість підвищувати конкурентоспроможність підприємства. До елементів внутрішньої структури належать ІТ- системи, бази даних, авторські права, патенти, ноу-хау, ліцензії тощо.
Третя стратегія	Формує та застосовує знання у зовнішній структурі. Метою цієї стратегії є створення ефективних зовнішніх зв'язків підприємства, що сприятиме зростанню конкурентоспроможності.
Четверта стратегія	Спрямована на обмін знаннями між індивідуальними навичками співробітників та зовнішньою структурою підприємства. Метою цієї стратегії є підвищення компетенції персоналу.
П'ята стратегія	Спрямована на обмін знаннями між індивідуальною компетенцією та внутрішньою структурою. У цій стратегії індивідуальні знання передаються у внутрішні системи компанії та консоліднуються для широкого використання іншими співробітниками.
Шоста стратегія	Спрямована на обмін знаннями між елементами зовнішньої та внутрішньої структури. Метою цієї стратегії є переміщення знань з галузі в якій знаходяться зовнішні партнери, у внутрішньокорпоративну сферу. В рамках цієї стратегії відбувається постійна взаємодія зі споживачами.
Сьома стратегія	Розрахована на циркуляцію знань одночасно між усіма видами інтелектуального капіталу.

Таким чином, сім представлених основних стратегій управління інтелектуальним капіталом враховують структурні компоненти інтелектуального капіталу, їх взаємодію та взаємопроникнення один в одного, спрямовані на обмін знаннями, прагненням примножити ці знання та на ефективний перерозподіл знань в інтелектуальному капіталі. Вони визначають вектор успішного стратегічного розвитку організації, створюючи систему її стійких конкурентних переваг.

Список використаних джерел:

1. Собко О. Інтелектуальний капітал підприємства: концептуалізація – функціонування – розвиток: монографія / Ольга Собко. Тернопіль: Крок. 2014. 360 с.
2. Шпак Н. О. Економічна стабільність суб'єктів господарювання в умовах хаотичного розвитку національної економіки / Нестор Омелянович Шпак, Ольга Володимирівна Пирог, Марія Ігорівна Романишин; [монографія]. – Львів: Вид-во Львівської політехніки, 2015. – 285 с.

ДІЛОВІ ПЕРЕГОВОРИ ЯК ЗАСІБ РОЗВ'ЯЗАННЯ ПРОБЛЕМ

В. М. ПРАСОЛ, доцент

О. О. ГОНЧАРОВА, студентка 1 курсу магістратури

Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова

Переговори — це пошук способів, шляхів вплинути на рішення, прийняте партнером, в умовах, коли частина ваших інтересів збігаються, а частина — розходяться. Менеджери насамперед не повинні уникати заперечень з боку підлеглих, колег, керівництва, клієнтів. Вони мають їх вітати. Виявлення всіх можливих заперечень допомагає врахувати слабкі сторони вашої роботи, послуги або товару, а потім знайти можливість усунути їх і створити собі бажаний імідж. Спочатку необхідно з'ясувати сутність заперечення, для чого насамперед його треба вислухати. Якщо партнер або клієнт їх не висловлює, але від згоди відмовляється, то варто з'ясувати, що саме в цьому товарі або послугі його не влаштовує; що саме утримує його від покупки або підписання цього договору. Потім можна визначити зміст заперечення, тобто потребу, яку хоче задовольнити партнер, і в такий спосіб з'ясувати, чи спроможні ви задовольнити цю потребу яким-небудь іншим способом.

Навіть якщо ви не зможете справитися з конкретним запереченням проти запропонованого товару, все одно ви будете мати для себе користь: одержите додаткову інформацію про те, що може вимагатися в переговорах з майбутнім клієнтом. Уважне ставлення до заперечень клієнтів напевно буде відзначене співрозмовником і матиме розголос. До вас почнуть звертатися друзі та знайомі колишніх клієнтів. Якщо ж не можете запропонувати нічого, що задовольнило б потреби клієнта, то доцільно визнати це і порадити йому купувати у вас що-небудь.

А тепер поглянемо на переговори як на спробу членів певної групи клієнтів, колег спільно розв'язати таке завдання, одне з рішень якого може передбачати виявлення загальної проблеми. У процесі переговорів (ділової розмови) слід особливу увагу звертати на сприйняття, емоції, спілкування, манеру поведінки.

Сприйняття. Вам траплявся коли-небудь співрозмовник, який вас просто не розумів? Ви знову й знову повторювали своє повідомлення, а партнер, здається, просто не чує його. У такій ситуації повторювати або робити те саме цілком безглуздо.

Корисно засвоїти: зміст повідомлення визначає не бажання відправника, а сприйняття одержувача. Якщо співрозмовник не реагує на вашу поведінку або інтерпретує її неправильно, краще змінити свою поведінку, намагаючись домогтися від партнера потрібної (правильної) реакції. Спостерігайте за його реакцією і змінюйте поведінку доти, поки не будете задоволені. Ключ до успішного ділового спілкування — уважність і гнучкість, що дають змогу вчасно змінити ситуацію.

Найбільш важливі складові сприйняття і впливу на нього такі:

Вибірковість. Люди схильні бачити те, що хочуть побачити. З безлічі інформації вони вибирають те, що підтверджує їхні попередні уявлення, і не звертають уваги на факти, які ставлять ці уявлення під сумнів, або спотворюють ці факти, особливо якщо інформація має особисто значимий характер.

Проекція. Люди часто схильні приймати свої побоювання або потреби за побоювання або потреби партнерів.

Люди часто схильні покладати відповідальність за свої рішення та їхні наслідки на інших. Крайній варіант цієї ситуації — звинувачення. Якщо, навпаки, ви будете пропонувати ходи, що влаштовують іншу сторону, — вас сприймуть як людину, з якою можна мати справу.

Несподівана поведінка ставить партнера в ситуацію, коли його звичні асоціації не спрацьовують. Йому доводиться шукати нові, що призводить його до розгубленості, викликає негативні емоції.

Позитивне ставлення до нововведень прямо пропорційне мірі участі ваших партнерів у розробці проекту.

Легко сприймайте те, що не пов'язано з втратою образу особи.

Спілкування. "Спілкування — це комунікації, а комунікації — слухання". Найдоступніший елемент поведінки в комунікації — слухати і дати зрозуміти партнерам, що їх почуто.

Уникайте заперечень відразу після висловлення партнера. У нього може скластися враження, що ви його просто погано зрозуміли, і він почне "зрозуміліше розтлумачувати" вам свою точку зору. Спочатку задайте запитання. А раптом ви справді щось не до кінця зрозуміли? Потім встановіть зворотний зв'язок свого розуміння, обов'язково позитивного: ваша думка звучить (виглядає) дуже обґрунтовано (вагомо). Якщо я правильно зрозумів, ви хочете...

Відрізняйте варіанти (можливості) від рішень. Типова помилка полягає в ототожненні понять я можу і я буду.

Пам'ятайте: під час переговорів не існує "їхніх проблем". Під час переговорів і "ви", і "вони" — усі перебувають в одному човні.

Використовуйте запитання. Вони управляють мисленням. Навіть якщо співрозмовник і не захоче відповісти вам, він буде змушений подумки зробити це. Так ви зможете змінити думку партнера, ввести в його свідомість потрібну думку, спогад, асоціацію.

Конфлікт сам по собі не є проблемою. Проблема полягає в тому, що робити з нашими розбіжностями. Відомі такі можливі варіанти поведінки в ситуації ймовірного конфлікту:

Уникнення — прагнення не втручатися в конфліктну ситуацію.

Пристосування — ігнорування власних проблем, сприйняття існуючих умов як об'єктивної реальності.

Змагання {позиційний торг} — активний спосіб досягти власної мети. Приклад позиційного торгу можна запозичити з англійського фольклору: "Обід у палаці. Лорд (байдуже): "Усі жінки продаються. За мільйон можна купити будь-яку жінку." Королева (обурено): "Мене ... за мільйон?!" Лорд (вклоняючись): "От Ви вже й торгуєтеся, Ваша величносте".

Компроміс: праворуч підеш — коня втрапиш, ліворуч підеш — голову покладеш. Компроміс — це пошук рішення, котре передбачає, що кожний поступається чимось для одержання чогось більш бажаного. Застосовується в таких випадках:

учасники мають у своєму розпорядженні однакову владу і рішуче зацікавлені в досягненні різних результатів;

проблема відносно ясна й проста, наприклад стосується критерію досягнення результату або кількісного аспекту ситуації;

часу на ухвалення рішення не дуже багато: краще швидко досягти тимчасової угоди, а пізніше розібратися з більш складними проблемами;

учасники не дуже стурбовані результатом;

спроби співробітництва або наполягання на своєму вже однозначно не спрацьовують.

Співробітництво як пошук рішення, яке задовольняє обидві сторони, застосовується за таких обставин:

проблеми досить складні і для розробки рішення, яке б задовольняло обидві сторони, партнери вимагають обговорення;

проблеми дуже важливі для всіх учасників, і жодний не хоче нічим поступитися;

ті, хто домовляються, перебувають у близьких, тривалих або взаємозалежних стосунках один з одним;

сторони хочуть розібратися з проблемою зараз і готові витратити необхідний для цього час;

учасники переговорів хочуть вступити в тривалі стосунки, а не досягти тимчасового рішення;

партнери хочуть досягти ефекту синергії — багатократного збільшення потенціалу працездатності, більшого, ніж проста сума потенціалів учасників.

Що робити, якщо до вас намагаються застосувати приховане насильство, нечесні прийоми, наприклад навмисний обман, фальшиві факти? Якщо ви не впевнені в партнерах, візьміть до уваги тільки перевірені факти; якщо вам не ясні повноваження, упевніться в повноваженнях партнерів перш, ніж переходити до серйозного обговорення; якщо вам пропонують сумнівні зобов'язання, внесіть у контракт пункт про відповідальність за їхнє виконання.

Як правило, переговори ведуться заради успішного завершення їх. Перед тим як ви зможете успішно завершити дискусію, партнеру потрібно переконатися, що товар або послуга відповідає його потребі. У процесі прийняття остаточного рішення й підписання договору з вами партнер проходить через серію внутрішніх станів. Ваше завдання — не квапити партнера, а підвести його до прийняття необхідного вам рішення. Найчастіше бувають стани, які переживають більшість людей перед тим, як прийняти рішення і приступити до конкретних дій: побоювання, скептицизм, байдужість, цікавість, розуміння, ентузіазм.

Завершення переговорів не означає, що ваші стосунки закінчуються. Ви залишаєте свого партнера тільки для того, щоб пізніше повернутися й запропонувати нову послугу або товар. Фінал спілкування складається з кількох

чітко розмежованих етапів, проходження яких поліпшує стосунки між вами й заохочує ваші зусилля майбутніми діловими контактами.

Список використаних джерел:

1. https://pidru4niki.com/84489/dokumentoznavstvo/dilovi_peregovori
2. https://stud.com.ua/7252/etika_ta_estetika/dilovi_peremovini

ЕКОНОМІЧНІ ВИКЛИКИ ДЛЯ ВІТЧИЗНЯНОГО БІЗНЕСУ

Т. М. БОРОВИК, старший викладач
Черкаський державний бізнес-коледж

Вітчизняний бізнес за останні декілька років опинився в складних умовах, що спричинено спочатку пандемією COVID-19, а з 24 лютого 2022 року збройною агресією рф проти України. Пандемія COVID-19 суттєво змінила світовий порядок денний, викликала масштабну економічну кризу, що безпосередньо торкнулося України. Зокрема, багато малих і середніх підприємств зазнали зниження обсягів продажу, мали перебої в постачанні та збільшення кількості прострочених платежів. Багато компаній постали перед непростим вибором: збереження персоналу чи утримання бізнесу на плаву, тому великий відсоток підприємств оголосили про закриття або ще на початку карантину, або через деякий час [1, с. 62]. На рисунку 1 ми можемо побачити дані аналізу Європейської бізнес-асоціації, який був спрямований саме на стан малого бізнесу на тлі заходів, пов'язаних із запобіганням поширення COVID-19.

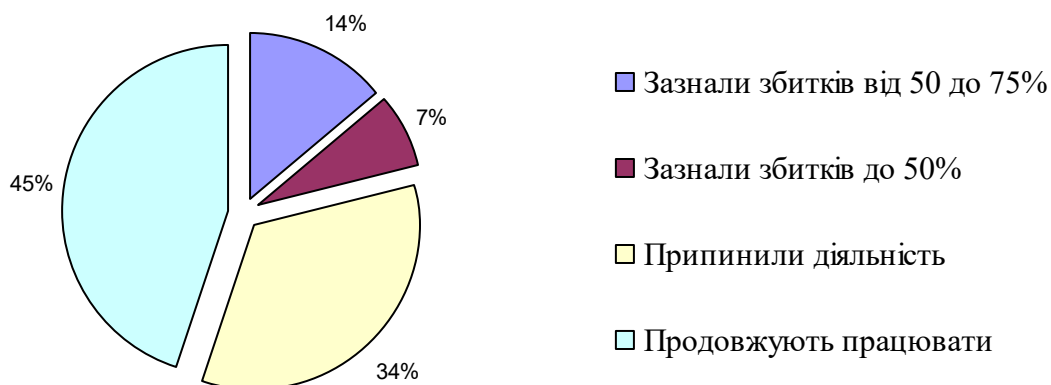


Рисунок 1 - Вплив світової пандемії на роботу малого бізнесу.

Джерело: складено авторами за даними [2; 3, с. 148].

Отже, 14% малих та мікропідприємств зазнали збитків у розмірі 50 до 75% від виручки у своїй діяльності, 7% підприємств зазнали збитків до 50%, відсоток закриття становить 34% в той час, як залишились працювати і не збанкрутували 45% всіх малих підприємств. В Україні на початок 2021 року призупинили діяльність 277 тис підприємців [4, с. 71].

Початок повномасштабного вторгнення рф в Україну поглибив кризові явища в національній економіці, зокрема знищення бізнесу на окупованих територіях, скорочення діючих підприємств.

Найбільшими перешкодами для ведення бізнесу є:

- зростання цін на сировину та матеріали;
- складнощі з перевезенням сировини/товарів територією України;
- брак робочої сили внаслідок призову або виїзду співробітників;
- зменшення попиту на продукцію або послуги підприємств;
- перебої з електро-, водо- та теплопостачанням;
- проблеми браку обігових коштів та розриву ланцюжків постачання;
- проблема державного регулювання курсу валют;
- блокування податкових накладних;
- корупція, пошкодження майна або товару внаслідок бойових дій, брак палива та неправомірні вимоги або тиск з боку контролюючих чи правоохоронних органів [5] тощо.

У розрізі регіонів на зростання цін на сировину або матеріали найчастіше скаржаться опитаний бізнес Житомирської області (96% підприємств) та м. Києва (82%). Про небезпеку для роботи наприкінці 2023 року найчастіше говорили в Дніпропетровській та Полтавській областях (по 95% підприємств), а також у Вінницькій (92%) і Київській (87%) областях. Складнощі з перевезенням сировини чи готових товарів територією України найбільше турбують опитані підприємства в Запорізькій (70%) і Черкаській (63%) областях, а також у м. Києві (59%). У Дніпропетровській, Житомирській та Чернівецькій областях зафіксовані найвищі частки бізнесу, що зіштовхнувся з браком робочої сили через повномасштабну війну (більше 70%) [5].

Останні півроку спостерігається відновлення економіки та зниження невизначеності. Індексний аналіз загальних показників ділового клімату та кон'юнктури наведено на рис. 2.

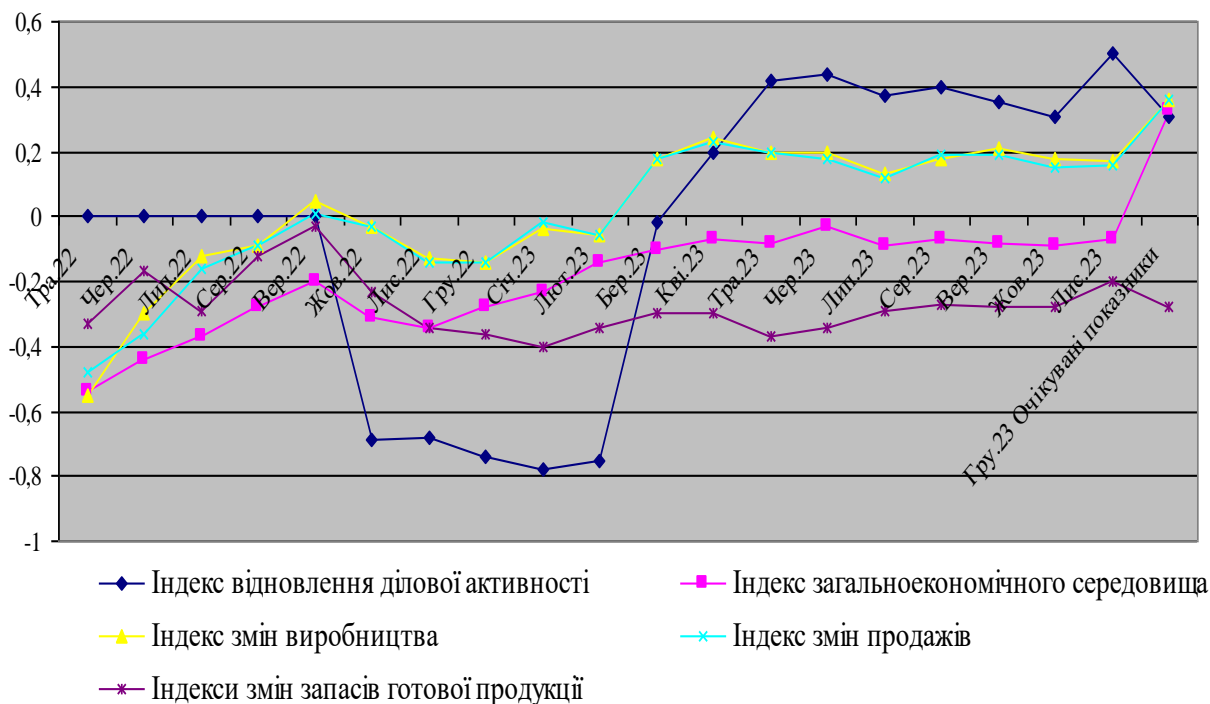


Рисунок 2 - Індексний аналіз показників ділового клімату та кон'юнктури
Джерело: сформовано автором за даними [5].

На кінець року відсоток невизначеності зменшився більшою або меншою мірою для всіх показників. Зокрема, у листопаді 2023 року індекс відновлення ділової активності є найвищим за весь період дослідження. Це відбулося завдяки збільшенню частки підприємств, які повідомили, що їхня ділова активність краща ніж у минулому році (із 43% до 63%). Оцінки загальноекономічного середовища незначним чином покращились. Значення відповідного індексу в листопаді 2023 року становить -0,07 проти -0,09 у жовтні. Індекс змін виробництва становить 0,17 на кінець аналізованого періоду. Збільшилась і частка підприємств, які скорочували обсяги виробництва (із 14,1% до 18%), і частка тих підприємств, які нарощували обсяги (із 26,8% до 29,6%). Частка тих виробництв, на яких змін не відбувалось, зменшилась із 59,1% до 52,4%. У листопаді результати продажів суттєво не змінились. Індекс змін продажів становить 0,16 (був 0,15 у жовтні). Також збільшилась і частка підприємств, які нарощували обсяги продажів (із 26,1% до 29,2%), і частка тих, хто їх скорочував (із 15,6% до 18,4%). Темпи скорочення запасів готової продукції сповільнюються. Значення відповідного індексу в листопаді порівняно з жовтнем збільшилось із -0,26 до -0,20 [5]. Показники діяльності підприємств залежно від розмірів станом на кінець листопада 2023 року наведено в табл. 1.

Таблиця 1 - Показники діяльності підприємств залежно від розмірів

Розмір підприємства	Великі	Середні	Малі	Мікро- підприємства	Всього
Показники					
Індекс фінансово-економічної ситуації на підприємстві	0,57	0,59	0,47	0,19	0,50
Індекс змін виробництва	0,24	0,23	-0,22	-0,13	0,17
Індекс змін продаж	0,24	0,21	0,07	-0,01	0,16
Індекс змін запасів сировини	0,14	0,12	0,02	-0,04	0,10
Індеси змін запасів готової продукції	-0,07	-0,24	-0,30	0,02	-0,20
Індеси змін цін на сировину та матеріали	0,26	0,24	0,31	0,36	0,27

Джерело: сформовано автором за даними [5].

За результатами аналізованого періоду спостерігається покращення ділової активності підприємств у динаміці. Найкраща ситуація за всіма показниками серед великого та середнього бізнесу, що свідчить про кращі темпи відновлення виробничої діяльності.

Виклики та кризові ситуації останніх років зробили негативний вплив на стан економіки та бізнес-клімату в Україні. Проте незважаючи на складнощі, з якими стикається бізнес, що працює в умовах воєнного часу, та понесені втрати безпосередньо внаслідок бойових дій, слід відмітити, про поступове відновлення економіки та діяльності суб'єктів господарювання про що свідчать проведені дослідження. Відновленню бізнесу сприяє державна підтримка та фінансова допомога від міжнародних партнерів.

Список використаних джерел:

1. Дернова І.А., Боровик Т.М. Проблеми малого та середнього бізнесу в умовах пандемії Covid-19: європейський вимір. *Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку*. 2022. № 1. С. 57-70. DOI: <https://doi.org/10.23939/smeu2022.01.057>
2. Діяльність суб'єктів великого, середнього, малого та мікропідприємництва Статистичний збірник. *Державна служба статистики України*. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/publ9_u.htm (дата звернення 10 січня 2023).
3. Шевченко-Перепьолкіна Р. І. Шляхи розвитку малого бізнесу в умовах COVID-19. *Інфраструктура ринку*, № 49, с. 147-151, 2020.
4. Боровик Т.М., Тертишна М.Р., Іванова І.В. Малий бізнес України в умовах пандемії Covid-19. *Вісник післядипломної освіти: збірник наукових праць (Серія: «Соціальні та поведінкові науки»)*. 2022. Вип. 20 (49). С. 62-80. DOI: [https://doi.org/10.32405/2522-9931-2022-20\(49\)-62-80](https://doi.org/10.32405/2522-9931-2022-20(49)-62-80)
5. Кузяків О., Ангел Є., Гулік А., Федець І. Нове щомісячне опитування підприємств. Український бізнес під час війни. *ГО «Інститут економічних досліджень та політичних консультацій»*. Листопад 2023. URL: <http://www.ier.com.ua/ua/institute/news?pid=7350> (дата звернення 10 січня 2023).

ЗОВНІШНЯ ТОРГІВЛЯ ТОВАРАМИ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

О. В. ЯРМАК, к. е. н., доцент
Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова

Із року в рік показники України у зовнішній торгівлі товарами та послугами демонструють значні коливання, які спровоковані низкою зовнішніх та внутрішніх негативних чинників. Економіка України характеризується високим рівнем відкритості, що створює певну нестабільність та залежність українських виробників від зовнішньої торгівлі на світових ринках.

Протягом останніх років відбулися значні економічні трансформаційні зміни, за сприянням політичних угод та договорів, що змінили регулятивні умови економічного співробітництва між Україною та Європейським союзом. Зовнішньоекономічна діяльність України з країнами ЄС має дуже великий потенціал у розвитку економічних відносин, незважаючи на існуючі проблеми в країні: від'ємний торговий баланс, в експорті переважає сировинний складник, нерівномірність здійснення експортно-імпортних операцій у регіонах.

2022 рік це перший рік, коли фізичні обсяги експорту такі важливі – через війну і блокаду портів на перший план в торгівлі вийшла логістика. Так, вартість експорту 2022 року на 35% менша, ніж в 2021. А фізичні обсяги скоротилися на 38,4%. Але результати, як для умов воєнного часу – позитивні. Ще на початку року, у січні-лютому 2022 року український експорт демонстрував позитивну динаміку зростання порівняно з аналогічним періодом минулого року – приріст

експорту становив 34%. Але в березні, очікувано, відбувся обвал поставань за кордон – скорочення становило 50 %. Повільне відновлення експорту почалося з травня, а найкращі результати показали у вересні, а саме експортовано товарів на 4135,6 млн. доларів. Для порівняння, у серпні 2022 року обсяг експорту склав 3348,7 млн доларів.

Як повідомляє Міністерство економіки України, за 2023 рік зросли обсяги експорту та склали майже 100 млн тонн товарів, а це на 112 тисяч тонн більше, ніж у 2022 році. Але у вартісному вимірі показник впав на 18,7% або 35,8 млрд доларів.

Як зазначено, українська економіка втратила більшу частину експортної виручки у 2023 році. Наприклад, кукурудза, найбільший експортний товар, фізично зросла на 5%, але впала на 16,8% у вартісному вираженні.

Найбільше з України експортували до Польщі (3,7 млрд. доларів), Румунії (3 млрд. доларів) та Туреччини (1,9 млрд. доларів).

До найбільш експортованих товарів з України віднесли продовольчі товари (16,1 млрд. доларів); метали та вироби з них (3 млрд. доларів); машини, устаткування та транспорт (2,3 млрд. доларів).

Значний потенціал розвитку має зовнішньоекономічна діяльність України з країнами ЄС. Та варто проводити стимулювання регіонів, які майже не задіяні в експортній діяльності, здійснювати перевірку щодо корупційних ситуацій, здійснити уведення нової працюючої законодавчої бази для більш зручного оформлення документів, для стимулювання потенційних підприємців та забезпечити стабільну політичну ситуацію в країні.

Для перелому існуючої ситуації необхідно здійснити інноваційну реструктуризацію виробництва, стимулювати приплив інвестицій та запровадити більш ефективні способи регулювання доступу на внутрішні товарні ринки.

Тому актуальним завданням національного рівня є мінімізація негативних явищ у структурі зовнішньої торгівлі України та вирішення пов'язаних із цим проблем.

Завдяки інноваційній реструктуризації виробництва можна очікувати певних ефектів, зокрема, шляхом стимулювання притоку іноземних інвестицій в національну економіку.

Список використаних джерел:

1. Офіційний сайт Міністерство економіки України URL: <https://me.gov.ua/?lang=uk-UA> (дата звернення: 11.01.2024)

ПРОБЛЕМИ БІЗНЕСУ В УМОВАХ ВІЙНИ

Д. А. ДРОНОВ

Університет імені Альфреда Нобеля, м. Дніпро

Однією з головних проблем Українського бізнесу на сьогоднішній день є повномасштабне вторгнення в Україну. Ця ситуація абсолютно негативно впливає на продуктивність країни. Кожна галузь страждає і зазнає збитків,

звичайно, не всі, але не кожен здатний триматися на плаву за такого тиску. Багато підприємств закриваються, скаржаться та продовжують працювати. Одним із найважливіших факторів є віра та цілеспрямованість, незважаючи на перебої з електрикою, зв'язком та інтернетом, підприємства продовжують працювати в таких умовах для підтримки економіки в країні.

Воєнний стан в Україні створює значні ризики для підприємств. Збільшення витрат на безпеку та страхування, нестабільність валютного ринку, можливість перерв у постачаннях і зменшення попиту стають важливими факторами фінансового ризику. Операційні проблеми, такі як логістичні труднощі та загрози безпеки працівників, можуть суттєво вплинути на бізнес. Правові ризики, такі як можливість експропріації майна, також стають актуальними. Спільно з цим, підприємства мають зосереджуватися на розробці стратегій управління ризиками, адаптації до змін в умовах воєнного конфлікту та пошуку можливостей для збереження стійкості та продовження діяльності.

За результатами проведеного дослідження з питання: як війна та воєнний стан вплинули на можливості існування бізнесу в різних регіонах України були отримані наступні результати [1]. Компанії, які брали участь у дослідженні, визначили ключові проблеми регіону, серед яких виділяються труднощі з організацією закордонних відряджень та бронюванням персоналу, логістикою, зниженням купівельної спроможності населення та, нажаль, поширеною корупцією. Відзначається, що крім турботи про стабільність умов роботи під час воєнного стану, підприємства планують зосередитися на виході на нові ринки, впровадженні цифрових технологій у бізнес-процеси та розширенні своєї діяльності до кінця поточного року.

Серед опитаних підприємців у великих містах було отримано таку статистику (рис. 1):

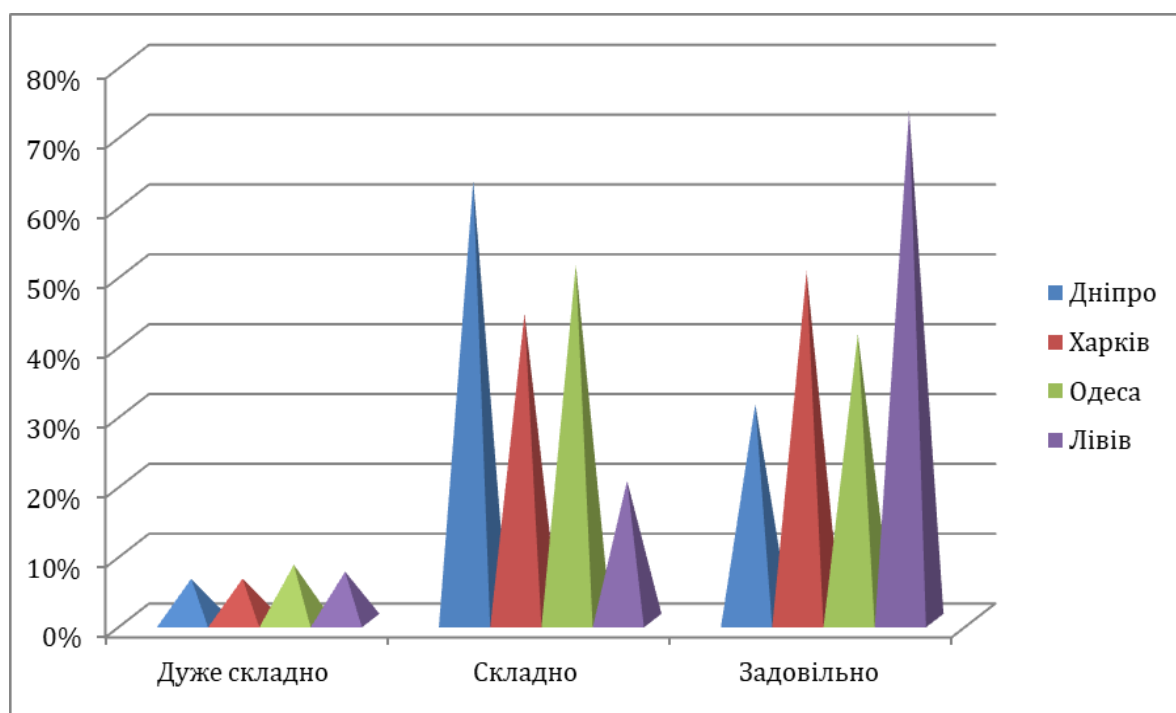


Рисунок 1 - Результати опитування підприємців щодо складності ведення бізнесу в умовах війни

За результатами опитувань у різних регіонах України отримана інформація, що в деяких областях підприємствам важко працювати в умовах війни, але лев'яча частка відчувається добре. Навіть у такій ситуації вони намагаються розширюватися по країні, відкриватися в інших країнах і вдається вивести ситуацію на комфортний для роботи рівень. Тривалість роботи підприємств становить більше 60 годин на тиждень[2]. Що є дуже гарними показниками у цей час. На деяких підприємствах дозволяється переводити співробітників на дистанційну роботу в разі загрози життю через поточну ситуацію. Також, відповідно до Постанови Кабінету Міністрів України № 194 від 3 березня 2022 року, можуть "зарезервувати" військовозобов'язаних працівників для зміцнення роботи підприємства.

Участь у міжнародних торгових обмінах та виробництво високотехнологічних товарів дозволяє українським підприємствам займати конкурентні позиції на світовому ринку. Як і зростання інвестиційного інтересу до нашої країни відкриває нові перспективи для розвитку енергоефективних технологій. Це дозволяє підприємствам в Україні підвищити якість продукції та оптимізувати виробничі процеси [3].

Це свідчить про те, що навіть у важкі часи воєнного конфлікту, підприємства в Україні демонструють високий рівень стратегічного мислення та гнучкості. Шляхом розширення національної та міжнародної діяльності, та за підтримки Європейських партнерів вони забезпечують стабільність та продовжують свою роботу, використовуючи інноваційні підходи до управління персоналом. Водночас, застосування заходів, передбачених урядовими рішеннями, свідчить про готовність до співпраці та адаптації до змін в економічному та соціальному середовищі.

Список використаних джерел:

1. Економічна правда. Релокація бізнесу: скільки підприємств уже поновили роботу. URL: <https://www.epravda.com.ua/news/2022/08/17/690505/> (дата звернення: 14.11.2023).

2. Дослідження стану українського бізнесу під час війни: як себе відчувають середні, малі та великі компанії URL: <https://hub.kyivstar.ua/articles/doslidzhennya-stanu-ukrayinskogo-biznesu-pid-chas-vijny-yak-sebe-pochuvayut-seredni-mali-ta-velyki-kompaniyi> (дата звернення: 10.01.2024)

3. Українська економіка адаптувалася до війни переважно через позитивні очікування. УСПП, URL: <https://uspp.ua/news/ostanni-novyny/2019/ukrainska-ekonomika-adaptuvalasia-do-viiny-perevazhno-cherez-roztyvni-ochikuvannia-eksperty> (дата звернення: 30.12.2023)

МУЛЬТИПЛІКАЦІЙНІ ЕФЕКТИ ВІДНОВЛЕННЯ ЕНЕРГЕТИЧНИХ ОБ'ЄКТІВ ХАРКІВЩИНИ ЯК ДРАЙВЕР ПОВОЄННОГО РОЗВИТКУ

І. А. ОСТРОВСЬКИЙ, к.е.н., доц.

М. Р. НЕФЬОДОВ, здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти,
*Харківський національний університет міського
господарства імені О. М. Бекетова*

Повоєнне відновлення економіки України має спиратися на відновлення потужного енергетичного потенціалу нашої держави. Йдеться і про об'єкти генерації та розподілу енергії, підприємства енергомашинобудування та електротехнічної промисловості Харківщини.

Будь-який проєкт в енергетичному секторі економіки залишається інвестиційним. Але його результати варто оцінювати не тільки в прямій грошовій віддачі (NPV, IRR тощо), а й у більшому масштабі – у рамках національної економіки та її взаємодії з рештою світу, тобто у зовнішньоекономічній діяльності.

Для оцінювання макроекономічних, зокрема, міжнародних ефектів реалізації енергетичного проєкту варто звернути увагу на такі вступні параметри, як ВВП, поточна встановлена потужність у країні, тарифи на електроенергію, податкові ставки, вартість залучення капіталу в країні як потенційної ставки дисконтування при приведенні вартості електроенергії, інвестиційний та кредитний рейтинги країни, стан промисловості та окремих галузей, рівень вищої та середньої освіти населення та ін.

Оскільки такі проєкти реалізуються за участю держави, капітальні витрати будуть драйвером зростання державних витрат як компонента ВВП. Потенційне субсидування відновлення або побудови, а потім субсидування тарифів на енергію після введення об'єкту в експлуатацію також здійснюватиметься переважно за рахунок державних витрат.

Уже на етапі відновлення або будівництва капітальні витрати будуть кратно збільшувати ВВП через дію мультиплікатора витрат. Також, якщо будівництво буде локалізовано якоюсь мірою, виторг місцевої промисловості (зокрема, пов'язаної з будівельною галуззю) зростатиме.

Після відновлення або введення нового об'єкту в експлуатацію збільшиться сукупна встановлена потужність у країні, тим самим закриваючи потреби населення і бізнесу, а також підвищуючи інвестиційну привабливість, бо із збільшенням встановленої потужності створюються можливості для появи нових підприємств, у тому числі енергоємних промислових.

Розширення виробництва місцевих підрядників створюють нові робочі місця у галузях і безпосередньо на об'єктах генерації, в енергозбутових компаніях і в нових створених підприємствах.

Усі ці індикатори сприяють зростанню податкових доходів держави за рахунок податків на прибуток підрядників, збутових компаній, податків, що стягуються з працівників і роботодавців на нових створених робочих місцях, податку на додану вартість та інших. У разі експорту електроенергії або

супутнього обладнання результат буде аналогічний: доходи держави зростуть, як експортні, так і податкові.

Крім оцінених показників, збільшення встановленої потужності стане драйвером розвитку місцевого виробництва. Крім залучення місцевої промисловості та нарощування грошових потоків у ній, доступна електроенергія підвищує інвестиційну привабливість регіону і держави. Створення особливої економічної зони з пільговими податковими режимами підсилює можливість для розміщення там нових підприємств як вторинного, так і третинного секторів. Таким чином, важливий компонент ВВП – інвестиції, зростатимуть, а тому інвестиційні проєкти будуть реалізовуватися, провокуючи ще більше економічне зростання

Серед інших соціально-економічних ефектів можна виокремити розвиток науки і технологій, що безпосередньо впливає на науково-технічний потенціал усієї національної економіки. Не менш важливим результатом буде підвищення енергетичної безпеки держави за рахунок зниження залежності від вуглеводнів, ціни на які волатильні, особливо в поточних умовах політичної та економічної невизначеності. Згідно з теорією довгострокових циклів Кондратьєва, саме накопичений НТП буде базою для забезпечення розвитку економіки на фазах поживлення і чистого зростання, оскільки інвестиції спрямовуватимуться не в технологічну гілку НТП, а в конструкторську.

Формування організаційної структури для координації розробки і виробництва енергетичного устаткування для ефективно працюючого енергомашинобудівного сектора із залученням профільних науково-дослідних установ та закладів вищої освіти посилюватиме науково-технічний та інноваційний розвиток економіки країни. Це забезпечить більш ефективне використання наявних кадрових, матеріальних і фінансових ресурсів при створенні енергетичного обладнання нового покоління та дасть змогу наростити експортний потенціал шляхом збільшення в ньому частки наукомісткої високотехнологічної продукції.

Крім того, сегмент кабельно-дротової продукції може ефективно виконувати європейські вимоги щодо "зеленого переходу", забезпечуючи, наприклад, потребу в пилогазоочисному обладнанні.

РЕЦИКЛІНГ ЯК ІМПЕРАТИВ СУЧАСНОЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

*В. С. РАДІОНОВ, аспірант кафедри менеджменту і публічного адміністрування
Харківський національний університет міського
господарства імені О. М. Бекетова*

Сьогодні, в багатьох відносинах, акцент зсунутий в бік відмови від «зеленої повестки» та альтернативної енергетики через неспроможність існуючих технологічних рішень замінити традиційні вуглеводневі джерела енергії. Безумовно, з точки зору впливу на екологію, використання вуглеводнів як джерел енергії є переважаючим, але в той же час генерація відходів у

неенергетичних галузях та домашніх господарствах також є значущим фактором впливу на екологічну ситуацію.

Проблема сталого розвитку регіону розширює вплив людини на навколишнє середовище та підсилює використання природно-сировинної бази, що породжує проблему раціонального використання вторинних ресурсів. Основними джерелами таких ресурсів є відходи виробництва і споживання. Незважаючи на те, що тверді відходи (ТВ) є джерелом забруднення довкілля, вони також можуть слугувати джерелом вторинних ресурсів, сприяючи регіональному ресурсозабезпеченню.

Рециклінг ТВ може вирішити кілька проблем одночасно. З одного боку, це сприяє зменшенню кількості відходів, які негативно впливають на довкілля, а з іншого – це можливість скоротити витрати первинних сировин та збільшити можливості компенсації витрат енергії. Переробка, як повторне використання сировини та матеріалів, досить детально вивчена, і існує значна кількість підходів до організації самого процесу, включаючи напрямки, які приносять дохід.

Дослідження категорійного апарату поняття «рециклінг» дозволило визначити, що в самому загальному вигляді це процес повторного використання сировини та матеріалів, тобто їх повернення у повторне використання. Однак цей процес досить складний, включає багато етапів (від сортування відходів, повернення вторинних ресурсів у виробничий цикл до утилізації тих компонентів, які не можуть бути використані) та напрямків. Незважаючи на складність і різноплановість різних видів рециклінгу, його основною метою є ефективне використання відходів для створення нового продукту. У рамках скорочення обсягів утворення відходів, повторне використання відходів та використання їх як вторинної сировини, регулювання процесу обробки відходів має спрямовуватися на створення суспільства, орієнтованого на ресурсозбереження та розвиток економіки, який дозволяє забезпечити охорону навколишнього середовища та стимулює наукові дослідження в цій області. Ефективність використання відходів обумовлена як економічними (використання відходів дешевше, ніж видобуток та обробка сировини), так і екологічними (позитивний вплив на екосистему та оточуюче середовище) аспектами.

У загальному вигляді класифікацію процесів повторного використання ресурсів можна представити так:

- Рециклінг сировини – це переробка (регенерація), відновлення сировини за допомогою хімічних реакцій та процесів;
- Термічний рециклінг – в процесах промислового виробництва це часто отримання енергії, одержуваної при спалюванні відходів;
- Рециклінг матеріалів – форма відновлення вихідної сировини за допомогою механічної переробки відходів та направлення отриманих корисних компонентів у процеси виробництва нових продуктів;
- Органічний рециклінг – використовується для переробки біорозкладаючих відходів за допомогою природних біологічних процесів (зазвичай, компостування). Як продукт розкладання отримують горючі гази та

органічні речовини для використання в виробництві сільськогосподарської продукції.

Незважаючи на значне просування в використанні технологій переробки відходів, вітчизняна практика все ще відзначається накопичувальною моделлю у поводженні з відходами та широким використанням полігонів для їх захоронення (загальна площа полігонів для захоронення становить 9 тис. га, це 6 тисяч сміттєзвалищ та полігонів; в Україні нараховується 256 переповнених полігонів, а 1347 сміттєзвалищ не відповідають екологічним нормам безпеки [1]). Однак ресурсний потенціал відходів вітчизняної індустрії матеріального виробництва, особливо з урахуванням накопичення за попередні періоди, виявляється досить значущим. За оцінками фахівців, щорічно на сміттєзвалища України потрапляє 94% побутових відходів. В той же час лише 5% відходів піддається переробці. Залишається 1%, який піддається спалюванню [2]. Трагедія українських сміттєзвалищ полягає в серйозних проблемах управління та обробки відходів в країні. Основні аспекти цієї трагедії включають:

Накопичення відходів: значна частина сміття в Україні відправляється на сміттєзвалища, де воно накопичується без належної переробки чи утилізації.

Екологічні наслідки: сміттєзвалища негативно впливають на навколишнє середовище. Розкладання відходів призводить до утворення шкідливих газів та речовин, що забруднюють ґрунт і водні ресурси.

Невідповідність екологічним стандартам: багато сміттєзвалищ в Україні не відповідають екологічним стандартам та нормам безпеки, що призводить до серйозних проблем для здоров'я людей та екосистеми.

Низький рівень переробки: лише невелика частина відходів піддається переробці, що свідчить про неефективність системи управління відходами та недостатні інвестиції у відновлювальні технології.

Надмірне використання сміттєзвалищ: широке використання сміттєзвалищ як методу обробки відходів є неефективним та небезпечним для навколишнього середовища.

Для вирішення цієї трагедії необхідно вдосконалювати систему управління відходами, збільшувати обсяги переробки та впроваджувати сучасні технології в управління відходами. Крім того, важливо звертати увагу громадськості на необхідність екологічної свідомості та відповідального ставлення до відходів. Таким чином, існує кілька перешкод на шляху використання відходів як вторинних матеріальних ресурсів: недостатність і недосконалість законодавчої і нормативно-правової бази; відсутність достатніх економічних стимулів для збору та переробки великої кількості відходів; недосконалість інструментів регулювання; недоопрацьованість практики збору і видалення ТВ; недостатня участь малого і середнього бізнесу; недосконалість інфраструктури збору і переробки промислової продукції; недостатнє інформаційне забезпечення.

Раціональне використання ресурсів стає критично важливим для забезпечення суспільного виробництва ресурсами. На шляху до цієї мети важливо подолати зазначені перешкоди та розвинути ефективні стратегії управління відходами.

Список використаних джерел:

1. Трагедія українських сміттєзвалищ. URL: <https://vtorma.ua/ru/utilizatsiya-musora-na-poligonah-tbo/>
2. Цифра вражає: скільки відходів попадає на звалища в Україні. URL: https://trends.24tv.ua/ru/cifra-vpechatljaet-skolko-othodov-ukraine-popadaet-svalki_n1796477

ТЕРИТОРІАЛЬНІ ГРОМАДИ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

В. І. ТРОЯН, доктор філософії, ст. вик.

Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова

24 лютого 2022 року історія українського державотворення кардинально змінила свій хід, у зв'язку з повномасштабною військовою агресією Російської Федерації проти України. Це викликало відповідну реакцію з боку органів публічної влади та глави Української держави зокрема. Запровадження в Україні воєнного стану змінило функціонування та розвиток суспільних відносин в усіх сферах суспільного життя. І пересічні громадяни, і представники громадськості, і публічна адміністрація – усі мобілізувалися для протидії ворогу [1].

Разом з тим, особливу відповідальність за таких умов було покладено на органи державної влади та місцевого самоврядування, що представляють інтереси відповідних територіальних громад. Відповідно до ч. 2 ст. 9 Закону України «Про правовий режим воєнного стану», органи місцевого самоврядування і далі здійснюють повноваження, надані їм Конституцією України, цим та іншими законами України. Військове командування разом із Міністерством внутрішніх справ України, іншими органами виконавчої влади, органами місцевого самоврядування має забезпечити передбачені Законом України «Про правовий режим воєнного стану» заходи й повноваження, необхідні для забезпечення оборони України, захисту безпеки населення та інтересів держави [2].

Незважаючи на воєнний стан, більшість реформ, що мають місце в Україні, так чи інакше продовжили свій розвиток у напрямку європейської інтеграції. Це стосується і територіальної реформи та реформи місцевого самоврядування. Основним її змістом є децентралізація влади та формування об'єднаних територіальних громад, як основних суб'єктів місцевого самоврядування, а також створення передумов для їх самодостатнього та економічно ефективного розвитку.

З метою забезпечення реалізації територіальними громадами зазначених повноважень в Україні було започатковано муніципальну та територіальну реформи. Зокрема, 1 квітня 2014 року було схвалено Концепцію реформування місцевого самоврядування та територіальної організації влади в Україні [3].

Сьогодні в Україні завершено формування трирівневої системи адміністративного устрою, що складається з регіонів (їх – 27 (області, АРК, міста Київ та Севастополь), районів (де-юре в Україні 140 районів, бо 14 районів у АР

Крим будуть ліквідовані лише після деокупації, замість них буде створено 10 нових районів. Разом з тим, близько 1/6 районів перебувають на тимчасово окупованій території Луганської, Донецької, Херсонської, Запорізької, Дніпровської та Харківської областей. До реформи в Україні було – 490 районів), 12 червня 2020 року відповідно до закону № 562-ІХ уряд визначив адміністративні центри і території територіальних громад на основі раніше об'єднаних громад і попередньо затверджених перспективних планів. Усього було затверджено 1470 громад, які повністю охоплювали території 24 областей. До реформи було 11,5 тисяч громад [4].

Мінреінтеграції оновило перелік територіальних громад, які розташовані у районах проведення бойових дій, оточенні або перебувають у тимчасовій окупації. Станом на 17 серпня таких громад уже налічується 323 у дев'яти областях України.

Разом з тим, варто зазначити, що у вересні 2022 року було деокуповано практично 90% Харківської області. Першочерговим завданням місцевої влади на зазначених територіях є забезпечення життєдіяльності громад. Адже люди мають отримувати всю потрібну допомогу і принаймні найнеобхідніші послуги. Оскільки органи місцевого самоврядування на деокупованих територіях можуть не мати більшості голосів для ухвалення важливих для життєдіяльності громад рішень, єдиним раціональним кроком для відновлення дієздатності ОТГ є створення військових адміністрацій.

Створення військових адміністрацій – найефективніший шлях налагодити усі необхідні процеси, відновити послуги і забезпечити безпеку людей у звільнених громадах. Відповідно до ст. 4 Закону України «Про воєнний стан», військові адміністрації населених пунктів формуються з військовослужбовців військових формувань, утворених відповідно до законів України, осіб рядового і начальницького складу правоохоронних органів, служби цивільного захисту, які відряджаються до них у встановленому законодавством порядку для виконання завдань в інтересах оборони держави та її безпеки із залишенням на військовій службі, службі в правоохоронних органах, органах та підрозділах цивільного захисту без виключення зі списків особового складу, а також працівників, які уклали трудовий договір з обласними військовими адміністраціями (у разі їх утворення) або з Генеральним штабом Збройних Сил України (якщо у відповідній області не утворено обласну військову адміністрацію) [2].

Отже, на час дії воєнного стану військові адміністрації виконують повноваження органів місцевого самоврядування в об'єднаних територіальних громадах. Держава надає підтримку таким громадам в інформаційній, освітній, організаційній, методологічній та фінансовій формах.

Список використаних джерел:

1. Про введення воєнного стану в Україні: Указ Президента України від 24.02.2022 року № 64/2022. URL: <https://www.president.gov.ua/documents/642022-41397>.
2. Євдокімов О.В. Проблеми розвитку відокремлених територіальних громад. Бізнес Інформ. 2018. № 5. С. 100–104.

3. Тимечко І.Р. Узагальнення підходів щодо сутності територіальної громади України. Науковий вісник Мукачівського державного університету. 2017. № 1 (7). С. 164–170.

4. Баймуратов М.О. Територіальна громада у національному та міжнародному вимірах. Вісник Маріупольського державного університету. Серія: Право. 2017. Вип. 13. С. 121–132.

5. Про добровільне об'єднання територіальних громад: Закон України від 05.02.2015 р. № 157. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/157-19#Text>.

6. Практичний посібник з питань формування спроможних територіальних громад. Київ: Асоціація міст України, 2020. 140 с.

АНТИКРИЗОВЕ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

В. В. КОНЕНКО, канд. екон. наук, доцент,
*Харківський національний університет міського
господарства імені О. М. Бекетова*

Антикризове управління в умовах воєнного часу - це складне завдання, яке вимагає не тільки стратегічного планування, а й вміння адаптуватися до непередбачуваних обставин. Підприємства, які успішно впроваджують комплексні стратегії антикризового управління, зберігають свою стійкість та спроможність функціонувати в умовах нестабільності.

У сучасних умовах воєнного конфлікту актуальним є питання необхідності створення ефективної системи управління кризовими ситуаціями на підприємствах. Більшість вітчизняних підприємств переживають кризовий період, що виражається у збитковій економічній діяльності, низькій фінансовій стійкості, дефіциті робочої сили, зменшенні попиту та логістичних труднощах [1]. Часто криза на підприємстві виникає через невідповідність фінансово-економічних параметрів умовам ринкового середовища, що, в свою чергу, пов'язано із неправильно обраною стратегією.

За результатами досліджень Європейської Бізнес Асоціації, 13% компаній повноцінно ведуть бізнес, 42% «заморожені», 13% – перемістилися в інтернет, 31% – поки що «на паузі», але планують відновити роботу. І лише 4 % прийняли рішення про ліквідацію, досить оптимістичні цифри, враховуючи ситуацію [2].

На сьогоднішній день українські підприємці стикаються з низкою викликів, які суттєво ускладнюють їхню діяльність:

1) *вплив військових дій:*

– воєнні дії на більшій частині території значно утруднюють функціонування бізнесу внаслідок загрози життю людей та знищеної інфраструктури;

– половина ВВП країни припадає на «гарячі» регіони, такі як Харків, Київ, Миколаїв та Маріуполь;

2) *проблеми логістики:*

– закриття портів, завантаженість доріг, паромів та прикордонних пунктів порушують логістичні ланцюги, особливо у зв'язку зі значним потоком біженців;

3) *масова евакуація та перекваліфікація персоналу:*

– співробітники змушені виїжджати в інші області чи країни, що вимагає часу для адаптації та відновлення працездатності;

4) *динаміка вимушеного переміщення за кордон:*

– суттєве зростання вимушеного переміщення українців за кордон зумовлене складними умовами внутрішньої безпеки;

5) *падіння попиту та обмежений вибір споживачів:*

– українці обмежують свої витрати, спрямовуючи їх лише на продукти першої необхідності;

б) *розрив бізнес-зв'язків:*

– підприємства, що мали бізнес-зв'язки із країною-агресором, відмовляються від російського ринку, що свідчить про розрив колишніх бізнес-зв'язків.

Прийняття рішення про впровадження антикризового управління підприємницькою діяльністю повинно здійснюватися керівниками відповідного рівня та компетенції [3].

Застосування одного чи декількох інструментів антикризового управління відбувається на певному етапі процесу такого управління. Концептуальна модель процесу антикризового управління передбачає проходження підприємством певних послідовних етапів в процесі подолання кризи:

1. Діагностика кризових явищ підприємств, що повинна дати можливість сформулювати необхідні аналітичні основи для подальшої роботи.

2. Визначення цілей і задач антикризового управління, основними з яких можуть бути: локалізація кризових явищ; фінансова стабілізація; запобігання повторенню кризи та інше.

3. Визначення відповідальних за розробку та реалізацію антикризових процедур, встановлення їх повноважень з розробки та впровадження антикризової програми.

4. Оцінка часових обмежень процесу антикризового управління.

5. Оцінка ресурсного потенціалу антикризового управління та прийняття рішень щодо залучення необхідних для проведення антикризових заходів ресурсів ззовні.

6. Впровадження антикризової програми та контроль за її виконанням, своєчасне прийняття заходів щодо модернізації чи коригування раніше розробленої політики (процедур, заходів) у зв'язку з непередбачуваними процесами внутрішнього та зовнішнього середовища, поведінці окремих суб'єктів.

7. Розробка та реалізація профілактичних заходів, спрямованих на запобігання повторенню кризи, створення чи модернізація основних елементів системи управління на рівні підприємства.

Важливо відзначити, що аналіз поточного стану бізнесу в Україні дозволяє ідентифікувати кілька ключових принципів, завдяки яким будь-яке підприємство

може ефективно подолати важкі періоди, розвиватися та, після закінчення кризи, повертатися до попереднього формату роботи із мінімальними збитками.

Список використаних джерел:

1. Коненко В.В. Критерії та показники оцінки ефективного розвитку промислових підприємств в період воєнного стану. *Теорія і практика сучасної науки та освіти*: матеріали VI Міжнародної науково-практичної конференції м. Львів, 22-23 жовтня 2022 року. Львів : Львівський науковий форум, 2022. С. 8-11. <http://eprints.kname.edu.ua/61853/>

2. Вижити та перемогти: бізнес під час війни. – URL: <https://blog.keycrm.app/uk/vizhiti-ta-peremogti-biznes-pid-chas-vijni/>

3. Коненко В.В. Цифровий інструментарій антикризового управління бізнесом в період воєнного стану. *Ефективна економіка*. 2023. №1. – URL: <https://www.nayka.com.ua/index.php/ee/article/view/1018>

УПРАВЛІННЯ ЗМІНАМИ НА ПІДПРИЄМСТВІ В УМОВАХ ВОЄННОГО ЧАСУ

В. В. СМАЧИЛО, д.е.н., проф.

К. О. САЧКО, студентка

Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова

В умовах воєнного часу сучасні підприємства стикаються з унікальними викликами, що вимагають адаптації та ефективного управління змінами. Періоди конфліктів ставлять перед підприємствами завдання надзвичайної складності, де вирішальним фактором стає необхідність стратегічного перетворення та швидкого реагування на непередбачені обставини. У цьому контексті важливим стає розуміння принципів та інструментів управління змінами, спрямованих на забезпечення стійкості, адаптивності та успішності функціонування підприємства в умовах неспокою та труднощів.

Сучасна ситуація в Україні, пов'язана з воєнним конфліктом, наголошує на важливості управління змінами в умовах кризи. Воєнний стан породжує неспокій та нестабільність, що ставить підприємства перед несподіваними викликами. Управління змінами в цих умовах стає ключовим для забезпечення стійкості та адаптації організацій до нових реалій. Здатність ефективно реагувати на зміни у воєнному та економічному середовищі стає стратегічною перевагою. Актуальність теми управління змінами на підприємствах в умовах воєнного конфлікту полягає у пошуку ефективних інструментів та стратегій для забезпечення стабільності, збереження бізнесу та підтримки розвитку в надзвичайних обставинах.

Система управління змінами - це комплексна структура, яка включає в себе стратегії, методи, процеси та інструменти, спрямовані на ефективне управління та реалізацію змін в організації або підприємстві. Вона охоплює планування, впровадження, контроль та оцінку змінних ініціатив, спрямованих на досягнення

стратегічних цілей підприємства. Система управління змінами передбачає розробку структурованого підходу до змін, залучення відповідних ресурсів, а також встановлення механізмів оцінки та виправлення процесів впровадження змін для забезпечення успішної та ефективної трансформації організації.

Існують різні підходи і методи управління змінами на підприємстві. Дослідженнями цієї теми займалися такі вчені, як І. Ансофф., Д. Мутон, Л. Грейнер, Д. Надлер, В. Крбгер, М. Тушман та ін. В число цих вчених також входять українські - Д. К. Воронков, Т. Кужда, О. Ю. Гусєва, Т. В. Гринько, Т. З. Гвініашвілі, та ін Саме вони досліджували сутність змін, чинники, які їх зумовлюють, інструменти, підходи та моделі їх управління. Серед тем дослідження також методи оцінки готовності підприємств до змін на підприємстві. Незважаючи на велику кількість досліджень і вчених, які займалися цими дослідженнями, велика кількість кризових явищ в економіці та ситуацій в світі, непередбачуваний характер чинників середовища діяльності підприємства, призводить до необхідності створення нових підходів до управління змінами на підприємстві.

Методологія управління змінами — це систематичний підхід до планування, впровадження та контролю змін в організації з метою оптимізації робочих процесів та досягнення стратегічних цілей. Основні етапи методології управління змінами включають:

1. Аналіз Потреб:
2. Формулювання Візії та Цілей:
3. Створення Загального Плану:
4. Залучення Зацікавлених Сторін:
5. Реалізація Змін:
6. Оцінка та Коригування:
7. Закріплення Змін:

Методологія управління змінами є комплексним підходом, який дозволяє організації ефективно адаптуватися до нових умов, запобігати опору працівників та досягати стратегічних цілей з максимальною результативністю.

Невід'ємною складовою сучасного методологічного підходу до управління змінами є використання матриць. Вони допомагають структурувати інформацію, провести об'єктивний аналіз, та приймати обґрунтовані рішення. Новітність цих методів полягає у їхній адаптивності та здатності швидко реагувати на зміни в навколишньому середовищі. Вони враховують велику кількість факторів, зокрема, залучаючи вагомий внесок зацікавлених сторін, визначаючи стратегічні переваги та найбільші ризики.

Матриці в управлінні змінами виступають інструментом для систематизації, аналізу та визначення стратегій у процесі змін в організації. Ось деякі види матриць та їх роль у управлінні змінами:

1. SWOT-аналіз (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) – оцінює внутрішні сильні та слабкі сторони, а також зовнішні можливості та загрози. Даний інструмент допомагає виявити, які аспекти найбільше потребують змін.

2. Матриця важливості та впливу – оцінює ступень важливості та впливу різних аспектів або змін. Допомагає визначити, які зміни потребують найбільшої уваги та ресурсів.

3. Матриця залежностей – визначає взаємозв'язки та залежності між різними елементами змін. Допомагає уникнути конфліктів та забезпечити логічність впровадження змін.

4. Матриця зацікавлених сторін – визначає ролі, інтереси та вплив різних стейкхолдерів у процесі змін. Допомагає взаємодіяти зі стейкхолдерами, враховуючи їх очікування та внесок.

5. Матриця ризиків – виявляє та аналізує потенційні ризики, пов'язані зі змінами. Допомагає розробити стратегії управління ризиками та визначити запобіжні заходи.

6. Матриця компетенцій та навичок – оцінює наявні компетенції та необхідні навички для успішної реалізації змін. Допомагає визначити потреби в навчанні та розвитку персоналу.

Використання цих матриць спрощує процес управління змінами, робить його більш системним та обґрунтованим, а також дозволяє зменшити ризики та забезпечити ефективніше впровадження змін в організації.

Отже, застосування цих інструментів не лише дозволяє ефективно керувати змінами, але і відповідає вимогам сучасного бізнесу, де гнучкість та оперативність у прийнятті рішень стають ключовими факторами успіху. Можемо зробити висновок, що управління змінами у воєнний період вимагає інноваційного та гнучкого підходу, адже саме в цих умовах виявляється рівень адаптивності та лідерських якостей керівництва підприємства.

Список використаних джерел:

1. Гайдей О. О. Управління змінами на підприємстві / О.О. Гайдей // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу № 3 (19) 2012. С. 71–75
2. Ревенко Х. А. Антикризове управління в сучасних умовах / Х. А. Ревенко // Сучасні питання економіки і права. - 2019. - Вип. 1. - С. 36-42
3. Скляр Є. В. Процесний підхід до управління підприємством в контексті антикризового розвитку / Є. В. Скляр, А. Ю. Ксенофонтова // Економічний простір. - 2020. - № 156. - С. 155-158.

ПІДХОДИ ДО ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ШВЕЙНОЇ ФАБРИКИ В НЕСТАБІЛЬНИХ УМОВАХ

А. С. ПРИЛИПКО, студент 2 курсу

С. М. ГАЙДЕНКО, к.е.н, доц.

Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова

Забезпечення високого рівня ефективності діяльності та стійкого розвитку в нестабільних умовах будь-якого підприємства, та в тому числі й швейної фабрики є однією з ключових умов успішного функціонування підприємств на

ринку. У зв'язку з цим на сьогодні, як правило, виділяють наступні основні напрямки (підходи) підвищення ефективності функціонування виробничо-господарської діяльності швейної фабрики (див. рис. 1).



Рисунок 1 - Основні напрямки (підходи) підвищення ефективності функціонування виробничо-господарської діяльності швейної фабрики

Отже, відповідно до рис. 1 доречно обґрунтувати детально кожен з представлених напрямків (підходів) ефективності діяльності підприємства швейного бізнесу, з точки зору її підвищення.

1). До економічного підходу включається наступне:

1.1 зниження собівартості продукції/послуг: собівартість продукції/послуг - це одна з найважливіших економічних категорій, рівень якої в значній мірі визначає ефективність функціонування компанії, оскільки сума витрат на виробництво та реалізацію продукції/послуг суттєво впливає на формування комплексу фінансових показників будь-якого підприємства, в тому числі й швейного, незалежно від масштабів його діяльності, форми власності та галузевої приналежності; при цьому, як зазвичай виділяють й аналізують наступні підходи її зниження [3]: а) джерела (визначення об'єкта змін і керуючого впливу, тобто витрат, економія яких може сприяти зниженню витрат на виробництво); б) фактори (спосіб реалізації змін і їх наслідки);

1.2 підвищення цін на продукцію/послуги: даний метод впливу на показники ефективності діяльності підприємства застосовується у наступних випадках: а) збільшення суми витрат (випередження темпів зростання витрат над темпами зміни продуктивності праці, яке усувається випереджаючим ціноутворенням - збільшення оптових цін на величину, яка перевищує зростання витрат в очікуванні подальшої інфляції); б) перевищення ринкового попиту над пропозицією;

1.3 зниження постійних витрат (як правило здійснюється за рахунок зміни обсягів і структури виробництва).

2). Технологічний напрямок включає наступні аспекти:

2.1 використання сучасних технологій: на сьогоднішній день, зазвичай до них відносять:

- концепція «бережливого виробництва», одним із ключових процесів, якої є процес усунення втрат - дій, які споживають ресурси, але неутворюючих цінності для кінцевого споживача; основний зміст її можна викласти у вигляді наступних принципів (див. рис 2) [7];

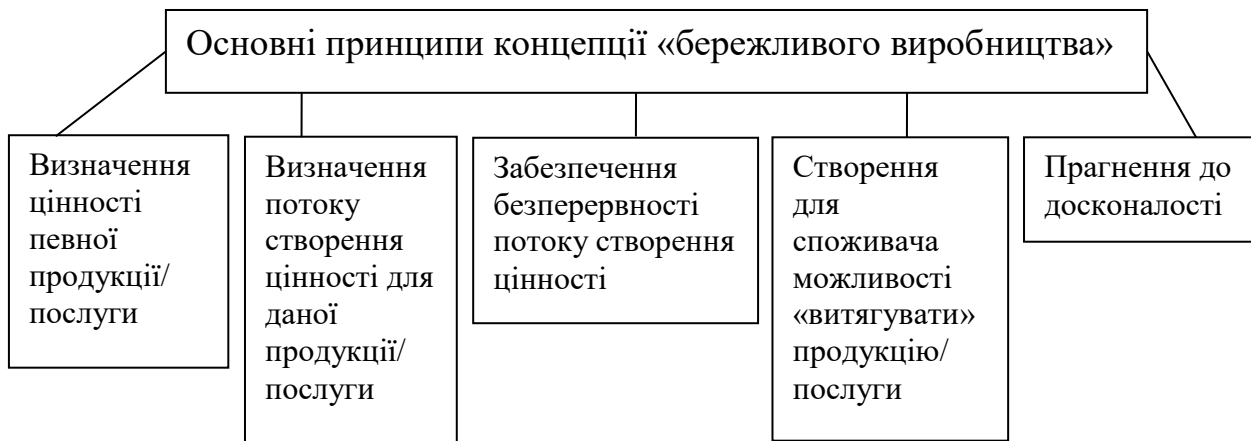


Рисунок 2 - Основні принципи концепції «бережливого виробництва»

- метод «20 ключів» (Практична Програма Революційних Перетворень на Підприємстві (ППРПП, або в оригіналі The Practical Programme of Revolution in Factories and Other Organisations (PPRFOO)), який є інструментом для оцінки ефективності функціонування підприємства, включаючи різноманітні способи реалізації постійних покращень, які запроваджуються компаніями-лідерами; іншими словами, «20 ключів» - бенчмаркінговий інструмент, за допомогою якого процес дослідження та оцінки ефективності роботи компанії значно спрощується [1];

- впровадження ERP-системи, призначеної для управління ключовими аспектами виробничої та комерційної діяльності компанії, включаючи виробництво, планування, фінанси та бухгалтерію, матеріально-технічне забезпечення та управління персоналом, збут, управління запасами, ведення замовлень на виготовлення продукції та надання послуг; основною метою створення цієї системи є забезпечення надання керівництву підприємства інформаційних ресурсів для прийняття управлінських рішень і формування інфраструктури електронного обміну даними організації з постачальниками та споживачами, при цьому найважливішим завданням ERP-системи є досягнення конкурентоспроможних якостей за допомогою оптимізації бізнес-процесів і скорочення суми витрат; перевагою використання ERP-системи є можливість використання однієї інтегрованої програми замість декількох розрізнених [2];

2.2 модернізація основних засобів представляє собою сукупність процедур, які спрямовані на удосконалення елементу основних засобів, що призводить до

поліпшення якості техніко-економічних властивостей об'єкта та пов'язаних із заміною значущих елементів його конструкції на більш сучасні та ефективні.

3). Організаційний підхід може включати: 3.1) зміна організаційної структури підприємства: полягає в приведенні структури компанії, способів її взаємодії з оточуючим середовищем та внутрішніх зв'язків до такого стану, що забезпечує максимізацію ефективності досягнення поставлених цілей з урахуванням прийнятих стратегій; як показує практика, виявлення потреби у структурних змінах відбувається в умовах істотних змін кон'юнктури ринку, перевизначення цільових показників і коригування стратегічних напрямків підприємства при досягненні певного етапу розвитку, на якому існуюча структура ускладнює подальше зростання; ступінь оптимальності структури обраної компанії та необхідність її змін визначаються наступними способами: на основі галузевих показників; внутрішня оцінка; зовнішня оцінка [4]; до числа результатів оптимізації структури швейної компанії очевидно можна віднести: а) зниження рівня непродуктивних витрат; б) оптимізація кількості персоналу, перерозподіл функцій; в) розробка та впровадження методик взаємодії з існуючими клієнтами, прагнення до їх утримання; г) збільшення ефекту від можливого розширення ринку збуту; ґ) прискорення оборотності коштів, підвищення ефективності розподілу капіталу [5]; 3.2) покращення якісних характеристик персоналу: даний спосіб підвищення ефективності діяльності швейного підприємства передбачає підвищення ступеня професійної та кваліфікаційної придатності співробітників у процесі виконання функціональних обов'язків;

4). Некономічні напрямки містять наступні різновиди: 4.1) маркетингові впливи; 4.2) впровадження інформаційних технологій: у цьому процесі, як правило, виділяють наступні етапи [6]: а) розробка вимог до інформаційної системи, яка впроваджується; б) аналіз і оцінка наявних варіантів, вибір з них найбільш оптимального для швейного підприємства; в) впровадження інформаційної системи.

Таким чином, наголосимо проте, що вибір напрямку підвищення ефективності функціонування підприємства доцільно здійснювати з урахуванням специфіки діяльності підприємства, його галузевої приналежності, масштабів виробництва та ресурсних можливостей.

Список використаних джерел:

1. Бондарчук О.М., Темченко Г.В., Астаф'єва К.О. Використання принципів бенчмаркінгу для забезпечення підвищення ефективності діяльності. // Електронний журнал «Ефективна економіка». 2021. № 3. URL: http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/3_2021/71.pdf

2. Бутенко Т.А., Сирий В.М. Інформаційні системи та технології: навчальний посібник. – Харків: ХНАУ ім. В.В. Докучаєва, 2020. – 207 с.

3. Економіка підприємства: підручник / під заг. ред. д.е.н., проф. Ковальської Л.Л. та проф. Кривов'язюка І.В. – Київ: Видавничий дім «Кондор», 2020. – 700 с.

4. Монастирський Г.Л. Теорія організації: підручник. 2-е видання, доповнене й перероблене. – Тернопіль: «Крок», 2019. – 368 с.

5. Навчальний посібник: Конспект лекцій з навчальної дисципліни «Управління персоналом» [Електронний ресурс]: навч. посіб. для студ. спеціальності 051 «Економіка», спеціалізації «Управління персоналом та економіка праці» / Л.С. Борданова, В.Е. Мельничук, Н.В. Рощина, Н.В. Семенченко; КПІ ім. Ігоря Сікорського. – Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2020. – 103 с.

6. Фінагіна О.В. Інформаційна економіка: теоретико-методологічні засади розвитку: навч.-метод. посіб. для здобувачів освітньо-наукового ступеня доктора філософії зі спеціальності 051 Економіка / О. В. Фінагіна, О. М. Пригодюк; М-во освіти і науки України, Черкас. держ. технол. ун-т. – Черкаси: ЧДТУ, 2020. – 264 с.

7. Швець Ф.Д., Пахаренко О.В., Андрійцьо-Рузаєва А.Ю. Побудова технологічних, виробничих та управлінських систем у концепції ощадливого виробництва. // Електронний журнал «Ефективна економіка». 2020. № 6. URL: http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/6_2020/67.pdf.

РОЛЬ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА ДЛЯ ЕКОНОМІКИ КРАЇНИ

О. О. РУДАЧЕНКО, д-р екон.наук, проф.

К. БАРХОВИЧ, студент 2 курсу

Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова

У економіці України роль промисловості лишається ключовою, оскільки прогрес промислового сектору має вирішальний вплив на економіку країни з урахуванням мультиплікативного ефекту. Промисловість генерує значну частину валового внутрішнього продукту (ВВП), сприяє інноваційній активності та забезпечує значну частину доходів від експорту. Ця галузь є провідною у господарському комплексі країни та спрямована на видобуток та переробку природних ресурсів. Стан та розвиток промисловості мають прямий вплив на інші галузі економіки, соціально-культурне і адміністративно-політичне будівництво, впливаючи на рівень життя громадян, розвиток суспільства та країни в цілому.

Промислові підприємства в Україні відіграють ключову роль у розвитку економіки та забезпеченні сталого соціально-економічного прогресу. Важливість цих підприємств визначається декількома ключовими факторами:

1. Створення робочих місць: Промислові підприємства є одними з основних джерел зайнятості для населення. Вони створюють тисячі робочих місць, забезпечуючи людям можливість працевлаштування та підвищення рівня життя.

2. Формування економічного зростання: Промислові сектори є двигуном економічного зростання, оскільки вони генерують величезний обсяг

виробництва та внутрішнього обігу. Вони сприяють розвитку інших галузей економіки, таких як транспорт, логістика, технології, наука і інші.

3. Експортний потенціал: Промисловість грає ключову роль у формуванні експортного потенціалу країни. Висока якість та конкурентоспроможність виробів дозволяють залучати іноземні інвестиції та підвищувати обсяги експорту, що важливо для економічного зростання.

4. Інновації та технологічний розвиток: Промисловість є центром інновацій та технологічного прогресу. Розвиток промислових підприємств сприяє впровадженню новітніх технологій, що підвищує ефективність виробництва та конкурентоспроможність на світовому ринку.

5. Забезпечення виробничої самодостатності: Промислові підприємства виготовляють різноманітні товари та послуги, що дозволяє країні бути менш залежною від імпорту та забезпечує виробничу самодостатність.

6. Інфраструктурний розвиток: Для ефективної роботи промислових компаній необхідна розвинена інфраструктура, що включає в себе транспортні мережі, енергетичні системи, телекомунікації та інші. Розвиток цих секторів сприяє підвищенню загального рівня інфраструктурної готовності країни.

Узагальнюючи, промисловість в Україні є ключовим стовпом економічного розвитку, визначаючи конкурентоспроможність країни на світовому ринку та сприяючи соціальному підйому населення.

ВАЖЛИВІСТЬ СТРАТЕГІЇ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ДЛЯ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

О. О. РУДАЧЕНКО, д-р екон. наук, проф.

А. КОВАЛЕНКО, студентка 2 курсу

К. МАЛИШЕВ, студент 2 курсу

Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова

В сучасному контексті розвитку глобалізаційних процесів виникають якісно нові умови для ринкового господарства, що призводить до формування єдиного світового ринкового простору. Ці трансформації впливають на всі сфери діяльності, призводять до виникнення нових економічних зв'язків і виробничих відносин.

У складних умовах ринкових змін, що зараз переживає Україна, актуалізується роль людського фактору у виробничому процесі. Це вимагає нового підходу до управління персоналом на підприємствах.

Для сучасної економіки України характерні певні особливості, які важливо враховувати при формуванні системи управління персоналом. По-перше, нестача корпоративних фінансових ресурсів суттєво обмежує діапазон доступних засобів та інструментів управління, включаючи управління персоналом. По-друге, із впровадженням технологій у виробництво у відповідність з розвитком НТП, змінюється менталітет працівника, а його емоційна і психологічна сфера впливає на кінцевий результат діяльності.

По-третє, загальний стан економіки України змінюється настільки швидко, що прогнозувати його стає важко, а вчасне вживання превентивних заходів ускладнюється. Загострення конкуренції в різних галузях бізнесу також додає динамізму в системі управління.

Проблеми управління персоналом, як одного з ключових напрямків роботи підприємств, постійно привертають увагу економістів. Значний внесок в розвиток теорії управління персоналом зробили зарубіжні вчені, такі як І. Ансофф, Ф. Беккер, П. Друкер, Г. Кунц, М. Мескон, Ф. Хедоурі, С. Оддонел, Т. Пітерс, Г. Саймон.

Соціально-економічні перетворення викликали зростання інтересу вітчизняних науковців до проблеми управління персоналом. Результатом цього інтересу стали роботи ряду українських вчених, таких як С. І. Бандура, Д. П. Богина, О. А. Грішнова, В. М. Данюка, А. В. Калини, А. М. Колота, І. Д. Крижка, Н. Д. Лук'янченко, В. М. Нижник, І. Л. Петрової, М. В. Семикіної, О. М. Уманського, які детально розглянули теоретико-прикладні аспекти управління персоналом на підприємстві.

Незважаючи на велику кількість думок та пропозицій, висловлених у науковій літературі, поки що відсутні комплексні розробки, спрямовані на системне вирішення проблем управління персоналом на підприємстві. Це визначає необхідність проведення комплексного аналізу цієї проблеми і розробки відповідних рішень. Також важливим залишається стратегія розвитку промислового підприємства, яка включає основні завдання управління персоналом, розробки рекомендацій щодо підвищення його ефективності, а також організаційно-інформаційне забезпечення персоналу.

ВИКЛИКИ БІЗНЕСУ ПІД ЧАС ВІЙНИ

А. А. ПАКУЛІНА, канд. екон. наук, доцент
М. В. ШАПОВАЛОВ, здобувач вищої освіти
*Харківський національний університет міського
господарства імені О. М. Бекетова*

З початком повномасштабного вторгнення, українська економіка та бізнес сильно постраждали. Рівень спаду національної економіки України за 2022 рік становив 30,4%, що є безпрецедентним. Крім того, за даними Міністерства соціальної політики, кількість українців, що опинилися за межами бідності, зросла до майже 30%, що значно вплинуло на платоспроможність громадян, внаслідок чого споживча інфляція досягла 26,6%. Разом із зниженням платоспроможності та зростанням цін, відчутно вплинуло знецінення національної валюти, яке зросло з 29 грн/дол. до 40 грн/дол. З початком війни підприємці майже втратили здатність здійснювати зовнішньоекономічну діяльність через обмежену пропускну здатність кордонів та параліз морських портів, а також через закриття кордонів з росією та білоруссю з зрозумілих для всіх причин [2].

Головною проблемою для підприємств стали постійні атаки на енергетичну систему України, що часто призводили до довгих періодів відключень електроенергії. Згідно з інформацією Європейської Бізнес Асоціації, наслідки цих ударів відчули 89% приватних компаній і державних підприємств.

Бізнес змушений був шукати альтернативні джерела електроенергії, що призвело до збільшення витрат на транспорт та розхідні матеріали. Повільні продуктивні години та постійні переривання робочих процесів суттєво вплинули на дохід компаній.

Підприємці постали перед багатьма іншими викликами, такими як:

- знищення логістичних маршрути, дефіцит транспортних засобів та значне підвищення цін на паливо;
- потреба перегляду стратегій продажів та маркетингу;
- нестача кадрових фахівців через мобілізаційні заходи та виїзд українців за кордон;
- втрати компаній та держав-партнерів;
- обмежене зовнішнє та внутрішнє інвестування та блокування кредитних коштів національними банками;
- значне зростання цін на енергоресурси, сировину та матеріали.

Окремим викликом стала і окупація частини територій, через що компанії тимчасово втратили доступ до своїх виробництв і складів.

Навіть при складних умовах та нестабільному середовищі, згідно з даними Європейської Бізнес Асоціації (ЄБА), понад половина підприємців, а саме 76%, планують розширити свій бізнес. З цього числа:

- 28% мають намір розширити географію своєї присутності;
- 26% планують відкрити нові напрямки діяльності;
- 25% мають намір змінити стратегію та вийти на зовнішні ринки;
- 21% збільшать штат співробітників [3].

Важливо відзначити, що для розширення свого бізнесу підприємці в основному планують використовувати власні кошти, лише 33% розглядають кредитування та гранти. Навіть у воєнний час, бізнес-спільнота України сподівається на рішучі дії з боку держави для стабілізації економіки та підтримки підприємств.

За думкою експертів ЄБА, важливо, щоб держава значно зменшила свою роль у бізнесі та переглянула інструменти регулювання та контролю на їхню актуальність та ефективність. Зараз в Україні існує майже 1000 інструментів державного регулювання бізнесу, що може обмежувати підприємців у їхніх щоденних зусиллях для утримання та розвитку свого бізнесу.

Під час воєнного стану розвиток бізнесу набуває низку викликів та ризиків, проте це не є новим випробуванням для українського підприємництва.

За поточними результатами роботи у 2023 році 9,6% підприємств залишаються зупиненими чи майже не працюють; 13,8% підприємств вказали на зростання обсягів робіт порівняно з планом; 25,5% підприємств діють в межах запланованих показників на 2023 рік; 51, 2% працюють з фінансовими показниками, нижчими за очікувані [1].

Держава вживає заходів для стимулювання росту бізнесу, зокрема, створюючи сприятливі умови для внутрішньо переміщених осіб та надаючи фінансову підтримку через урядові програми, такі як «єРобота». Зокрема, під час воєнного стану з'явилися нові можливості для експортерів, які можуть отримати фінансування та користуватися платформами для обміну інформацією.

На фоні цього, підприємцям важливо адаптувати свої бізнес-плани, звертаючи увагу на мінімізацію звільнень, розширення продуктів відповідно до нових потреб, та розгляд можливостей виходу на міжнародні ринки, зокрема на ринки сусідніх країн, що підтримують Україну. Історично після таких криз приходить етап відновлення та розвитку, тому з розумінням важливості та врахуванням особливостей ситуації, розвиток бізнесу в Україні стає необхідним та доцільним.

Очевидно, що процес євроінтеграції належить прискорювати та проводити якісно, без компромісів та відкладання «на потім». Це стає необхідним завданням самої України в першу чергу – для забезпечення добробуту своїх громадян та зміцнення країни, її здатності протистояти викликам та досягати перемоги. Умови війни вимагають конкретної мети, а не лише гасел.

Програми допомоги від ЄС виявляються надзвичайно важливими – як тактично, так і стратегічно. Тактично, оскільки підтримка під час війни допомогла українським малим та середнім підприємствам вистояти та продовжити розвиток. Стратегічно, оскільки комплексна, системна підтримка від Євросоюзу спрямована на адаптацію української економіки і бізнесу до нових викликів – зеленого переходу, зростання глобальної конкуренції, стандартизації принципів діяльності (включаючи сертифікацію продукції та виробництва) для отримання доступу до європейських та інших ринків.

Ключовою метою нашої держави є, користуючись підтримкою європейських партнерів, здійснити необхідну модернізацію до приєднання до ЄС. Україна прагне інтегруватися, не як бідна країна Європи з репутацією найкорумпованішої, але як нова можливість для ЄС та європейського бізнесу, як у культурно-ціннісному, так і економічному плані.

В підсумку, варто зауважити про те, що для вирішення цих проблем необхідно впроваджувати комплексні заходи, такі як підтримка енергоефективних технологій та диверсифікація джерел енергії, сприяння розвитку альтернативних логістичних шляхів, а також створення програм для адаптації бізнесів до нових реалій, включаючи стратегії продажів та маркетингу, навчання персоналу та пошук нових ринків та партнерів.

Також важливо сприяти стабілізації економіки та забезпеченню доступу до ресурсів для компаній, а також сприяти розвитку урядових ініціатив щодо енергетичної безпеки та зміцнення контролю над територіями.

Список використаних джерел:

1. Як український бізнес виживає в умовах війни? 2023. URL: <https://visitukraine.today/uk/blog/1810/yak-ukrainskii-biznes-vizivaje-v-umovax-viini>

2. Підтримка бізнесу в умовах війни. 2022. URL: <https://business.diia.gov.ua/wartime>

3. Виклики бізнесу під час війни: відновлення кадрів, роль держави та зміни у плануванні. 2023. URL: https://lb.ua/blog/yevheniia_blyzniuk/584600_vikliki_biznesu_pid_chas_viyeni.html

ПІДПРИЄМНИЦЬКА ДІЯЛЬНІСТЬ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ ЗА УМОВ ВОЄННОГО СТАНУ

В. В. ТАРАНЧЕНКО, аспірант

Сумський національний аграрний університет

Агресивна війна наймовірно ускладнила діяльність аграрних підприємств України через мінування завеликих масивів продуктивних земель, екологічні катастрофи на тваринницьких комплексах, заблокування логістичної інфраструктури, недосяжність узвичаєних ринків збуту тощо. В таких, незмірно складних, обставинах різні за правовим статусом, організаційною побудовою та обсягами вироблюваної сільськогосподарської продукції аграрні формування у суб'єктивному аспекті планують виробничу діяльність і суспільно-господарські відносини, концентруючись на відкритих напрямках діяльності.

Згідно до [1] сільське господарство натепер зазнало неабияких збитків унаслідок повномасштабної війни РФ проти України. Зокрема, реальна сума втрат, які завдані сільськогосподарській галузі, на вересень 2022 року сягнула 6,6 млрд дол. США. Водночас непрямі збитки у сільському господарстві країни через зменшення виробництва, блокаду портів та зростання господарських збитків на листопад 2022 року дорівнювали 34,25 млрд дол. США. Втрати при скороченні виробництва озимих культур було оцінено в 3 млрд дол. США, а багаторічних культур у 322 млн дол. США. Збитки через порушення логістики означені на кінець 2022 року в межах 18,5 млрд дол. США. Загальна кількість структур та формувань агропромислового комплексу налічувала в 2022 році 2653 одиниць. При цьому площа ріллі зменшилися на 1,9 млн га, багаторічних насаджень на 9 тис. га. Окрім того, територія в 1 млн га сільськогосподарських земель виявляє потребу в обстеженні на наявність вибухонебезпечних предметів, тоді як понад 83 тисячі км² на кінець 2022 року визнані такими, що забруднені небезпечними вибуховими предметами, на знешкодження яких потрібно здійснення заходів по цій площі на суму щонайменше в 10 мільярдів доларів.

За комплексними відомостями Aktion Deutschland Hilft, Hilfe zur Selbsthilfe та Економічної Експертної Платформи майже половина (46%) опитаних малих і середніх фермерів із усіх регіонів України зосереджені сьогодні на стабілізації показників своєї господарської діяльності на їх поточному рівні. Разом із таким близько 20% опитаних респондентів зосереджені на встановленні цін на свою продукцію врівень із її самоокупністю. І тоді як 27% фермерів налаштовані на продовження діяльності, біля 26% бажають закрити виробничу діяльність через природну обтяжливість нести фактичні збитки. Водночас до 8% господарників

виявили бажання щодо міжнародного співробітництва із можливістю виходу на світові ринки сільськогосподарської продукції [2].

Разом із тим у переліку центральних проблем малих аграрних формувань в умовах воєнного стану аналітики виділяють наступні:

- небезпека через мінування комплексу сільськогосподарських угідь;
- ризики відімкнення електроенергії або інших комунікаційних мереж;
- блокування логістичних маршрутів збуту вирощеної продукції;
- обмеженість запасних частин до сільськогосподарської техніки;
- недостатній захист прав власності з боку держави та рейдерство;
- непередбачуваність та часта змінність державної аграрної політики;
- нестача кваліфікованих працівників через їх призов до лав ЗСУ;
- проблемність у розрахунках з партнерами за поставлену продукцію;
- відсутність довгострокового пільгового кредитування тощо.

Спираючись на викладене раніше є цілком актуальними визнати, що украї нагальним питанням для провадження ефективної аграрної політики в державі є всебічна підтримка усталеного існування фермерського осередку в структурній побудові сільськогосподарської галузі. З іншої сторони, самі фермери визначну увагу приділяють резервуванню дефіцитних під час війни ресурсів (посадковий матеріал, паливо, добрива тощо) та безпеці тих працівників, що залишилися в їх організаційно-виробничій структурі за умов воєнного стану.

За визначення О. Громова цільовою аудиторією донорської допомоги є саме сільські домогосподарства і фермери, яких цілком об'єктивно вважають такими інструментами, що якнайефективніше допомагають у зниженні рівня безробіття та є реальною запорукою економічного зростання в сільській місцевості. Саме з боку домогосподарств та дрібних фермерів в умовах воєнного стану надходить допомога в частині забезпечення місцевого населення продуктами харчування й іншими товарами першої необхідності [3].

Відтак лівову частину аграрно-міжнародної допомоги покриває Євросоюз. Уже з 1 вересня 2023 року в Державному аграрному реєстрі України розпочато приймання заявок в контексті Програми з надання допомоги малим виробникам аграрної продукції на загальну суму в 1,5 мільярда гривень, що фінансується за бюджетної підтримки Європейського Союзу. Цю допомогу можуть отримати ті аграрії чи-то підсобні селянські господарства, що мають в обробітку від 1 га до 120 га сільгоспугідь, які мають бути офіційно зареєстровані.

Разом з тим місія Продовольчої та сільськогосподарської організації ООН (ФАО) закликає виділити 115,4 мільйона доларів на підтримку понад мільйона жителів сільських територій шляхом гарантування продовольчої безпеки на цих місцевостях. В межах означених пропозицій на сьогодні за підтримки ФАО уже отримали допомогу 80 тисяч найбільш постраждалих сімей в 13 областях, серед яких в пріоритеті території на сході та півдні України.

У такий спосіб є доречним зазначити, що малі аграрні формування, в тому числі сільські фермери, скоріше за все не припинять власне господарювання і в умовах воєнного стану, відколи сільський бізнес не приносить їм фінансової вигоди, окрім часткового заміщення витрат та отримання пересічної заробітної плати. За такого виходить, що малі аграрні формування в умовах війни є більш

усталено-спроможними, аніж великі аграрні холдинги. Наслідковим висновком з цього приводу має стати усвідомлення такого сценарію відновлення аграрної галузі та сільських територій, який є співставним з європейською парадигмою в сфері виробництва продукції сільського господарства, що завбачує локалізовані та місцево-прив'язані аграрні майданчики, на яких здійснюватимуть виробничу діяльність одноосібні селянські господарства та місцеві фермери. Це неодмінно приведе до зростання рівня справедливої конкуренції за земельні ресурси, а так само і до відчутного посилення фінансової допомоги територіальним громадам, які розташовані на аграрних ландшафтах сільської місцевості.

Список використаних джерел:

1. Аграрний сектор економіки: підсумки 2022 та прогнози на 2023 рік. *Аналітичні відомості*. Національний інститут стратегічних досліджень, 2022. URL: <http://niss.gov.ua/news/komentari-ekspertiv/ahrarynyy-sektor-economy> (дата звернення: 10.01.2024).

2. Вплив війни на стан аграрної галузі в Україні. *Aktion Deutschland Hilft, Hilfe zur Selbsthilfe, Економічна Експертна Платформа*. Аналітичний огляд. URL: <http://economics.org.ua/images/Analitica-agro-sektor-2023.pdf> . (дата звернення: 21.12.2023).

3. Громов О. Тренди галузі. Сільське господарство під час війни: зміна пріоритетів. *Урядовий кур'єр*. 13 вересня 2022. № 197 (7318).

СЕКЦІЯ 7

ПІДПРИЄМНИЦТВО У СФЕРІ ЖИТТЄЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МІСТ І РЕГІОНІВ

КОМУНАЛЬНІ ПІДПРИЄМСТВА У СФЕРІ ЖИТТЄЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МІСТ

А. А. ПАКУЛІНА, канд. екон. наук, доцент
А. В. ШЕВЧЕНКО, здобувач вищої освіти
Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова

Підприємства у сфері життєзабезпечення – це підприємства, які забезпечують життєдіяльність людини в конкретних умовах, виконують безліч заходів спрямованих на створення і підтримку населенню комфортних умов існування, здоров'я і працездатності людей.

Забезпечення життєдіяльності населення – комплекс організаційних, економічних, соціальних та інших заходів, які здійснюються центральними та місцевими органами виконавчої влади, іншими державними органами, органами місцевого самоврядування. Їх мета – планування і підготовка до нормального забезпечення населення продовольчими та непродовольчими товарами, медичним обслуговуванням, послугами зв'язку, транспорту, комунальними та побутовими послугами в особливий період.

Одним із найважливіших завдань будь-якого органу місцевого самоврядування полягає в забезпеченні комфортного проживання мешканців міста/регіону, раціональному використанні рухомого й нерухомого майна, земельних ділянок та інших ресурсів, що перебувають у комунальній власності. За статтею 1 Закону України «Про місцеве самоврядування в Україні» право комунальної власності – це право територіальної громади володіти, доцільно, ефективно користуватися і розпоряджатися на свій розсуд і в своїх інтересах майном, що належить їй, як безпосередньо, так і через органи місцевого самоврядування.

А відповідно до статті 78 Господарського кодексу України орган місцевого самоврядування може прийняти рішення про створення комунального підприємства, яке буде діяти на основі комунальної власності територіальної громади. Сам процес створення починається з того, що структурний підрозділ виконавчого комітету (департаменту, управління чи відділ) готує пропозицію про створення комунальної установи, де зазначає мету та необхідність створення такої установи, основні види діяльності, структуру, джерела формування та розмір майна, необхідного для функціонування такої установи. Після розгляду депутатськими комісіями, якщо більшість депутатів місцевої ради на сесії проголосували за створення нового комунального підприємства чи організації, а міський голова не наклав «вето», то після оприлюднення воно набирає чинності.

Засновником комунального підприємства від імені міської ради виступає відповідальний структурний підрозділ виконкому (наприклад департамент ЖКГ) залежно від виду його діяльності, який і в основному контролює його діяльність.

Кожна комунальна установа, організація та підприємство повинні мати свій Статут. У Статуті повинні міститися найменування та адреса, визначатись мета й цілі діяльності, структура, повноваження та обов'язки керівника, трудового колективу, положення про припинення та ліквідацію комунального підприємства. Статут комунальної установи можна отримати шляхом надсилання запиту про інформацію до місцевої влади чи на офіційному веб-сайті ради, де оприлюднюються рішення сесії ради. Керівник комунальної установи працює на контрактній основі і призначається міським головою згідно із з п.10 ч.4 ст.42 Закону України «Про місцеве самоврядування в Україні». Але в деяких радах це відбувається за результатом голосування на сесії ради, що і практикують, наприклад в Івано-Франківській чи в Житомирській міських радах. Оскільки директор комунальної установи підзвітний місцевій раді та голові, він зобов'язаний доповідати (звітувати) про проведену підприємством роботу, надавати своєчасно фінансовий звіт і т. д. Цю інформацію кожен може отримати шляхом подання запиту, якщо така інформація не була розміщена на офіційному веб-сайті виконавчого органу місцевої ради. Важливо знати, що міська рада має повноваження встановлювати в порядку і межах, визначених законодавством, тарифи на побутові, комунальні, транспортні та інші послуги. Є комунальні підприємства та комунальні установи та організації. В чому ж різниця? Комунальне підприємство має переважне право – проводити комерційну діяльність (результатом такої діяльності є одержання підприємством прибутку), а комунальні установи та організації здійснюють некомерційну (неприбуткову) діяльність.

Одними з підприємств у сфері життєзабезпечення є комунальне підприємство «Харківводоканал». Діяльність КП «Харківводоканал» включає: прийом, відведення, перекачування, повну механічну і біологічну очистку стічних вод, що надходять від населення, комунально-побутових і промислових підприємств м. Харкова.

Більше сотні ударів саме стільки завдав ворог по харківським мережам водопостачання за весь час повномасштабного вторгнення. Серйозних пошкоджень зазнав і один з двох об'єктів водозабору. Зараз система у належному стані, та продовжує стабільно працювати. Інколи саме через проходження бойових дій в даному районі де є пошкодження, комунальники не могли відразу виконати підключення, переключення, доцільні технічні операції, щодо відновлення водопостачання, чи ліквідування поломки. Практично безповоротних втрат немає, проводиться багато заходів по монтажу тієї частини будівель, які були пошкоджені, і зараз ці об'єкти готові до пуску і ведення в експлуатацію. Але є ті об'єкти, за якими чекають повернення завданої бойовими діями шкоди, тому що такі фінансові витрати великі. Дуже багато представників європейських держав приїждять до КП «Харківводоканал» та пропонують свої умови інвестиційних програм.

Але не зважаючи на тяжкі умови війни, аварійні бригади підприємства продовжують свою роботу. У всіх районах мегаполісу тривають щоденні ремонти і ліквідації аварій та опрацювання заявок жителів. А на каналізаційних та водопровідних станціях потроху встановлюють генератори різної потужності. Саме вони підтримують систему під час аварійних та планових відключень світла, щоб забезпечити безперервне постачання води населенню та уникнути підтоплення каналізаційними водами. За день комунальникам доводиться ліквідовувати від 12-20 аварійних ситуацій. Для того, щоб забезпечити стабільне водопостачання мешканців міста. У рамках підготовки до осінньо-зимового періоду у 2023 році замінили 70 км комунікацій з технічного обслуговування внутрішньобудинкових систем. Оновили 46 км трубопроводів холодної води та 24 км водовідведення, а технічними оглядами охопили 6240 будівель. А на поточний рік (2024 рік) намітили перекласти щонайменше 40 км мереж у 540 будинках. Закладено у плани значні ремонти на каналізаційних системах, особливо чавунних, вони найчастіше ушкоджуються після обстрілів. Графіки капітального відновлення підкріплені якісними матеріалами та обладнаннями, також бригади забезпечені всім необхідним для аварійних ремонтів мереж. Майстри управління успішно освоїли та застосовують у роботі актуальну технологію паяння труб. Завдяки застосуванню цього нововведення навіть масштабні обсяги перекладок мереж виконуються набагато швидше, порівняно з установкою металевих труб.

Таким чином, комунальні підприємства є серцевиною підприємств у сфері життєзабезпечення населення міст чи регіонів. Вони спрямовують свою діяльність на забезпечення нормальної життєдіяльності людини в конкретних умовах. А в теперішніх умовах в регіонах під постійними обстрілами вчасно і якісно виконують свою роботу – за короткі терміни ліквідують аварії та продовжують надавати свої послуги.

МІСЬКІ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ДВИГУН ІНФРАСТРУКТУРНОГО ТА СОЦІАЛЬНОГО РОЗВИТКУ

А. А. ПАКУЛІНА, канд. екон. наук, доцент
К. С. ТРУХОНЬ, здобувач вищої освіти
*Харківський національний університет міського
господарства імені О. М. Бекетова*

У сучасному світі, де міста швидко розвиваються, роль підприємств стає невід'ємною частиною їхнього функціонування. Міста виступають не лише економічними центрами, але й місцями, де вирішуються соціальні та екологічні завдання. У цьому контексті, важливо розглянути, яку роль відіграють підприємства у забезпеченні потреб містян та розвитку самого міського середовища. На самперед, якісна робота підприємства стає важливим фактором розвитку міста або селища. Завдяки вже функціонуючим підприємствам та тільки створеним створюються нові робочі місця, підтримується внутрішня та зовнішня економіка певного селища, міста, регіону тощо.

Сьогодні саме з малими підприємствами ми пов'язуємо позитивні зміни в економіці району, створення умов для розширення та впровадження ринкових реформ. Малі підприємства самостійні в здійсненні своєї господарської діяльності, в розпорядженні продукцією, прибутком, що залишився після сплати податків інших обов'язкових платежів, а також у решті сфер діяльності підприємства.

Кожен підприємець старається зайняти свою нішу на ринку товарів чи послуг, прагне випускати потрібну і якісну продукцію, намагаючись тим самим привернути до себе споживача. Все це перетворює малі підприємства у своєрідний соціальний двигун економічного розвитку, надає ринковій економіці необхідної гнучкості і спонукає до зростання.

Великою мірою ролі малих підприємств полягають у вирішенні питань зайнятості, що проявляється, насамперед, у здатності малого та середнього бізнесу створювати нові робочі місця і поглинати надлишкову робочу силу.

Вагомий внесок у соціально-економічний розвиток району вносять як великі товариства, так і малі підприємці, які виділяють кошти на розвиток інфраструктури населених пунктів та покращення медичних, освітніх та культурних послуг, що надають можливість підвищити якість життя населення.

Також ми повинні пам'ятати та оговорювати те, що сучасне підприємство має не лише виробляти товари та послуги, але й приділяти увагу екологічній відповідальності. Зменшення впливу на довкілля, використання енергоефективних технологій та відновлюваних ресурсів – все це покращує якість життя в містах та допомагає зберегти навколишнє середовище. Якщо підприємство ставиться невідповідально до свого функціонування, це може дуже негативно впливати на загальний стан міста, робітників, внутрішні та зовнішні робочі відносини. Перехід до сталого розвитку вимагає значних змін в економічній та соціальній сфері в розрізі зменшення негативного впливу на навколишнє середовище. Із розглядом виробничої діяльності постає питання екологічної відповідальності бізнесу. Фактично екологічна відповідальність бізнесу є частиною корпоративної соціальної відповідальності. Під екологічною відповідальністю бізнесу розуміють дії, які приносять користь навколишньому середовищу (або зменшують негативний вплив бізнесу на навколишнє середовище) і виходять за межі того, що компанії зобов'язані робити за законом. Екологічна відповідальність бізнесу передбачає зобов'язання осіб, що приймають рішення, запроваджувати дії, спрямовані на захист і поліпшення стану навколишнього середовища загалом, і які також відповідають їх власним інтересам.

Сьогодні корпоративна соціальна відповідальність, екологічна відповідальність бізнесу зокрема, мають значення, проте вони не є визначальними аспектами бізнес-стратегій підприємств. У більшості підприємств наразі розглядають екологічну відповідальність бізнесу як законні і добровільні види діяльності, які можуть збільшити конкурентоспроможність фірми і закріпити її репутацію під впливом різних соціальних та економічних агентів.

З усього вище сказаного, можемо зробити такий висновок. Підприємства мають зосередитися на всіх аспектах сталого розвитку – економічному, екологічному і соціальному. Йдеться про мінімізацію екологічного навантаження від розвитку та зростання підприємства. Так, на шляху до сталого розвитку екологічна відповідальність повинна бути не просто атрибутом, що забезпечує відповідний імідж на міжнародній арені або вітчизняному ринку та прихильність споживачів, додаткові конкурентні переваги, популярність, а стати життєвою філософією для всіх людей, країн, урядів, корпорацій та компаній. При цьому підприємство здобуває довгострокові конкурентні переваги у вигляді усебічного співробітництва (між бізнесом, громадськістю та владою) та технологічної кооперації. У результаті організація отримує суспільну репутацію та поліпшення іміджу, зростання вартості нематеріальних активів. Крім того, значні переваги від запровадження екологічної відповідальності бізнесу отримують держава і суспільство: вирішення частини ключових екологічних питань, відповідність нормам і стандартам світової економіки з урахуванням екологічної складової, збереження здоров'я населення тощо.

В теперішніх умовах кризи та післякризового періоду розвиток підприємств та створення сприятливого для них середовища відіграють надзвичайно важливу роль для стимулювання економічної активності та досягнення економічного зростання на місцевому рівні. Від вирішення цього питання залежить досягнення соціальної стабільності, збільшення кількості робочих місць, зростання доходів та добробуту населення України.

Отже, йдеться про нагальну потребу забезпечення державної підтримки розвитку підприємств на місцевому, регіональному та загальнонаціональному рівні. Заходи держави у цьому напрямі мають комплексно поєднувати загальносистемне регулювання ринкового середовища (конкурентна, податкова, зовнішньоекономічна, митна та ін. політика) та специфічні заходи державного регулювання та державної підтримки розвитку малого підприємства, у т. ч. на регіональному рівні.

Можемо зробити висновок, що міські підприємства допомагають вирішувати соціальні завдання, підтримуючи освіту, охорону здоров'я та культурні ініціативи. Долучаючи свою інноваційність та підприємницький дух, вони стають двигунами розвитку, визначаючи економічну життєздатність міст та забезпечуючи мешканців можливістю насолоджуватися високим рівнем життя. Таким чином, можна визначити міські підприємства як ключовий фактор інфраструктурного та соціального розвитку, спрямований на створення стійких та процвітаючих міських спільнот.

КЛАСТЕРНІ УТВОРЕННЯ ЗА УЧАСТІ ПІДПРИЄМСТВ ЖИТТЄЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МІСТ

О. В. ДИМЧЕНКО, д.е.н., професор

В. О. ХАЙЛО, аспірант

Харківський національний університет міського

господарства імені О. М. Бекетова

В умовах децентралізації ресурсів і владних та управлінських функцій в Україні стратегічний менеджмент спрямовано на пошук підходів, моделей та організаційних форм розбудови ефективних економічних систем у ключових сферах життєзабезпечення громадян країни. Одну з таких сфер, саме – житлово-комунальне господарство міст представлено підприємствами життєзабезпечення і надання житлобютових послуг, вони утворюють міський комунальний комплекс. На сьогодні, найбільш поширеними з нових форм організації економічних структур на місцевому рівні є технопарки, платформи, індустріальні парки, мережеві структури та кластери. Основна мета створення таких форм полягає в більш тісному зв'язку науки з виробництвом та в консолідації інвесторів на стратегічно важливих напрямках розвитку економіки і соціальних структур регіону. Нові форми здатні, з одного боку, надавати стратегічні перспективи розвитку, а з іншого – залучати ресурси для фінансування інноваційних технологій та забезпечувати шлях «розроблення – виробництво – реалізація». Ефективним підходом до упровадження організаційних нововведень, що прискорено розвивається у світовій практиці, є кластерний підхід, який інтегрує і зміцнює зв'язки економічних суб'єктів між собою для створення доданої вартості та використання нових можливостей корпоративної взаємодії і культури.

Світовий досвід використання кластерного підходу однозначно засвідчив позитивну економічну динаміку кластерних форм організації, як у промисловому секторі, так і у сфері послуг. У розвинених країнах (Німеччина, Норвегія, Франція, США, Італія) здійснюється цільова кластерна політика, яка забезпечує нові об'єднання ефективним управлінським інструментарієм та відповідними правовими механізмами суб'єктів господарювання. Німецькі автомобілі, чилійські вина, інформатика США, тростинний цукор і «сонячна енергетика Бразилії» – усе це вже сформовано в кластери, і таких кластерів нараховується в світі багато. На території Європейського Союзу таких кластерів більше 2 тисяч. Програми щодо створення кластерів мають сьогодні до 100 країн світу. Разом із тим в Україні з вирішенням проблем кластеризації ситуація непорівнянно гірша, ніж в передових країнах. І гірша вона не тільки у практичному плані, а і в науковому. Зокрема, у сфері ЖКГ кластерний підхід не отримав розроблення і використання. Але ж кластеризація наближає нас до розвитку моделі суспільно-приватної взаємодії, а для галузі ЖКГ ця нова модель взаємин на сьогодні більш актуальна, ніж в інших галузях, оскільки ЖКГ є важливою соціальною галуззю, яка ще й досі очікує реформи.

В юридичному просторі поняття «кластери» чітко не визначено, на відміну від «корпорацій». Кластер як кооперативне об'єднання має соціальний (гармонізація інтересів усіх своїх учасників), економічний (прибутковість господарської діяльності), організаційно-управлінський (самоорганізація і синергія) аспекти. У кластері об'єднуються більш рівнозначні, рівновеликі між собою учасники, а в корпоративну структуру – більш різновеликі, «різновагові». Кластер тяжіє до горизонтальних форм об'єднання (інтеграції), а кожний учасник кластера має достатньо сильний вплив на розвиток. Корпорація має один або декілька вагомих центрів стратегічного впливу, а інші її учасники значно обмежені щодо впливу на стратегію розвитку. У сучасних українських реаліях кластери вкрай мало поширені та впливові і як структури малого (середнього) бізнесу не практикуються, тоді як корпорації, холдинги, концерни – це структура великого бізнесу, і в деяких сферах (агробізнес, металургія, хімія, транспорт) вони майже монополюють і основними фондами, і ринками, що і формує в цих галузях умови «бізнес-клімату». Розміщення кластера як нової форми господарського призначення в середині ланцюга «корпорація – кластер – кооператив» дозволяє цьому структурному елементу сучасної інноваційної економіки реально використати найкращі складники і переваги обох його «сусідів». Від кооперативу він бере внутрішню цілісність, оперативну адаптивність, конкурентну політику виживання. Від корпорації – стратегічне планування, інноваційний підхід, ефект синергії, корпоративну культуру.

На відміну від адміністративно-командної моделі, що більш притаманна корпораціям, кластерні об'єднання схильні до більш широкого залучення своїх учасників до інноваційного програмування своїх перспектив, до підприємницької діяльності. Зазвичай територіальна близькість учасників кластерного об'єднання створює сприятливі умови для підсилення впливу на результат. Використовують кластерний підхід при проведенні політики реформ [1], можливо ефективно охопити більш широке коло економічних суб'єктів

На загальних принципах кластеризації можливо змоделювати регіональний кластер з соціально-економічною орієнтацією де за базові прийняти підприємства життєзабезпечення регіону і міста. Мова йде про договірне об'єднання на основі узгодження спільних інтересів двох найбільших муніципальних підприємств, діяльність яких виходить за межі міста, – КП «Харківводоканал» і КП «Харківтепломережі». Таке об'єднання може носити і більш формалізовану організаційно-управлінську форму, через створення певної корпорації. Разом з ціма підприємствами пропонуються до включення в кластер на правах угоди про співпрацю, або інших договірних і правових формах наступні підприємства і заклади:

- провідні освітні, науково дослідні і проектні заклади міста (ХНУМГ, УкрНДІЕП, НТУ «ХПІ», ХНУРЕ, за певної доцільності, деякі інші);
- будівельні організації міста;
- муніципальні підприємства «Міськелектротранс», «Благоустрій» та інші;
- організації малого і середнього бізнесу з питань інноваційних технологій, енергозбереження, утилізації осадів, твердих побутових відходів;

- окремо пропонується створити і включити до структури кластера підприємства з очищення міських рік і водоймищ;
- заклади територіальних громад, інвестиційних та благодійних фондів.

Загальну структурну схему такого кластера, за умови попередньої інтеграції підприємств життєзабезпечення в корпорацію, яка надалі являється визначним елементом кластеру, подано на рис.1. Зі схеми видно, що корпорація відокремила найбільш масштабні підприємства з комплексів водоочищення і подачі та розподілу води, провела аутсорсинг диверсифікованих послуг через створення приватних підприємств. Всі ці та інші зацікавлені підприємства разом з корпорацією, як відособленим учасником утворюють соціально-економічний регіональний кластер.



Рисунок 1 - Потенційні учасники соціально-економічного кластеру «регіонального життєзабезпечення» з попередньою корпоратизацією підприємств життєзабезпечення міста

Розподіл завдань між учасниками кластеру носить мультиваріантний організаційно-управлінський характер. Наприклад більшість диверсифікованих послуг КП «Харківводоканал» може здійснюватись не тільки відокремленими

приватними підприємствами, утвореними через аутсорсинг, але й малими приватними підприємствами на основі довгострокових договірних форм з підприємством життєзабезпечення міст, або створювати разом з ним підприємства змішаної суспільно-приватної форми власності. Причому саме підприємство життєзабезпечення буде являтися кластероутворюючим ядром. Цю схему наведено на рис. 2.

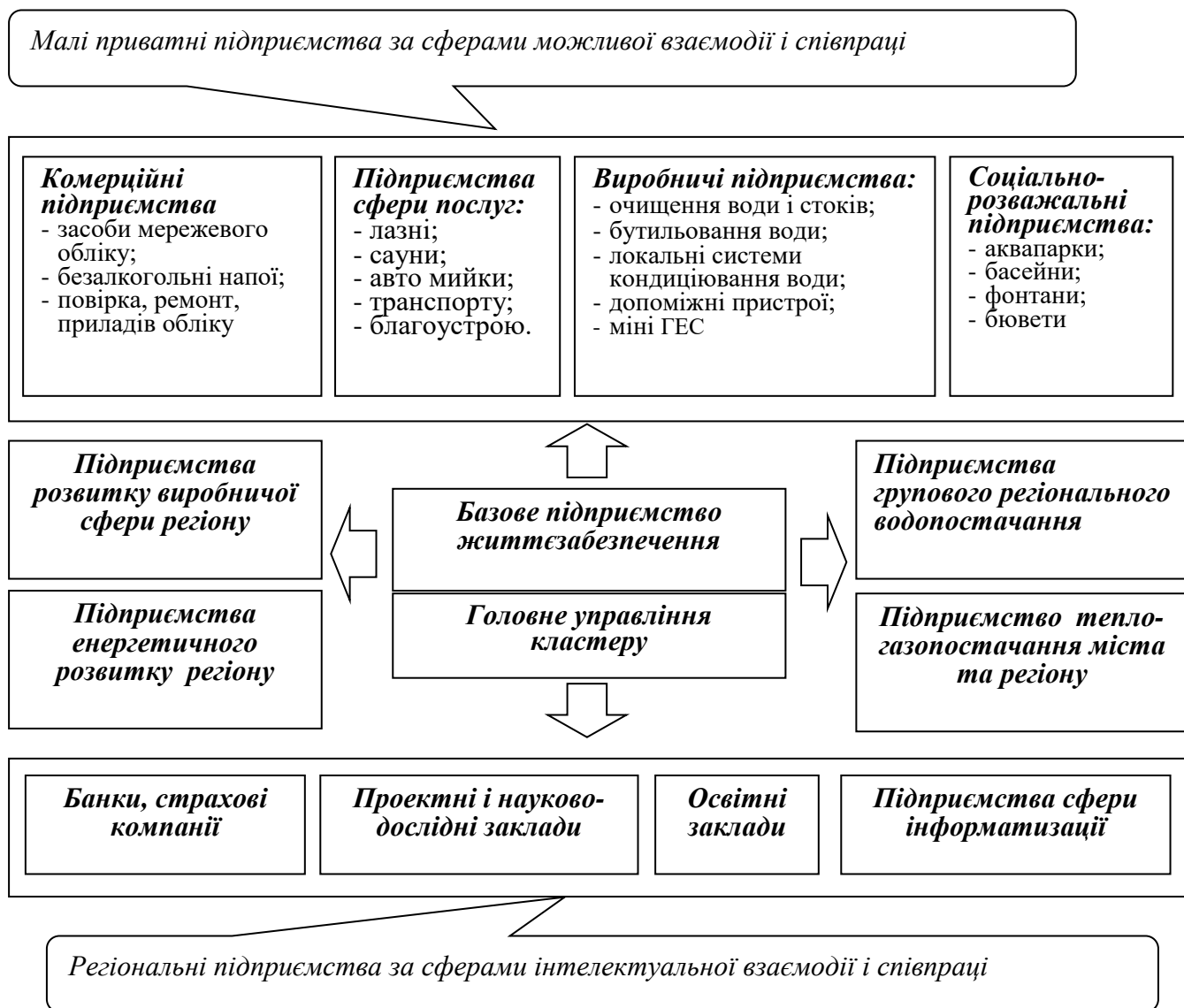


Рисунок 2 - Схема можливого кластеру «регіонального життєзабезпечення» без попередньої корпоратизації підприємства життєзабезпечення міста

Кластерне об'єднання формує з учасниками цілу систему нових зв'язків і нових відносин. Передусім перебудовується інформаційна система з аналітикою впливу на кінцевий результат діяльності кластера. Упроваджується модель ЗСП (збалансованої системи показників) або СП (системи індикативних показників). Вони відповідають новим вимогам ринкової ідеології, інтеграційної політики, інвестиційного програмування, оскільки в системних умовах здійснюється відбір показників, створюється надійний банк інформації та

сучасні управлінські технології. Втілені в моніторинговий комплекс контролю (МКК) системні показники через завдання бізнес інтелекту (ВІ) [2] стають інтегратором економічного аналізу, маркетингу, оцінювання бізнесу, навчання персоналу, розвитку інтелектуального потенціалу системи управління підприємства і розбудові системи ефективного управління бізнесом(ВРМ). У роботу зі створення МКК входить вибір показників, методи їхнього визначення і розрахунку, отримання, обробка і збереження первинної а інформація, технологія інформаційного обміну і контролю, інтерпретація отриманих даних, аналіз і презентація результатів діяльності у вигляді «панелі управління». Проведення інформатизації такого рівня є передумовою розвитку корпоративної культури, наявність якої є одним з головних факторів успішної стратегії розвитку самих підприємств життєзабезпечення, формування і ефективного існування кластеру «регіонального життєзабезпечення»

Список використаних джерел:

1. Г. Сечкін Принципи і проблеми реалізації кластерного розвитку/ інвестиції практика та досвід N 23/2014. С.38-41
2. Хайло Я.М., Хайло В.О ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИЙ ПОТЕНЦІАЛ В ІННОВАЦІЙНОМУ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ VIII Міжнародної науково-практичної конференції «Modern technologies of human development»,06-08 листопада2023р., Бордо, Франція с.91-99

РОЗВИТОК ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У БУДІВНИЦТВІ

М. Ф. ПЛОТНІКОВА, к.е.н., доц.

О. С. ЯКОВЕНКО, аспірант

Поліський національний університет

Нерівномірний розвиток ринкових відносин і зміни в структурі економіки України створили нові умови для підприємницької діяльності в будівництві як у виробничій, так і в невиробничій сферах. Збільшення кількості бізнесменів, які прагнуть розпочати підприємницьку діяльність у будівництві та адаптуватися до нових ринкових відносин, змушує їх глибоко вивчати практику будівельного ринку та комерції в будівництві.

Підприємництво в сучасному світі є складним процесом і як явище відображає всю сукупність економічних, соціальних, організаційних, особистих та інших функцій, пов'язаних із організацією підприємцями своєї справи, виробництвом товарів, виконанням робіт, наданням послуг і отриманням бажаного результату у вигляді прибутку. Згідно зі статтею 42 Господарського кодексу України, підприємництво визначається як «самостійна, ініціативна, систематична, на власний ризик господарська діяльність, здійснювана суб'єктами господарювання (підприємцями) з метою досягнення економічних і соціальних результатів, а також одержання прибутку» [1].

Чим ефективніше функціонує підприємницька організація, тим стійкіша економіка країни, збільшуються надходження коштів до бюджету і державних

позабюджетних соціальних фондів, зростає чисельність робочих місць, скорочується рівень безробіття, підвищується рівень матеріального розкладання найманих працівників [2].

Будівельне підприємство повинно дотримуватися встановлених форм, стандартів і правил співробітництва, коли працює з зовнішніми партнерами, організаціями, конкурентами, окремими групами споживачів, постачальниками, органами влади та ін. У підприємницькій сфері основним компонентом співробітництва є угода, тобто економіко-правова форма досягнення підприємницької мети. Угода визначається як дія, спрямована на встановлення, зміну або припинення правовідносин юридичних або фізичних осіб, які займаються бізнесом.

Розвиток підприємницької діяльності в будівництві супроводжувався двома аспектами. Одна сторона полягала в тому, що необхідні закони та інфраструктура були створені, що дозволило значній частині населення навчитися підприємництву. З іншого боку, були значні прорахунки в організації підприємницької діяльності.

Тим не менш, українські підприємці продовжують працювати в умовах недосконалої та постійно змінюваної нормативно-правової бази, високих податкових ставок, слабкої підтримки з боку держави та місцевого самоврядування, а також низької інформованості підприємців щодо їхніх професійних інтересів.

Підприємці в Україні також повинні пам'ятати про низький рівень економіко-правових знань тих, хто вважає себе підприємцем або хоче ним стати. Це відображає тенденцію, оскільки інтереси, які мають менеджер і підприємець у підприємницькій діяльності, досить відрізняються. У першу чергу підприємець зацікавлений у отриманні прибутку. Його не цікавить, як це відбувається, оскільки це обов'язок найманого менеджера. З іншого боку, менеджери найбільше турбуються про поточні проблеми ефективного керівництва компанією, її зростання та отримання прибутку власника як кінцевого продукту її діяльності.

Незважаючи на значні проблеми, які зараз перешкоджають розвитку бізнес-середовища, намітилися позитивні тенденції. Зокрема, було впроваджено низку змін, зокрема зменшення кількості перевірок суб'єктів підприємництва, спрощення процесу отримання дозвільних документів на будівельні роботи, створення єдиного державного реєстру юридичних осіб-підприємців і інших законодавчих актів, спрямованих на регулювання підприємницької діяльності.

Таким чином, підприємницька діяльність у будівництві в Україні має свої особливості, а також багато проблем, які перешкоджають її розвитку. Підвищення ефективності вітчизняного підприємництва, розширення підприємницького сектору, інтеграція країни до глобальної економічної системи та розвиток будівельної галузі є результатами їх розгляду та вирішення.

Список використаних джерел:

1. Господарський кодекс України. Відомості Верховної Ради України. 2003. № 18, № 19–20, № 21–22. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15> (дата звернення: 12.01.2023).

2. Димченко О.В., Шкурупій К.В. Регіональні центри підприємницької діяльності як складова сталого розвитку економіки України. Комунальне господарство міст, 2019, том 7, випуск 153. С. 37 – 42.

ПІДПРИЄМСТВА СФЕРИ ЖИТТЄЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МІСТ: РЕАЛІЇ СЬОГОДЕННЯ

А. А. ПАКУЛІНА, канд. екон. наук, доцент
М. В. ШАПОВАЛОВ, здобувач вищої освіти
Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова

Сучасні економічні та екологічні реалії вимагають більшої уваги до енергоефективності та ресурсозбереження у водопостачанні, каналізації, газопостачанні, транспорті та інших комунальних послугах, і бізнес-лідери повинні бути більш активними, ніж будь-коли раніше. Комунальне господарство шукає інноваційних підприємців для генерування ідей щодо того, як змінити свої бізнес-моделі, щоб відповідати більш суворим правилам роботи. Комунальне господарство потребує капітального ремонту, щоб відповідати екологічним та експлуатаційним стандартам. Одним із специфічних аспектів цього є, звичайно, споживання домогосподарств.

Наприклад, звіт про якість питної води в Україні, опублікований у 2021 році, визначив, що в середньому в країні втрачається 28% води. У деяких областях, наприклад, у Чернівецькій цей показник сягає 62%, що є неприпустимим з огляду на дефіцит водних ресурсів та необхідність їхнього захисту.

Український бізнес зіткнувся з безпрецедентними викликами через військові дії росії і продемонстрував гнучкість та адаптивність до постійно мінливого середовища [1]. Як соціально-економічні суб'єкти, українські підприємства життєзабезпечення є основними «сервісними підприємствами», які задовольняють базові потреби населення у підтримці життєдіяльності.

Конститутивні характеристики системи життєзабезпечення як об'єкта дослідження відображають різноманітні суперечності в її функціонуванні. Вона є одночасно об'єктом просторової економіки (регіональна структура та масштаби) та галузевої специфіки (багатофункціональний комплекс житла, транспорту, водопостачання тощо), що надає послуги мешканцям та бізнесу.

Деякі компоненти комплексів з підтриманим проживанням входять до класифікації промислового сектору (водопостачання, енергетика), тоді як інші – до класифікації сектору послуг (благоустрій, побутові послуги).

Деякі структури життєзабезпечення критично важливих виробництв мають чітке монопольне становище, а деякі взагалі допускають перехід до ринкових (конкурентних) відносин. Парадоксально, але підприємства важливої

інфраструктури фактично працюють за законами бізнес-структури, але здебільшого керуються принципом некомерційної діяльності (концентроване міське водопостачання навряд чи може мати комерційну свободу або ринкові ціни).

Парадокс полягає в тому, що підприємства життєзабезпечення фактично працюють за законами бізнес-структури, але здебільшого керуються принципами некомерційної діяльності (концентроване міське водопостачання навряд чи може мати комерційну свободу або ринкові ціни). В ідеалі мають бути створені ефективні механізми саморозвитку, але на практиці для цього немає умов.

Монопольна природа комунальних підприємств створює перешкоди для реалізації стратегій приватизації, що також сприяє виникненню низки правових та організаційних суперечностей. Це далеко не вичерпний перелік суперечностей, на яких можна зробити певні висновки. Перш за все, сектор життєзабезпечення, який є суб'єктом міської інфраструктури, формувався не як інтегрована система, а як комплексне або корпоративне господарське об'єднання з регіональним характером і призначенням. Для того, щоб досягти переваг інтеграції, синергії та взаємодії в найближчому майбутньому, цей об'єднаний сектор має бути повністю відновлений або переведений до своєрідної мережевої чи кластерної моделі.

Крім того, підприємства життєзабезпечення працюють за спеціальними технологіями, характерними для кожної галузі (водопостачання – фізико-хімічні процеси; енерго- та тепlopостачання – технології виробництва, теплообміну та транспортування теплової енергії; житлово-комунальне господарство – ремонтно-будівельні та сантехнічні роботи (технології). Відмінності в технологіях призводять до об'єктивного відокремлення виробничих процесів, створення окремих структур для обслуговування, управління та обліку, а також зумовлюють відмінності в економічних механізмах, зокрема, з точки зору їх впливу на структуру витрат, обсяги витрат та потребу в інвестиціях [1].

Крім того, більшість підприємств працюють за кредитним механізмом оплати послуг. Це означає, що оплата за послуги надходить через деякий час після їх надання, що не може не впливати на специфіку функціонування підприємств. Таким чином, наведені вище протиріччя та узагальнені висновки свідчать про те, що підприємствам життєзабезпечення не вистачає інновацій різного рівня та характеру для розвитку як цілісної міської системи. Просторова мережева природа об'єктів потребує впровадження ГІС-технологій та логістики, організаційні конгломерати – кластерного підходу, а вихід на ринок та роздержавлення – розвитку маркетингових досліджень.

Інвестиційні потреби – фокус на впровадженні нових фінансових інструментів. Економічні системи міст функціонують для підтримки якості життя їхніх мешканців. Ці системи є великими, багатогалузевими та розгалуженими інфраструктурами, що складаються з установ та підприємств. Місцеві інфраструктури різняться залежно від рівня економічного розвитку країни і, в свою чергу, мають безпосередній вплив на розвиток підприємництва, якість життя та країни в цілому.

Компонентами сектору життєзабезпечення міста є: електроенергія, газ, тепло, вода та каналізація; житло, його експлуатація та утримання; операції з нерухомістю; утримання будинків та прибудинкових територій; надання побутових послуг; транспортна інфраструктура; поштова та кур'єрська діяльність; поводження з відходами; міська інфраструктура; надання інтернету; надання інших послуг; освіта; охорона здоров'я та соціальна допомога; мистецтво, спорт, розваги та відпочинок.

Як наслідок, комунальні підприємства очікують, що після війни населення відмовлятиметься від централізованого електро-, газо-, тепло- та водопостачання, тобто послуги стануть все більш персоналізованими. Ринок електропостачання буде реструктуризовано в бік альтернативних джерел енергії, розшириться виробництво енергетичного обладнання та ринок лізингу і оренди, посиляться ділова активність і конкуренція. Міська транспортна інфраструктура також зазнає змін з акцентом на екологічно чисті види транспорту та зменшенням залежності від централізованих систем енергопостачання.

Список використаних джерел:

1. Димченко О. В., Смачило В. В., Рудаченко О. О., Хайло Я. М. Проблеми та перспективи повоєнного розвитку підприємств сфери життєзабезпечення міст з урахуванням підприємницької складової. *Бізнес Інформ.* – 2023. – № 1. – С. 108 – 115.

DYNAMIC CAPABILITIES OF UTILITY ENTERPRISES IN THE ENTREPRENEURIAL CONTEXT

O. DYMCHENKO, Professor, D.Sc in Economics,

O. M. Beketov National University of Urban Economy in Kharkiv, Ukraine

E. SEPASHVILI, Professor, D.Sc in Economics,

Tbilisi State University, Georgia

P. GAZZOLA, *Associated Professor, Department of Economics,*

Insubria University, Italy

D. SLAVATA, *Associated Professor, Department of Economics,*

VSB Technical University of Ostrava, Czech Republic

A synthesis of established entrepreneurship theories underpins entrepreneurial activities within utility enterprises. The Resource-Based View (RBV) of entrepreneurship, as articulated by Barney (1991), [1] contributes to our understanding of how utility enterprises leverage internal resources and capabilities for entrepreneurial success. Examining case studies through the lens of RBV helps elucidate how strategic assets, technological capabilities, and innovative organizational structures empower utility companies to undertake entrepreneurial initiatives (Wernerfelt, 1984) [2].

Later, scholars such as Shane and Venkataraman (2000) [3] proposed the influential concept of the opportunity-based view of entrepreneurship. This theory posits that entrepreneurs identify and exploit opportunities, a perspective highly

relevant to utility enterprises as they navigate evolving markets, technological advancements, and regulatory changes. Adapting these entrepreneurship theories to the context of utility enterprises requires a nuanced understanding of the industry's unique challenges and opportunities. The Dynamic Capabilities Framework (Teece et al., 1997) [4] proves particularly relevant, as it emphasizes an organization's ability to adapt, integrate, and reconfigure internal and external resources in response to changing environments. For utility enterprises, this framework aids in comprehending how they can dynamically adjust their operations, adopt emerging technologies, and seize entrepreneurial opportunities while maintaining essential service delivery.

Moreover, the Institutional Theory, as developed by DiMaggio and Powell (1983), [5] offers insights into the role of institutional pressures and regulatory frameworks in shaping entrepreneurial behavior within utility enterprises. Understanding how these external forces influence decision-making and innovation is crucial for utility companies navigating complex regulatory landscapes while striving for entrepreneurial adaptation.

To synthesize these theories and guide future research and practical applications, developing a comprehensive analytical model is imperative. The model should encompass the stages of entrepreneurial activity in utility enterprises, from opportunity identification and resource mobilization to implementation and performance evaluation.

A holistic approach, drawing from the Entrepreneurial Process Model (Gartner, 1985), [6] helps structure the analytical model. This model identifies key phases such as opportunity recognition, resource acquisition, and strategic implementation, providing a roadmap for utility enterprises to navigate their entrepreneurial journey. Moreover, incorporating performance metrics aligned with economic, environmental, and social dimensions ensures a comprehensive evaluation of the impact of entrepreneurial activities.

By amalgamating these theories and frameworks, the analytical model serves as a guide for researchers and practitioners alike, facilitating a deeper understanding of the intricacies of entrepreneurial dynamics within utility enterprises. It provides a structured approach for investigating the antecedents, processes, and outcomes of entrepreneurial endeavors, paving the way for informed decision-making and sustainable development within the utility sector.

To systematically analyze and guide entrepreneurial activities within utility enterprises, a comprehensive analytical model is proposed. Drawing inspiration from established entrepreneurship theories and frameworks, this model integrates key stages, strategic considerations, and performance metrics to offer a structured approach. By amalgamating the theoretical underpinnings of entrepreneurship and tailoring them to the utility sector, this comprehensive analytical model provides a roadmap for systematically navigating the entrepreneurial journey. Researchers and practitioners can use this model to investigate the antecedents, processes, and outcomes of entrepreneurial endeavors within utility enterprises, fostering a deeper understanding of the dynamics at play. Moreover, the structured approach facilitates informed decision-making and contributes to sustainable development within the utility sector.

The implications of entrepreneurial dynamics within utility enterprises extend to the realm of public policy. Government and regulatory bodies play a pivotal role in shaping the landscape for utility companies. Insights from this model suggest the need for adaptive regulatory frameworks that facilitate rather than hinder entrepreneurial initiatives. Policy recommendations should focus on incentivizing sustainable practices, fostering innovation, and providing a supportive environment for utility enterprises to embrace entrepreneurial activities in line with societal and environmental goals [7,8].

The societal impact of entrepreneurial endeavors within utility enterprises is multifaceted, influencing economic, environmental, and social dimensions. As utility companies actively contribute to economic development, environmental sustainability, and community well-being, the public perception of these entities evolves. Transparent communication and community engagement become essential tools for shaping positive public perception. Furthermore, the model emphasizes the importance of aligning entrepreneurial activities with societal values and expectations, ensuring that utility enterprises contribute meaningfully to the betterment of the communities they serve (Social Impact Studies, 2020) [9].

The implications for stakeholders, therefore, extend beyond organizational boundaries to encompass the broader socio-economic ecosystem. Practitioners, utility executives, government bodies, and the public at large stand to benefit from the strategic insights and policy recommendations derived from the comprehensive analytical model. As utility enterprises continue to navigate the dynamic landscape, these implications provide a roadmap for informed decision-making, sustainable development, and positive societal impact.

In conclusion, the exploration of entrepreneurial dynamics within utility enterprises has unveiled a complex and transformative landscape. The comprehensive analytical model, drawing from established entrepreneurship theories and frameworks, serves as a guide for understanding, implementing, and evaluating entrepreneurial initiatives within this critical sector.

References:

1. Barney, Jay. Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*. 17 (1): 99–120, 1991
2. Birger Wernerfelt [Электронный ресурс]. –Режим доступа: <https://doi.org/10.1002/smj.4250050207>
3. Scott Shane and S. Venkataraman. The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research /The Academy of Management Review Vol. 25, No. 1 (Jan., 2000), pp. 217-226
4. David J. Teece, Gary Pisano, Amy Shuen. Dynamic capabilities and strategic management [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.jstor.org/stable/3088148>
5. J. DiMaggio and Walter W. Powell. The Iron Cage Revisited: Institutional Isomorphism and Collective Rationality in Organizational Fields Paul.: American Sociological Review. Vol. 48, No. 2 (Apr., 1983), pp. 147-160

6. William B. Gartner. A Conceptual Framework for Describing the Phenomenon of New Venture Creation. *The Academy of Management Review* Vol. 10, No. 4 (Oct., 1985), pp. 696-706. Published By: Academy of Management
7. *Regulatory Review Journal*, 2022 [Електронний ресурс]. –Режим доступу: <https://www.theregreview.org/2022/12/30/top-regulatory-news-of-2022/>
8. Government Policy Institute, 2021). [Електронний ресурс]. –Режим доступу: <https://igpp.org.uk/>
9. Mark Jacob Goedkoop, I. de Beer etc. Methodology Report Product Social Impact Assessment 2020 [Електронний ресурс]. –Режим доступу: https://www.researchgate.net/publication/348233514_Methodology_Report_Product_Social_Impact_Assessment_2020

СВІТОВІ ТРЕНДИ РОЗВИТКУ ГРОМАДСЬКОГО ТРАНСПОРТУ

В. О. ПРИЙМАК, аспірант

Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова

Війна в Україні створила окремих, відмінний від усього іншого світу, порядок денний розвитку науки, промисловості, суспільства, міжнародних відносин, торгівлі. Транспорт, зокрема громадський транспорт, не залишився осторонь цих змін. Після закінчення війни його треба буде відновлювати паралельно зі всіма іншими галузями господарства. Відновлення громадського транспорту треба буде ставити на «нові рейки», тобто не повертатись до радянських часів з їхньою плановою економікою, а звертаючи увагу на великий закордонний досвід розвитку транспортних систем, втілювати передові ідеї щодо його розвитку.

В рамках даних тез лише перелічимо світові тренди розвитку громадського транспорту та дамо короткі пояснення та рекомендації комунальним транспортним підприємствам щодо розвитку підприємницької активності в середині них задля підвищення власних прибутків та окреслення напрямків виходу із галузевої фінансової кризи, що затягнулася.

На думку світових лідерів з економіки транспорту існує п'ять основних трендів щодо розвитку міського громадського транспорту:

- створення сталих механізмів фінансування;
- заміна застарілих транспортних одиниць на нові, що використовують в якості рушійної сили – електроенергію;
- просторова доступність громадського транспорту;
- раціональна побудова транспортних мереж;
- впровадження інновацій.

Для реалізації перелічених світових трендів розвитку громадського транспорту Україні буде потрібно мати такий управлінський апарат, що не зволікатиме сміливих кроків та не злякається змін та впровадження непопулярних на перший погляд заходів. Створення в Україні транспорту майбутнього вимагатиме заміни моделі його фінансування, коли збитки

комунальних підприємств транспорту покриваються різними видами дотацій із місцевих (рідше – державного) бюджетів. Комунальним транспортним підприємствам не вистачає, з одного боку, механізмів дотримання раніше розроблених та невтільених в життя договорів про транспортну роботу, а, з іншого, самостійності в прийнятті рішень зокрема з підвищення власної підприємницької активності.

Отже, для створення сталих механізмів фінансування громадського транспорту необхідно, щоб замовник (міські ради) сплачував виконавцю (комунальним або приватним підприємствам громадського транспорту) кошти за виконану транспорту роботу – кількість виконаних вагоно- (тролейбусо)-кілометрів за певний період часу, або простішими словами – за перевезення певної кількості пасажирів за певним маршрутом, певним рухомим складом на визначену кількість кілометрів. Це змусить міську владу кожного міста, де є громадський транспорт, оптимізувати мережу громадського транспорту, налагодити його рух строго за розкладом, прибрати дублюючи маршрути, навести лад з оплатою за користування громадським транспортом.

Щодо заміни застарілих та знищених агресором транспортних одиниць на нові, що використовують в якості рушійної сили електроенергію, потрібно закуповувати переважно електробуси, тролейбуси з автономним ходом та нові економічні з точки зору використання електроенергії трамваї та не забувати про розвиток інфраструктури до них.

З цієї тенденції впливає інша – повсюдна доступність громадського транспорту. Треба розвивати не тільки прибуткові маршрути, а й маршрути, що з'єднують найвіддаленіші куточки проживання громадян з популярними містами тяжіння населення. Ось тут в пригоді стають засоби мікромобільності та сервіс маршрутів на замовлення (про специфіку їх використання докладно описано в попередніх наших роботах).

Як відомо, увесь світ рухається у напрямку розвитку засобів пересування. І один із аспектів – поступовий (але прискорений) перехід від володіння автомобілем до користування громадським транспортом. Розвиток доступного та зручного громадського транспорту це, перш за все, зниження власних витрат на транспортування, зменшення заторів на автошляхах та скорочення рівня викидів в міське повітря.

Є ще кілька світових трендів, що позитивно впливають на розвиток громадського транспорту. Це і якість дорожнього покриття, і відстеження пасажиропотоків, і відокремленні лінії для громадського транспорту, і раціональне розташування зупинок, і прибирання автошляхів, зокрема в зимовий період, але не тільки, і системи безбаластної будови трамвайних колій тощо.

Українському громадському транспорту потрібні зміни на законодавчому та інституціональному рівнях, заміна підходів до транспортного планування та управління транспортом. Україні загалом потрібна реформа громадського транспорту, особливо зараз, з новими викликами, що принесла війна. Україні потрібно створити чітку дорожню карту розвитку галузі, щоб бути не лише споживачами чужого контенту, але й ініціаторами інноваційних рішень, адже у

нас є потужний сектор ІТ, що може надати (і надає) нашій країні конкурентні переваги.

МЕТОДИЧНИЙ ПІДХІД ДО ОЦІНКИ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ЗАЛІЗНИЧНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

Г. В. ЗАПОРОЖЕЦЬ, к.е.н., доц.

Є. С. КРАСНОКУТСЬКИЙ, аспірант

Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова

За останні роки сфера послуг завоювала стійкі позиції у світовій економіці. У багатьох країнах зростає обсяг і частка послуг у ВВП, збільшується чисельність працівників, розвивається міжнародна торгівля послугами. Вплив цих змін настільки великий, що сучасну економіку сьогодні називають сервісною або сервісною економікою. Незважаючи на те, що значення сфери послуг у світовій економіці та тенденції до її зростання стали очевидними лише в останні роки минулого століття, це було передбачено експертами раніше. В Україні, яка стрімко інтегрується у світову економіку, особлива увага приділяється розвитку транспортної інфраструктури [1].

Для сучасного суспільства характерна персоналізація споживчого попиту. Попит на різноманітні послуги визначає тенденцію до розширення асортименту послуг. Тенденція до збільшення частки доходів від послуг у ВВП була виявлена в окремих країнах у 60-70-х роках ХХ ст. Рівень розвитку сфери послуг в окремих країнах сильно відрізняється. За цим показником (частка ВВП) та диференціацією темпів зростання за останні 30 років усі країни можна поділити на п'ять груп (табл. 1).

Таблиця 1 - Групування країн за часткою послуг у ВВП (у %) (розроблено автором)

№	Частка послуг у ВВП країни, %	Країни
1.	Вища – 75 %	Країни з перевагою в економічній структурі - Сполучені Штати Америки, Данія, Німеччина, Бельгія, Франція, Нідерланди, Люксембург, Велика Британія, Кіпр, Мальта, Монако, Австралія, Канада та ін.
2.	Вища – 70 %	Країни, де розвиток сфери послуг вважається основним напрямом економічного розвитку - Австрія, Фінляндія, Італія, Іспанія, Норвегія, Швеція та ін.
3.	Вища – 60 %	Країни з економічною структурою переваги в туризмі – Греція, Йорданія, Ямайка, Коста-Ріка, Колумбія, Марокко, Чилі, Туніс та ін.
4.	Нижня – 50 %	Країни із зростанням цього показника – Мексика, Іран, Бурунді, Гана, Ботсвана, Малі та ін.
5.	Нижній – 20 %	Країни з низьким рівнем за цим показником – Ангола, Замбія, Непал, Болівія та ін

Характеристика ринку транспортних послуг відображена в проведенні маркетингових досліджень у сфері пасажирських і вантажних перевезень. Маркетинг пасажирських перевезень – це система управління, спрямована на повне та ефективно задоволення транспортних потреб населення [1].

Важливість транспортної системи вимагає реалізації цільової програми розвитку економіки, тобто виконання комплексної цільової програми, спрямованої на розвиток різних видів транспорту. Ця цільова програма розвитку транспортної системи представляє існуючі проблеми, описані нижче:

- функціонування та розвиток транспортної інфраструктури;
- покращення обслуговування пасажирського та вантажного транспорту;
- задоволення потреб народного господарства у перевезеннях вантажів;
- усунення існуючих проблем у міжнародних транспортних сполученнях та транспортних коридорах;
- забезпечення безпеки руху в транспортній інфраструктурі та екологічні проблеми [1-2].

При дослідженні діяльності залізничного транспорту та реалізації програм його розвитку необхідно чітко визначити завдання, які вирішуються, тобто визначити їх з урахуванням особливостей залізничної мережі. До них належать:

- підвищення якості обслуговування та підвищення ефективності транспортного обслуговування регіонів, населення та організацій, залучення додаткових обсягів пасажирських і вантажних перевезень;
- скоротити експлуатаційні витрати, підвищити продуктивність праці та фондівіддачу без зниження якості транспортного обслуговування населення та організацій, створити основу для зниження тарифів на вантажні перевезення.

Реформування будь-якої галузі – це головний виклик сьогодення. Ще складніше, коли у відповідній галузі працюють тисячі людей, які обслуговують мільйони користувачів. Очевидно, що українська залізнична система гостро потребує масштабних реформ. Для забезпечення мінімізації потенційних політичних перешкод та подальшої інтеграції економіки України та ЄС, найкращим рішенням є впровадження «європейського» методу реформування.

Список використаних джерел:

1. Задоя В. О. Щодо питання оцінки ефективності діяльності залізничного транспорту. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2015. № 51. С. 99–104.
2. Запорожець Г. В., Краснокутський Є. С. Теоретико-методичні аспекти управління якістю послуг підприємств залізничного транспорту. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»*. Серія «Економіка»: науковий журнал. Острог: Вид-во НаУОА, грудень 2021. № 23(51). С. 29–34. [https://ecj.oa.edu.ua/assets/files/NZ_ek_Vyp_7\(35\).pdf](https://ecj.oa.edu.ua/assets/files/NZ_ek_Vyp_7(35).pdf)
3. Федонін О. С., Репіна І. М., Олексюк О. І. Потенціал підприємства: формування та оцінка: навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц. Київ: КНЕУ, 2005. 261 с.

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ БУДІВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

О. Р. КРИВИЦЬКА, д-р екон. наук, проф.

О. О. НІКОЛАЙЧУК, аспірант

Національний університет «Острозька академія»

У результаті масштабних воєнних дій і руйнування цивільної інфраструктури міст нашої країни стали очевидними основні недоліки системи управління будівельною галузі та відсутність ефективних організаційно-економічних інструментів для управління будівельними підприємствами. Таким чином, вирішення питання створення ефективного організаційно-економічного механізму управління будівельними підприємствами є надзвичайно важливим на сучасному етапі відновлення національного господарства України.

У результаті структурної перебудови економіки України будівельна галузь перетворилася на комплекс інвестицій. Вплив основних економічних факторів зовнішнього середовища на діяльність підприємств за останні кілька років посилюється. Характеризуючи складний зв'язок двох економічних категорій - «розвиток» і «система управління», теоретичні основи формування підходів до управління розвитком підприємства стали особливо важливими. Це показує, що системний підхід як метод провадження системного дослідження відіграє важливу роль у обґрунтуванні методологічних положень концепції управління розвитком підприємства.

Розвиток підприємства визначають як незворотну, спрямовану і закономірну зміну системи на підставі реалізації властивих їй механізмів самоорганізації. Розвиток системи означає її здатність до перетворення (трансформації) при збереженні відносної стійкості і протидії змінам. Рушійною основою розвитку підприємства є його потенціал як сукупність властивостей досліджуваного об'єкта, що створюють можливість виконання відповідної роботи [1].

Проблема прийняття управлінських рішень полягає в тому, що неможливо передбачити всі можливі події в майбутньому. Це пов'язано з тим, що багато компаній не можуть адаптуватися до нових умов ринку. Отже, сьогодні дуже гостро виникла проблема створення дієвої системи управління, здатної вирішити питання організаційного та економічного плану.

Багато проблем, пов'язаних із підприємствами будівельного комплексу, повинні бути вирішені на регіональному рівні. Підвищення якості будівельної продукції, впровадження інноваційних будівельних технологій, покращення якості будівельної продукції, вдосконалення управління, розширення горизонту планування та більш точний облік вимог ринку, розширення можливостей фінансування будівництва державними та регіональними органами влади та розвиток кластерних утворень, що є на сьогодні найбільш пріоритетними напрямками [2].

Наразі головним ресурсом розвитку будівельного підприємства є інтелектуальний капітал, креативний потенціал персоналу, унікальні знання

організації та інновації на всіх стадіях реалізації проєктів у сфері будівництва, а не статичні, природні та соціально сприятливі фактори.

Будівельні компанії завжди можуть отримати конкурентні переваги за рахунок розумного співвідношення якості продукції та її ціни, ефективного використання всіх видів ресурсів, підвищення рівня гарантій і надійності зобов'язень забудовників. Нарешті, за допомогою сучасних систем управління клієнти та стейкхолдери отримають бажаний результат.

Список використаних джерел:

1. Основи стійкого розвитку : навч. посіб. / за ред. Л. Г. Мельника. – Суми: ВТД Університетська книга, 2005. – 654 с.

2. Медвідь В. Ю. Комплексний механізм управління інноваційним потенціалом будівельного комплексу Харківського регіону / В. Ю. Медвідь, О. В. Якименко // Управління розвитком. - 2016. - № 4. - С. 65–71.

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ЖИТТЄЗАБЕЗПЕЧУЮЧОЇ ФУНКЦІЇ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ В УКРАЇНІ ТА ПРОБЛЕМИ ЇЇ РЕАЛІЗАЦІЇ В УКРАЇНІ

О. Є. ГАПОНЕНКО, к.е.н., доц.

О. А. КИЗЛЮК, PhD студент

Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»

Організація забезпечення життєдіяльності включає [1] багато сфер, а саме: «захист та надання допомоги при виникненні надзвичайних ситуацій, катастроф, стихійних лих в багатьох напрямках (різного роду рятувальні роботи, знезараження, комунально-побутове обслуговування, житлове забезпечення, працевлаштування, забезпечення питною водою, продовольчими товарами та предметами першої необхідності)». Це особливо актуально в сучасних реаліях нашої країни, коли багато територій знаходяться/лись в дуже небезпечних умовах воєнного стану, пов'язаних із загрозою життю і здоров'ю населення.

Застосування основних характеристик товарів/послуг першої необхідності використано для формування їх відповідних критеріїв (рис. 1).

Основними проблемами розвитку роздрібною торгівлі, що впливають на якість життя населення як в цілому в країні, так і в її регіонах розглядалися [6]:

диспропорції в розміщенні об'єктів роздрібною торгівлі на території країни, особливо в розрізі місто-село;

недостатнє застосування прогресивних методів обслуговування, що, в першу чергу, є помітним у невеликих об'єктах торгівлі;

велика частка нестационарних об'єктів, які здійснюють торгівлю в не облаштованих для цього місцях, з порушенням основних гігієнічних правил торгівлі; неефективне використання наявних ресурсів та майна, що ускладнюється зменшенням товарного асортименту, й навіть відсутністю значної частини необхідних товарів;

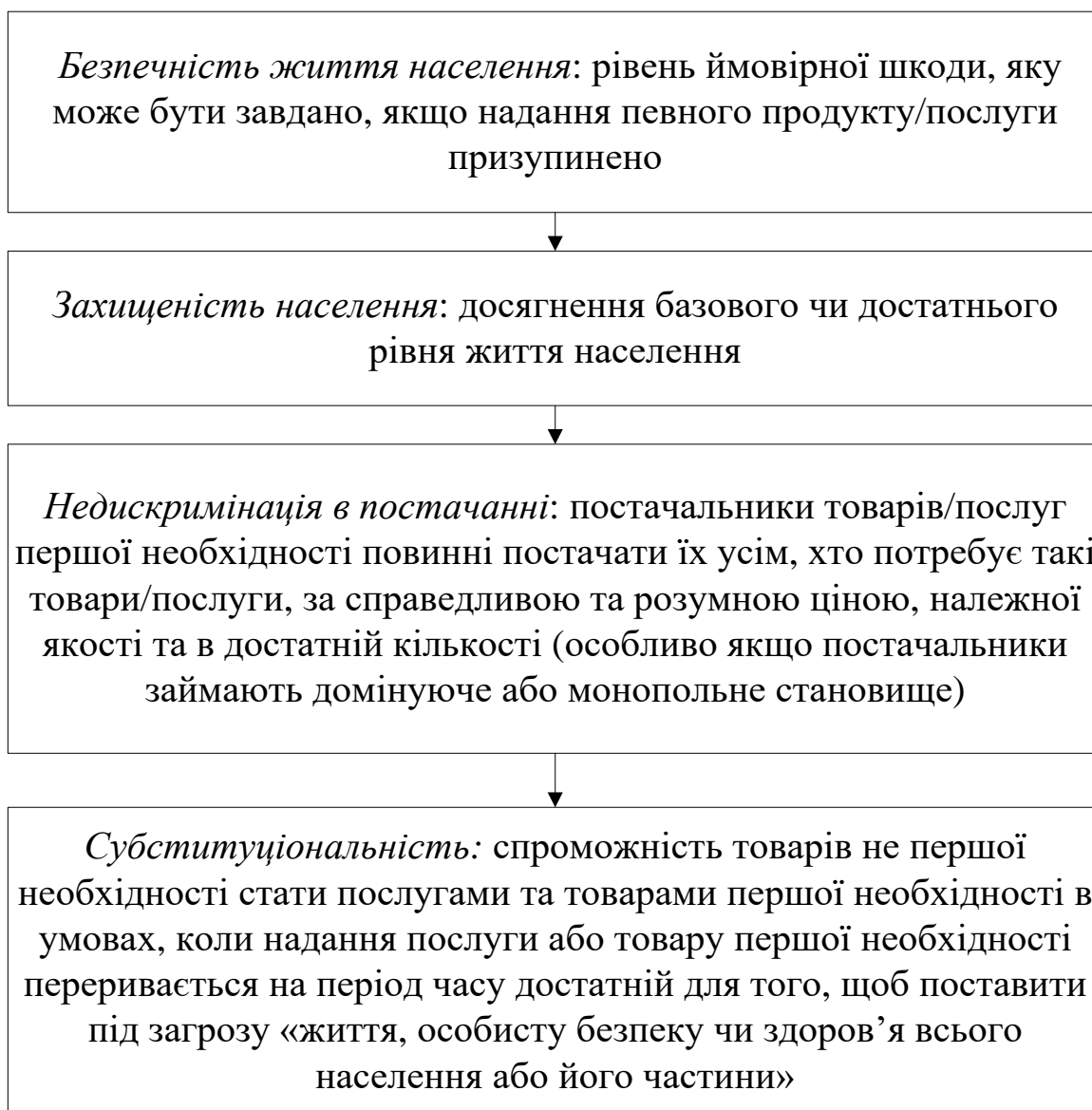


Рисунок 1 – Критерії предметів першої необхідності та продуктів харчування

Критерії сформовано автором на основі [2–5]

незадовільні техніко-технологічні характеристики сфери;
 недостатній рівень забезпеченості площами сучасного формату;
 відсутність ефективних механізмів захисту прав громадян, низька поінформованість населення щодо своїх прав та обов'язків тощо.

Після лютого 2022 року виникли також інші, більш серйозні виклики, з якими стикнулися вітчизняні підприємці в процесі реалізації своїх основних функцій [8]:

закритий доступ до складів, частина з яких була взагалі знищена;
 неможливість налагодити логістику через обстріли;
 недостатня кількість торговельного персоналу через виїзд або небезпечну ситуацію;
 скорочення попиту.

Проте, ситуація показує, що український ритейл адаптувався до реалій і виконує свої функції в максимально можливому обсязі.

Список використаних джерел:

1. Організація забезпечення життєдіяльності (Заголовок з екрану): https://uk.wikipedia.org/wiki/Забезпечення_життєдіяльності_населення
2. Відповідальна поведінка бізнесу в часи війни в Україні дослідження контексту https://www.undp.org/sites/g/files/zskgke326/files/2023-10/undp-ua-zvit_vidpovidalna_povedinka_biznesu_v_chasy_viyny_v_ukraini_ukr.pdf
3. Van de Walle When is a Service an Essential Public Service? // *Annals of Public and Cooperative Economics*. –2009. – 80(4). – p. 522.
4. Hans De Bruijn, Willemijn Dicke Strategies for Safeguarding Public Values in Liberalized Utility Sectors // *Public Administration*. 2006. – 2 84. – p. 717–35.
5. Taggart M. The Province of Administrative Law Determined? M. Taggart (ed.). – Hart Publishing, 1997. – p. 541–542.
6. Шпильова Ю.Б., Царук І.М. Роздрібна торгівля України: сучасний стан та перспективи розвитку // *ВІСНИК ЖДТУ*. – 2014. – № 2 (68). https://library.ztu.edu.ua/e-copies/VISNUK/68_2/227.pdf
8. Пашкуда Т.В., Афенді А.І. Напрями розвитку торгівлі в Україні в умовах воєнного стану// *Економіка та суспільство*. – 2022. – № 43. <file:///D:/1759-Текст%20статті-1692-1-10-20221107.pdf>

ТРАНСПОРТНІ ІНВЕСТПРОЄКТИ ХАРКОВА В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

Д. С. ЗАХАРОВ, к.т.н., докторант

Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова

Розвиток економіки будь-якої країни базується на реалізації низки інвестиційних проєктів, які є рушійною силою процесів розширеного відтворення виробничих та інших потужностей, що створюють нові основні засоби (і не тільки), нові робочі місця, новий виробничий, соціальний та споживчий потенціал. Під терміном «інвестиційний проєкт» ми розуміємо діяльність з утворення, зміни або заміни технічної, економічної, соціальної складової будь-якої економічної системи, розробку нової структури управління, тематики науково-дослідних робіт. Отже, базуючись на визначенні цього терміну, інвестиційні проєкти є дієвим фактором розвитку економіки держави. Найчастіше інвестиційні проєкти є об'єктами реального інвестування, які представлені у вигляді інвестицій, тобто капітальних вкладень у майновій, фінансовій, чи матеріальній формі.

Харківська міська рада, що є замовником більшості інвестиційних проєктів, що реалізуються в місті, стверджує, що жодний з інвестиційних проєктів, які реалізуються або планують реалізувати в місті, не поставлений на паузу. Воєнний стан не став перешкодою для більшості вітчизняних та зарубіжних інвесторів.

Знаковими інвестпроєктами для Харкова є, по-перше, подальше будівництво метрополітену. На тендер буде виставлено будівництво двох нових

станцій. Як стверджують відповідні служби, вже подані заявки від потенціальних учасників торгів, що бажають сьогодні будувати метро.

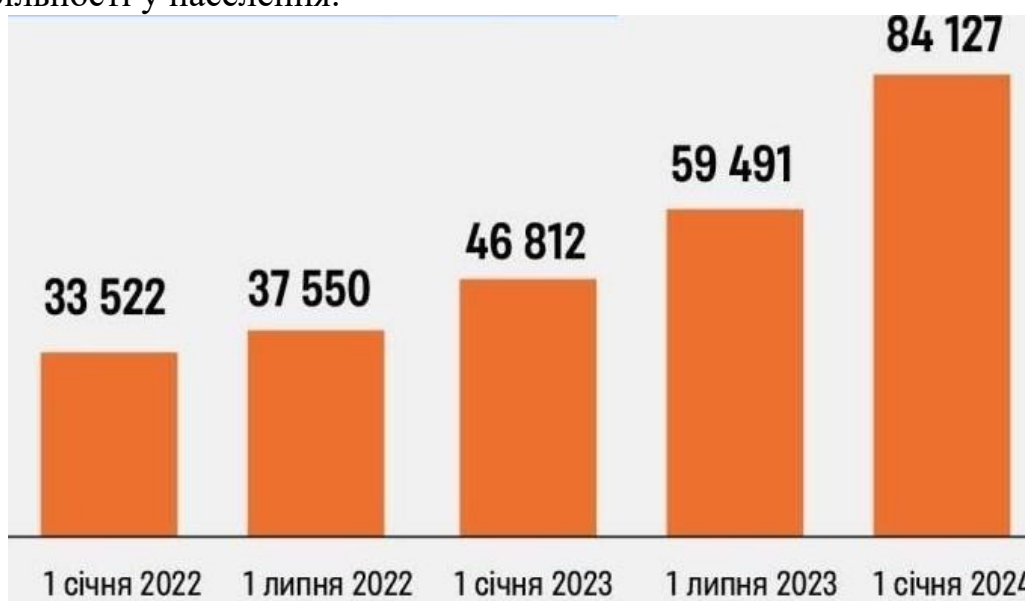
Другий інвестпроект передбачає будівництво підземного депо для рухомого складу метрополітену. Цей інвестпроект зазнав змін, зважаючи на воєнний стан та безперервні бомбардування міста. Спочатку в планах було будівництво нового метродепо на поверхні, але воєнний стан вніс свої корективи: була змінена проектно-кошторисна документація відповідно до вимог будівництва підземного депо, яке крім основної функції буде слугуватиме укриттям.

Ще два інвестпроекти, що нині реалізуються в Харкові, – закупівля рухомого складу: один – для метрополітену, інший – закупівля електробусів для наземного міського громадського транспорту, та виділений в окремий інвестпроект – розширення мережі зарядних станцій для них.

Крім цього, є багато інвестпроектів по відбудові зруйнованого або частково зруйнованого житла, по відбудові інфраструктури міста. Це спільні інвестпроекти з міжнародними партнерами.

Зупинимось більш докладно на інвестпроекті із розбудови мережі зарядних станцій для електротранспорту – громадського та приватного. Комунальні транспортні підприємства міста вже мають на балансі та поступово продовжують отримувати новітні види електротранспорту – електробуси (автобуси з електродвигунами) та тролейбуси з автономним ходом (тобто такі, що частину шляху проїжджають за рахунок отримання електроенергії з акумуляторних батарей при відключенні від контактної мережі). Реалізація цього інвестпроекту має на меті, крім іншого, підвищення підприємницького потенціалу комунальних підприємств, коли підприємства мають змогу на комерційній основі надавати послуги з електропідзарядки власникам приватних електрокарів та приватних засобів мікромобільності.

За офіційними даними кількість електрокарів в Україні за останні два роки зросла у 2,5 рази (рис. 1). Не менш стрімкими темпами зростає й кількість засобів міромобільності у населення.



Риснок 1 – Динаміка кількості зареєстрованих в Україні автомобілів з електродвигунами, шт. (2022-2023 роки)

Зростає й число зарядних станцій для них. Так, на кінець 2023 року кількість зарядних станцій стандартної та високої потужності в українських містах налічувала 2719 одиниць, крім того, пунктів високої потужності ще 533 одиниці (працюючих та непрацюючих). Це вкрай недостатня кількість. Тому беззаперечно треба розвивати мережу зарядних станцій для населення, і комунальні транспортні підприємства повинні цьому посприяти, задіявши свій потенціал після реалізації вищезгаданого інвестиційного проєкту.

ОЦІНКА СТАНУ ЕКОНОМІКИ НА КІНЕЦЬ ВОЄННОГО 2023 РОКУ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЇЇ РОЗВИТКУ

О. Ю. ПАЛАНТ, д.е.н., доц.

Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова

Національний банк України оприлюднив оцінки стану економіки нашої держави за минулий воєнний 2023 рік. За його оцінками, українська економіка показала деяку стабільність в порівнянні з 2022 роком. Так, інфляційні показники спадають: до 5,1 % у листопаді та 5,0 % у грудні проти більше, ніж 20 %-них показників інфляції протягом 2022 року, коли економіка країни зазнала шок через повномасштабне вторгнення агресора, масовий відтік працездатного населення, параліч цілих галузей економіки, та продовжує триматися на спокійному рівні на початок поточного року. Важливі для населення сектори економіки, такі як харчова промисловість, будівництво, транспорт та машинобудування, виявили позитивні тенденції, прискорюючи відновлення економічної активності в країні. Так, наприклад, Укрзалізниця закінчила рік з прибутком більш, ніж в 7 млрд. гривень, а будівництво зруйнованого житла ведеться повсюдне, де є потреба.

Ринок праці також демонструє певні покращення, що позитивно впливає на величину заробітної плати працівників. Мінімальна заробітна плата в 2024 році буде зростати двічі: з 1 січня та з 1 квітня. На що це вплине? З 1 січня розмір Єдиного соціального внеску (22 %) зросте до 1562 гривень, розмір мінімальної пенсії за віком становитиме 2 840 гривень. Пропорційно зростуть зарплати бюджетників. Зміняться ліміти для ФОП різних груп оподаткування: річний дохід для платників першої групи (167 мінімальних зарплат) буде на рівні 1,185 млн. грн., для платників другої групи (834 мінімальні зарплати) – 5,921 млн. грн., для платників третьої групи (1167 мінімальних зарплат) – 8,285 млн. грн. При перевищенні цих лімітів ФОП автоматично переводиться на іншу групу або на загальну систему оподаткування. ФОП першої групи сплачуватимуть єдиний податок у розмірі 10 % від прожиткового мінімуму для працездатних (з 1 січня – 302,8 грн.), другої групи – 20 % від мінімальної зарплати (1420 грн.), для ФОП третьої групи ставки не зміняться: 5 % – для неплатників ПДВ та 3 % – для платників ПДВ. ФОП також будуть сплачувати ЄСВ у розмірі 22 % від мінімальної зарплати (з 1 січня 2024 року розмір ЄСВ зросте до 1562 грн., а з 1 квітня – до 1760 грн.).

У сфері торгівлі протягом 2023 року зменшувався негативний баланс між експортом та імпортом товарів, перш за все через стабілізацію торгівлі зерновими культурами та рослинними оліями та збільшення експорту металів (в основному в напівфабрикатах та менше – у виробках). Це не дуже гарна тенденція, бо Україна експортує в основному сировину. Минулого року в Україну імпортували товарів на 63,5 млрд. доларів, а експортували на 36 млрд. доларів. Серед головних імпортерів України – Китай, Польща та Німеччина. Експортували в основному до Польщі, Румунії та Китаю. Загальний товарообіг України в 2023 році був на рівні 99,45 млрд. доларів, тобто на такому ж рівні як і в 2022 році.

Золотовалютні резерви України зростали протягом 2023 року. Станом на 31 грудня 2023 року офіційні резервні активи становили 40,5 млрд. доларів проти 2805 млрд. доларів станом на 31.12.2022 року. Впродовж 2023 року Національний банк України накопичив рекордно високі резерви, їх пік прийшовся на серпень, коли позначка сягнула майже 71 млрд. доларів.

Але треба розуміти, що є достатньо великий дефіцит бюджету. Другий річний воєнний бюджет України має ще більше видатків, ніж бюджет першого року, та ще значніший дефіцит. Так, доходи за 2023 рік сягнули 1,77 трлн. гривень, видатки – 3,35 трлн. гривень, дефіцит бюджету склав 1,57 трлн. гривень проти 0,915 трлн. гривень у 2022 році.

План надходжень до держбюджету України за підсумками 2023 року перевиконано на 4,9 млрд. грн. За даними Міністерства економіки це стало можливим завдяки перевиконанню планів по сплаті податків великими українськими експортерами. На рис 1. наведено інфографіку зміни цін (інфляційні процеси) в деяких сферах життя українського населення.

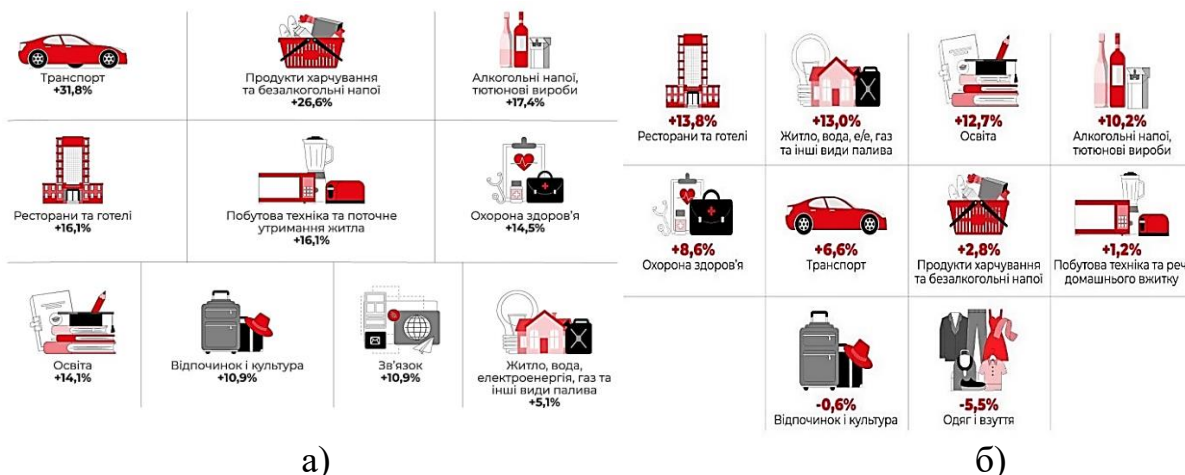


Рисунок 1 – Зміни цін у 2022 році в порівнянні з 2021 роком (а), та у 2023 році в порівнянні за 2022 роком (б)

Як бачимо, інфляційні процеси дещо сповільнились у 2023 році в порівнянні з 2022 роком. Сподіватимемося, що негативна тенденція зламана.

Національний банк України забезпечує стабільність й на валютному ринку. НБУ за тиждень, коли ми працювали над цими тезисами, зменшив продаж валюти до 789,3 млн. доларів в порівнянні з 891,8 млн. доларів за останній

тиждень 2022 року. Це говорить про спад панічних настроїв українців стосовно своїх власних накопичень та про стабілізацію курсу, а отже про скорочення доларових вливань в економіку. Експерти прогнозують, що курс долара на початку 2024 року може знаходитися у межах 37,90-38,40 грн. Але поведінка валюти буде залежати від інтервенцій НБУ. Якщо НБУ на початку січня збереже обсяг валютних інтервенцій на рівні попередніх тижнів, то українська валюта сповільнить чи навіть припинить зниження. Тоді середній курс долара залишиться в такому ж діапазоні, а середній курс євро на рівні 42,10-42,60 грн.

Однак, наприкінці минулого року бізнес погіршив оцінки поточних результатів та перспектив своєї діяльності. Так, індекс очікування ділової активності (ІОДА) у грудні 2023 року знизився до позначки 45,7 проти 49,1 у листопаді того ж року. На ІОДА підприємств негативно вплинули невизначеність із тривалістю бойових дій, ризики неритмічності надходжень та недостатність обсягів міжнародної допомоги, завищені ціни на паливо, звуження інвестиційного простору, послаблення споживчого попиту, брак кваліфікованих кадрів.

У що було вигідно вкладати гроші минулого року, і у що вкладали гроші українці (рис. 2)?

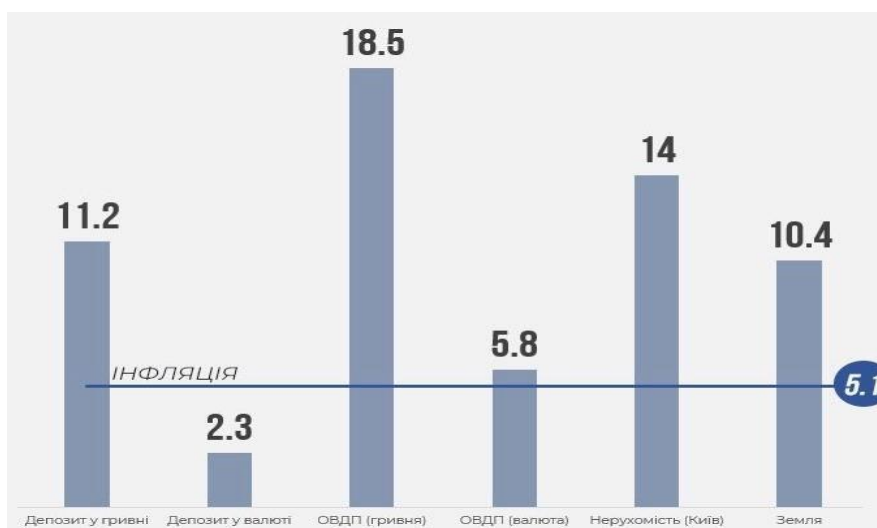


Рисунок 2 – Доходність деяких основних фінансових інструментів в 2023 році для України

Попри те, що у 2023 році Україну та світ продовжувало лихоманити, це не вплинуло на дохідність основних фінансових інструментів. Майже всі вони перевищили рівень інфляції.

Загалом, 2023 рік став для гривні роком стабілізації, яка перевершила усі очікування. Протягом року зменшилися темпи інфляції, депозити у національній валюті принесли реальну дохідність, дохідність принесли річні ОВДП (18,5 % річних), з яких на відміну від депозитів не потрібно сплачувати податки. Перемогою є те, що дохідність держоблігацій в 3,5 рази перевищила рівень інфляції.

Протягом року, про який йдеться, 20 % українського бізнесу безпосередньо зіткнулись із руйнуваннями, 70 % – втратили доходи. Також 70 % бізнесів

зазнали падіння доходів. У середньому дохід підприємств впав вдвічі відносно 2021 року. Меншою мірою постраждав південь країни, де падіння в середньому фіксують на рівні 60 %, для західних областей цей показник становить приблизно 40 %. Як і у випадку з доходами, найбільших руйнувань зазнав схід країни, де приблизно 47 % підприємств зазнали руйнувань, меншою мірою це торкнулось південних областей, де показник становить 29 %.

Світовий Банк перераховує перелік проблем з якими зіткнувся український бізнес, окрім руйнацій внаслідок війни. Це – проблеми з енергопостачанням після російських обстрілів, порушення логістики через бойові дії та блокади на кордонах, падіння попиту через нестачу грошей та внаслідок відтоку населення, дефіцит робочої сили через мобілізацію та виїзд закордон, нестача фінансів та фінансування. Інвестори зі Світового банку вклали в Україні в стартапи лише 170,6 млрд. доларів, що майже на 30 % менше, ніж у 2022 році, третина цієї суми припадає на стартапи, пов'язані зі штучним інтелектом.

Але Україна, попри воєнні дії та всі труднощі та складнощі, що її в зв'язку з цим супроводжують, має впевнено крокувати вперед, зміцнюючи не тільки бойову міць, але й всі ланки економічної спроможності задля Перемоги та подальшого повоєнного сталого розвитку країни.

СУЧАСНИЙ СТАН РОЗВИТКУ АЛЬТЕРНАТИВНОЇ ЕНЕРГЕТИКИ В УКРАЇНІ

О. І. СЛАВУТА, к.е.н., доцент

Ю. А. ДЕМУРДЖАН, *аспірантка*

Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова

Глобальні процеси в сучасному світі, зростання світового промислового виробництва, призводять до значного збільшення споживання енергоресурсів і, як наслідок, - нанесення суттєвої екологічної шкоди світовому довкіллю. В останні роки ця проблема все більше хвилює світову спільноту, оскільки людині для її життя необхідне максимально чисте навколишнє середовище. Тому, в даний момент є підстави вважати екологічні проблеми одними з найважливіших для забезпечення майбутнього сталого розвитку людства, саме ці проблеми несуть найбільшу загрозу для світової спільноти.

За останні п'ять років щорічні показники приросту виробництва сонячної енергії у світі в середньому оцінюють у 60%, вітрової — 27%, етанолу — 20%. Кількість домогосподарств, що використовують сонячну енергію для гарячого водопостачання, перевищила 70 млн. Динаміка настільки інтенсивна, що вже поточного року нетрадиційні і відновлювані джерела енергії, за прогнозами деяких експертів, посядуть у виробництві енергії друге місце у світі після вугілля.

У грудні 2018 р. Європарламент зобов'язав країни ЄС до 2020 р. довести використання нетрадиційних і відновлюваних джерел енергії (НВДЕ) до 20% загального обсягу їхнього енергоринку, а до 2040 р. — до 40%. За останні три

роки більшість країн світу задекларували мету досягти до 2024 року в середньому 15—25% виробництва електроенергії з НВДЕ від свого загального балансу.

Європейці взяли за поставлене завдання надзвичайно серйозно. Вже сьогодні в деяких країнах цей показник перевищив позначку в 20%. Наприклад, у Данії тільки вітроенергетика забезпечує майже чверть усієї енергії в національній мережі, у Фінляндії і Швеції за рахунок біомаси виробляється 20—25% тепла.

Розвиток галузі зміщується в Азію. Так, у 2009 році на Китай припадало 40% світового виробництва сонячних батарей, 30% вітрових турбін і 77% сонячних колекторів для водопостачання. У Латинській Америці активно зростає виробництво біопалива (Аргентина, Бразилія, Колумбія, Еквадор і Перу). Швидко розвивають галузь у багатьох країнах Близького Сходу і Північної Африки[1].

Отже світова спільнота визначилась, що альтернативи розвитку відновлювальної енергетики на сьогодні не існує. Крім того, що розвиток альтернативної енергетики зменшує викиди парникових газів в атмосферу, забезпечує стабільність в енергетичному комплексі за рахунок зменшення споживання традиційних корисних копалин (газу, нафти, вугілля тощо), це ще є й додатковим енергетичним ресурсом держави, належний розвиток якого безперечно призведе до позитивних результатів.

Енергетичні ресурси, які використовуються – це свідомий вибір. Можна вибрати більш традиційні на даний час джерела енергії, або ж екологічно більш чисті: енергію сонця, вітра, води. Кожен з варіантів має суттєві відмінності в матеріально-технічній базі його забезпечення, свої переваги та недоліки.

Україна не залишилась на узбіччі сучасних процесів в енергетиці. Наразі, в нашій країні також з кожним роком набирає обертів процес використання альтернативних видів енергії. І хоча процес розвитку відновлювальних джерел енергії відбувається достатньо повільно, не все в цьому питанні безнадійно.

Вперше на законодавчому рівні в Україні було дано визначення терміну нетрадиційні і поновлювальні джерела енергії в Законі України «Про енергозбереження» від 1 липня 1994 року. Це енергія, яка постійно існує або періодично виникає в навколишньому середовищі в якості потоків енергії сонця, вітру, геотермальної енергії, енергії морів, океанів і біомаси.

У 2003 році було прийнято Закон України «Про альтернативні джерела енергії», яким визначено правові, економічні, екологічні та організаційні засади використання альтернативних джерел енергії та сприяння розширенню їх використання у паливно-енергетичному комплексі. Законом визначено, що альтернативні джерела енергії – це відновлювані джерела енергії, до яких належать енергія сонячна, вітрова, геотермальна, енергія хвиль та припливів, гідроенергія, енергія біомаси, газу з органічних відходів, газу каналізаційно-очисних станцій, біогазів, та вторинні енергетичні ресурси, до яких належать доменний та коксівний газ, газ метан дегазації вугільних родовищ, перетворення скидного енергопотенціалу технологічних процесів. При цьому альтернативна енергетика розглядається як сфера енергетики, що забезпечує

вироблення електричної, теплової та механічної енергії з альтернативних джерел енергії [2]. Тобто, поняття нетрадиційні і відновлювальні джерела тотожні з поняттям альтернативні джерела.

Список використаних джерел:

1. Закон України «Про енергозбереження» від 01 липня 1994 року (№74/94-ВР).

2. Закон України «Про альтернативні джерела енергії» від 20 лютого 2003 року (№ 555IV).

3. Енергетична стратегія України на період до 2030 року, затверджена Розпорядженням Кабінету Міністрів України від 15 березня 2006 року №145-р.

4. Суходоля О.М. Стан і перспективи розвитку відновлюваної енергетики в Україні : аналіт. доп. / О. М. Суходоля, А. Ю. Сменковський, А. І. Шевцов, М. Г. Земляний ; за ред. О. М. Суходолі. – К. : НІСД, 2013. – 104с.

ЗМІСТ

Секція 1

Актуальні проблеми та перспективи розвитку стартапів, підприємництва, торгівлі та біржової діяльності

<i>Подрез-Ряполова І. В. ЩОДО ПЕРСПЕКТИВ РОЗВИТКУ ЕКОСИСТЕМИ СТАРТАПІВ В УКРАЇНІ.....</i>	<i>3</i>
<i>Рибак М. О. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ.....</i>	<i>4</i>
<i>Тараруєв Ю. О. ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ СУБ'ЄКТІВ РИНКОВОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ В УМОВАХ ВІЙНИ</i>	<i>6</i>
<i>Аверкина М. Ф. УНІВЕРСИТЕТ-МІСТО-ПІДПРИЄМНИЦТВО: ВИКЛИКИ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ</i>	<i>8</i>
<i>Пакуліна А. А., Шаповалов М. В. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ВІТЧИЗНЯНОЇ ТОРГІВЛІ У ВОЄННИЙ ЧАС.....</i>	<i>10</i>
<i>Пакуліна А. А., Шевченко А. В. ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ СТАРТАПІВ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ВОЄННОГО ЧАСУ.....</i>	<i>12</i>
<i>Пакуліна А. А., Веденьєва Д. А. МОТИВАЦІЯ ПЕРСОНАЛУ ЯК ВАЖЛИВИЙ ІНСТРУМЕНТ ЕФЕКТИВНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ..</i>	<i>14</i>
<i>Куліш І. М. ЕКОЛОГІЧНА СВІДОМІСТЬ ПІДПРИЄМНИЦТВА.....</i>	<i>16</i>
<i>Любовецька Д. І. ОЦІНЮВАННЯ ТА АНАЛІЗ ІНВЕСТИЦІЙНИХ РИЗИКІВ ЗА ДОПОМОГОЮ МЕТОДІВ ДЕСКРИПТИВНОЇ СТАТИСТИКИ.....</i>	<i>18</i>
<i>Литвин Ю. А. СТРАТЕГІЇ МІНІМІЗАЦІЇ РИЗИКІВ ДЛЯ РІЗНИХ СУБ'ЄКТІВ БІЗНЕСУ.....</i>	<i>21</i>
<i>Несененко П. П., Ляшенко А. В. РОЛЬ ПІДПРИЄМНИЦТВА У РОЗВИТКУ МОЛОДІЖНОГО РИНКУ ПРАЦІ.....</i>	<i>24</i>
<i>Fedotova Y., Ivanov V. THE ROLE AND PROSPECTS OF SMALL BUSINESSES IN THE ECONOMY OF UKRAINE.....</i>	<i>27</i>
<i>Сімонов Д. С. ЕВОЛЮЦІЯ КОНЦЕПЦІЇ СТАЛОГО РОЗВИТКУ.....</i>	<i>29</i>
<i>Клочник О. МОДЕЛЮВАННЯ ВПЛИВУ ОБОРОТУ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ НА ЗАРОБІТНУ ПЛАТУ.....</i>	<i>32</i>
<i>Веньхань ОУ. КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ КОРПОРАТИВНИХ ІНТЕГРАЦІЙНИХ ОБ'ЄДНАНЬ.....</i>	<i>34</i>
<i>Мінлей Ч. ВИЗНАЧЕННЯ БАР'ЄРІВ І ДРАЙВЕРІВ ФОРМУВАННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ СТРАТЕГІЇ РЕАЛІЗАЦІЇ КОРПОРАТИВНИХ ІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ.....</i>	<i>36</i>
<i>Цзусянь Л. ОСОБЛИВОСТІ ПРОВЕДЕННЯ ОЦІНКИ ОРГАНІЗАЦІЇ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ В АКЦІОНЕРНИХ ТОВАРИСТВАХ УКРАЇНИ.....</i>	<i>38</i>
<i>Прасол В. М., Шкурко Ю. АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СТАРТАПІВ.....</i>	<i>41</i>
<i>Костюк О. А. ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА</i>	<i>43</i>

<i>Макарова В. В.</i> ФОРМУВАННЯ ТА ПОСИЛЕННЯ КЛІЄНТООРІЄНТОВАНОСТІ ПЕРСОНАЛУ НА ЗАСАДАХ СОЦІАЛЬНО- ЕТИЧНОГО МАРКЕТИНГУ.....	45
<i>Панченко Р. Р.</i> СТРАТЕГІЧНИЙ РОЗВИТОК ЯК ОСНОВА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВА.....	47
<i>Поливода В. В.</i> РОЛЬ БІЗНЕС-СТРАТЕГІЇ У ФОРМУВАННІ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВА.....	49
<i>Ткаченко А. В.</i> МЕТОДОЛОГІЧНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ АГРАРНОГО БІЗНЕСУ.....	50
<i>Ус Є. А.</i> РОЛЬ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ РОЗПОДІЛУ ДЛЯ СУЧАСНОГО АГРАРНОГО ПІДПРИЄМСТВА.....	52
<i>Можайкіна Н. В., Денісенко Д. О.</i> КОНКУРЕНТНІ ПЕРЕВАГИ ПІДПРИЄМСТВ ЗА СТРАТЕГІЧНИМИ НАПРЯМАМИ ЇХ ФОРМУВАННЯ..	54
<i>Можайкіна Н. В., Міщенко А. Ю.</i> МІЖНАРОДНЕ НАУКОВО-ТЕХНІЧНЕ СПІВРОБІТНИЦТВО.....	56
<i>Kravchenko S. A.</i> PRODUCTION AND CONSUMPTION OF DAIRY PRODUCTS IN UKRAINE IN WARTIME CONDITIONS.....	59
<i>Чуйко М. М., Головін О. А.</i> БАР'ЄРИ ДЛЯ ІННОВАЦІЙ У КОРПОРАТИВНОМУ ПІДПРИЄМНИЦТВІ.....	60
<i>Димченко О. В., Острогляд В. К.</i> ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ СИСТЕМИ КАДРОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПІДПРИЄМСТВА.....	62
<i>Сушко Ю. М.</i> РОЗВИТОК РИНКУ ДВЕРЕЙ В УКРАЇНІ. СУЧАСНИЙ АСПЕКТ.....	63
<i>Смачило В. В., Корольов Є. О.</i> ТРАНСФОРМАЦІЯ МОДЕЛЕЙ ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА ПІДПРИЄМНИЦТВА.....	65
<i>Чуйко М. М., Дейнега К. В.</i> ЗАХОДИ ЩОДО ПІДТРИМКИ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ.....	67
<i>Шапран Є. М., Мащенко Р. В.</i> УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКИМИ РИЗИКАМИ В ПРОЦЕСІ РЕАЛІЗАЦІЇ ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЄКТІВ.....	69
<i>Рижкова Г. А.</i> УПРАВЛІННЯ БІЗНЕСОМ ЗА ДОПОМОГОЮ КОМУНІКАЦІЙ.....	70
<i>Орлова В. М.</i> ОСНОВНІ ЕТАПИ ПРОДАЖУ У ТОРГОВЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ.....	72
<i>Смачило В. В., Черних М. І.</i> ЕКОСИСТЕМНИЙ ПІДХІД В ПІДПРИЄМНИЦТВІ.....	74
<i>Безкорса А. Ю., Вінниченко О. В.</i> ВПЛИВ ФАКТОРІВ ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА ТА КОНКУРЕНТНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПІДПРИЄМСТВА ...	76
<i>Степанов М. А., Смачило В. В.</i> ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ.....	80
<i>Бубенко П. Т., Леванов А. О.</i> ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК: ПРОБЛЕМИ ТА НАПРЯМКИ ПРИСКОРЕННЯ.....	82
<i>Бондарчук А. Ю., Грицьков Є. В.</i> ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ ТА ВИМОГИ ДО ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНОЇ ІНФОРМАЦІЇ СТРАХОВИХ КОМПАНІЙ	84

<i>Горбатов К. О., Грицьков Є. В.</i> ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ МАРКЕТИНГУ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ В УМОВАХ КРИЗОВОЇ ЕКОНОМІКИ	87
<i>Фоменко Д. А., Грицьков Є. В.</i> СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ.....	90
<i>Рудаченко О. О., Медведєв Д.</i> ТРАНСПАРЕНТНІСТЬ ЯК ОСНОВНИЙ ФАКТОР ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.....	93
<i>Рудаченко О. О., Палант О. Ю., Рогатін О.</i> ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РОЗВИТКУ МАЛОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ.....	95
<i>Рудаченко О. О., Сазонов І.</i> ЗЕЛЕНА ЕКОНОМІКА ЯК ФАКТОР РОЗВИТКУ ЕНЕРГЕТИКИ У ПІДПРИЄМНИЦЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ.....	96
<i>Стадник Г. В., Островський І. А.</i> СУЧАСНІ ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА.....	98

Секція 2

Розвиток підприємництва: регіональний аспект

<i>Пакуліна А. А., Овередна О. В.</i> РОЗВИТОК МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В РЕГІОНАЛЬНОМУ АСПЕКТІ.....	100
<i>Пакуліна А. А., Солоткіна О. М.</i> РОЛЬ РОЗВИТКУ РЕГІОНАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА.....	102
<i>Прасол В. М., Гримашевич Є. М., Халіна Т. В.</i> ІНДИКАТИВНЕ ПЛАНУВАННЯ ЯК ЕЛЕМЕНТ СТРАТЕГІЧНОГО РОЗВИТКУ.....	105
<i>Євсєєва О. О., Пакуліна А. А.</i> ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ МУНІЦИПАЛЬНИХ УТВОРЕНЬ.....	107
<i>Несторенко Т. П.</i> ФОРМУВАННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ НАВИЧОК СТУДЕНТІВ ПЕРЕМІЩЕНИХ УНІВЕРСИТЕТІВ.....	110
<i>Міськів Д. Ю.</i> ЕКОНОМІЧНІ ДЕТЕРМІНАНТИ ВАЛОВОГО РЕГІОНАЛЬНОГО ПРОДУКТУ ОБЛАСТЕЙ УКРАЇНИ.....	112
<i>Кічурчак М. В.</i> РЕГІОНАЛЬНИЙ ВИМІР ПІДПРИЄМНИЦТВА У СЕКТОРІ ІНФОРМАЦІЯ ТА КОМУНІКАЦІЯ В ЕКОНОМІЦІ УКРАЇНИ ДЛЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ	115
<i>Розгон О. В.</i> ЄВРОПЕЙСЬКА МЕРЕЖА ПІДПРИЄМНИЦТВА (ENTERPRISE EUROPE NETWORK) ЯК МЕРЕЖА ПІДТРИМКИ МАЛИХ І СЕРЕДНІХ ПІДПРИЄМСТВ.....	117
<i>Кондратенко Н. О., Пруненко Д. О., Халілзаде Орхан.</i> ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ МЕХАНІЗМУ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ РЕГІОНІВ.....	119

Секція 3

Розвиток фінансово-економічних відносин в сучасному підприємстві

<i>Пакуліна А. А., Овередна О. В.</i> ОСОБЛИВОСТІ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОГО МЕХАНІЗМУ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ.....	122
---	-----

<i>Іванов Ю. Б., Лантєв В. І.</i> ПРОБЛЕМНІ АСПЕКТИ СТИМУЛЮВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙ НА ЕТАПІ ПОВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ УКРАЇНИ.....	124
<i>Чечетова Н. Ф., Тарнавський А. М.</i> ЦИФРОВІЗАЦІЯ РЕГІОНУ – ПІДГРУНТЯ ДЛЯ УСПІШНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА.....	127
<i>Пакуліна А. А., Трухонь К. С.</i> СУЧАСНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ В УКРАЇНІ.....	130
<i>Пакуліна А. А., Шевченко А. В.</i> ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ В УМОВАХ СУЧАСНОГО БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩА.....	132
<i>Кондратенко Н. О., Трембач Р. П.</i> ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЮ БЕЗПЕКОЮ СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.....	134
<i>Дида А.</i> ОЦІНЮВАННЯ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ БАНКУ МЕТОДОМ АНАЛІЗУ ІЄРАРХІЙ.....	136
<i>Кузенко Т. Б., Литовченко О. Ю.</i> ВИКОРИСТАННЯ КОНЦЕПЦІЇ ЗБАЛАНСОВАНОЇ СИСТЕМИ ПОКАЗНИКІВ ЯК ІНСТРУМЕНТУ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ.....	138
<i>Пакуліна А. А., Сергієнко А. А.</i> ВПЛИВ ВІЙНИ НА РОЗВИТОК ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН У СУЧАСНОМУ ПІДПРИЄМНИЦТВІ.....	140
<i>Мамонов К. А., Гой В. В., Коваленко Л. Б.</i> ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ БУДІВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ ЕКОНОМІЧНИХ ПЕРЕТВОРЕНЬ.....	142
<i>Литовченко О. Ю., Кузенко Т. Б.</i> ФІНАНСОВІ АСПЕКТИ ЕКОНОМІЧНОГО ВІДНОВЛЕННЯ ТА СТАЛОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ.....	144

Секція 4

Особливості бізнес-адміністрування на підприємствах (різних форм власності)

<i>Боровик М. В., Школяр С. В.</i> ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ СУЧАСНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ СФЕРИ ПОСЛУГ.....	148
<i>Боровик М. В., Чередниченко К. О.</i> НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	150
<i>Кондратенко Н. О., Полока С. Р.</i> СКЛАДОВІ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ.....	152
<i>Боровик М. В., Воробйов К. В.</i> ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ БУДІВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	153
<i>Кухоцька Т., Гринишин Р., Вуїв Я.</i> МОДЕЛЮВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ МЕТОДОМ ГОЛОВНИХ КОМПОНЕНТ.....	155
<i>Булгакова О. В.</i> РЕАЛІЗАЦІЯ ПРИНЦИПІВ ГЕНДЕРНОЇ РІВНОСТІ В СТРУКТУРІ БРЕНД-ІМІДЖУ СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА.....	157

<i>Дашутіна Л. О., Косенко В. Ю.</i> ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ЗБУТОВОЮ ПОЛІТИКОЮ ТА ЇЇ ЗНАЧЕННЯ ДЛЯ УСПІХУ ПІДПРИЄМСТВА.....	159
<i>Халіна В. Ю., Біланчук І. М.</i> ПЕРСПЕКТИВИ ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ.....	161
<i>Новоселецька А. О.</i> ПЕРСПЕКТИВИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ СТРАХОВИХ КОМПАНІЙ УКРАЇНИ...	162
<i>Бубенко П. Т.</i> КЛАСТЕРИ ЯК ІНСТРУМЕНТАРІЙ ПРИСКОРЕННЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ.....	164
<i>Zongyao MA, Stoyanets N.</i> MANAGEMENT OF THE EFFICIENCY OF THE ORGANIZATION'S EMPLOYEES.....	166
<i>Chongnan Pang, Stoyanets N.</i> RESEARCH ON THE MANAGEMENT OF ENTERPRISE INTERNAL INNOVATION ACTIVITIES.....	169
<i>Obydienova T.</i> LOGISTICS APPROACH IN MODERN MANAGEMENT AS AN INTEGRAL PART OF THE STRATEGIC SUCCESS OF AN ENTERPRISE.....	170
<i>Рудаченко О. О., Герасименко В.</i> УДОСКОНАЛЕННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД НА ОСНОВІ ПРОЦЕСНОГО ПІДХОДУ.....	171
<i>Клиновий Д. В., Петровська І. О.</i> ПРИРОДНО-РЕСУРСНІ АКТИВИ ЯК ІНСТРУМЕНТИ ПРОСТОРОВОГО РОЗВИТКУ ТА ФАКТОРИ ЯКОСТІ ЖИТТЯ.....	173

Секція 5

Діджиталізація : перспективи застосування інформаційних технологій для розвитку бізнесу

<i>Думченко О., Rushchenko M., Kyselhof Ye. Malorosiiantsev D.</i> THE KEY DRIVERS AFFECTING THE FUTURE OF DIGITALIZATION IN THE CONTEXT OF SUSTAINABILITY.....	176
<i>Пакуліна А. А., Рев'юк К. Є.</i> ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ ЯК КЛЮЧОВИЙ ФАКТОР ДЛЯ РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ.....	180
<i>Пакуліна А. А., Овередна О. В.</i> ДІДЖИТАЛ-ТРАНСФОРМАЦІЯ: МЕТА І СКЛАДОВІ ЕЛЕМЕНТИ.....	182
<i>Пакуліна А. А., Трухонь К. С.</i> РОЛЬ ХМАРНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ЗБЕРІГАННІ ТА ОБРОБЦІ ДАНИХ ДЛЯ ПІДПРИЄМСТВ.....	185
<i>Валінкевич Н. В., Чигир А. М.</i> ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ БІЗНЕС- ПРОЦЕСІВ СУБ'ЄКТІВ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА.....	187
<i>Пакуліна А. А., Бутирська А. М.</i> ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ КРИПТОСЕКТОРУ В УКРАЇНІ.....	189
<i>Пакуліна А. А., Шаповалов М. В.</i> ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ: ПЕРСПЕКТИВИ ЗАСТОСУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ДЛЯ РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ.....	192

<i>Пакуліна А. А., Фадєєв І. С.</i> ВОЄННІ ДІЇ ЯК ОСНОВНА ПРИЧИНА ДІДЖИТАЛ-ТРАНСФОРМАЦІЇ УКРАЇНСЬКОЇ ДЕРЖАВИ.....	194
<i>Пакуліна А. А., Кокунєв Б. Є.</i> ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ У СТАРТАПАХ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ.....	197
<i>Дьяков С. Л.</i> ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЗАСТОСУВАННЯ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ ДЛЯ РОЗВИТКУ ЕКОСИСТЕМИ БІЗНЕСУ.....	199
<i>Соловейов О. В.</i> ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ ПРИ ПРИЙНЯТТІ ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ РІШЕНЬ.....	201
<i>Рудаченко О. О., Шевченко Ю. А.</i> ВАЖЛИВІСТЬ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ В БІЗНЕСІ.....	203
<i>Бовш Л. А.</i> ВИКОРИСТАННЯ SMM-ІНСТРУМЕНТІВ ДЛЯ ПРОСУВАННЯ РЕСТОРАННИХ БРЕНДІВ У ВОЄННИЙ ЧАС.....	206
<i>Пакуліна А. А., Бутирська А. М.</i> ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ ТА ЦИФРОВІ ТРАНСФОРМАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ У ВОЄННИЙ ЧАС.....	208
<i>Завражний К. Ю., Кулик А. К., Соколов М. А.</i> ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ ПІДПРИЄМСТВ: РОЛЬ ERP-СИСТЕМ	211
<i>Кондратенко Н. О., Волкова М. В., Браташ М. А.</i> СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЇ УПРАВЛІННЯ ОСВІТНИМИ ПОСЛУГАМИ У ЗВО УКРАЇНИ.....	213
<i>Несененко П. П., Лупу А. Р.</i> ШЕРИНГОВА ЕКОНОМІКА - МАЙБУТНЄ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ В ПІДПРИЄМНИЦТВІ.....	215
<i>Морозова О. О.</i> КІЛЬКІСНЕ ОЦІНЮВАННЯ ЗАЛЕЖНОСТІ МІЖ ВАЛОВИМ ВНУТРІШНІМ ПРОДУКТОМ ТА СПОЖИВЧИМИ ВИДАТКАМИ	218
<i>Іпполітова І. Я.</i> ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ ІНСТРУМЕНТ РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ.....	220
<i>Будяков Г. В.</i> ІТ-АУТСОРСИНГ У ВОЄННИЙ ЧАС.....	223
<i>Прасол В. М., Шкурко А. Ю.</i> РОЗВИТОК ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УМОВАХ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ.....	225
<i>Макшишко Д. К., Боровик Т. М.</i> РОЛЬ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ ЯК КОМУНІКАТИВНОГО КАНАЛУ.....	227
<i>Огінок С. В., Кохана С. І.</i> ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ: ПЕРСПЕКТИВИ ЗАСТОСУВАННЯ СУЧАСНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ДЛЯ РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ.....	231
<i>Огінок С. В., Королькова П. А., Пач Я. М.</i> ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ БІЗНЕСУ: ПЕРЕВАГИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ.....	233
<i>Носенко А. І.</i> МОЖЛИВОСТІ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ БІЗНЕС СЕРЕДОВИЩА.....	235
<i>Vulanova N., Vulanov D., Tarasenko A.</i> USING BIM TOGETHER WITH ARTIFICIAL INTELLIGENCE TECHNOLOGY.....	238
<i>Дем'яненко Т. І.</i> ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВ: ДОСВІД УКРАЇНИ.....	240
<i>Огінок С. В., Гунька В.</i> ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ У ВПРОВАДЖЕННІ ЦИФРОВІЗАЦІЇ В ІНТЕРНЕТ-ТОРГІВЛЮ.....	242
<i>Романовська А., Величко В. В.</i> СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО ЯК ФАКТОР РЕГІОНАЛЬНОГО РОЗВИТКУ	244

<i>Шаповалова О. В.</i> ЦИФРОВІ ПРАВА СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ СПРЯМОВАНОСТІ У ПРОФЕСІЙНІЙ АДАПТАЦІЇ ВЕТЕРАНІВ ВІЙНИ...	246
<i>Рудаченко О. О., Акімов О.</i> ЦИФРОВІЗАЦІЯ ЯК КЛЮЧОВИЙ ДРАЙВЕР РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.....	249
<i>Пакуліна А. А., Кокунєв Б. Є.</i> ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ДЛЯ ВІДДІЛУ МАРКЕТИНГУ: ЯК ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ ЗМІНЮЄ СТРАТЕГІЇ ПРОСУВАННЯ.....	250
<i>Пакуліна А. А., Фадєєв І. С.</i> ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ ПІДПРИЄМСТВ: ВПРОВАДЖЕННЯ В ЇХ ДІЯЛЬНІСТЬ ТЕХНОЛОГІЇ БЛОКЧЕЙН.....	252

Секція 6

Проблеми та виклики для бізнесу в умовах воєнного стану

<i>Пакуліна А. А., Рев'юк К. Є.</i> СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ	256
<i>Пакуліна А. А., Овередна О. В.</i> ГОЛОВНІ ВИКЛИКИ ДЛЯ УКРАЇНСЬКОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ.....	258
<i>Барабась Д. О.</i> ПРОБЛЕМИ УКРАЇНСЬКОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ ТА ШЛЯХИ ЇХ РОЗВ'ЯЗАННЯ.....	260
<i>Пакуліна А. А., Трухонь К. С.</i> РОЗВИТОК ВІТЧИЗНЯНОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ВОЄННОГО ЧАСУ	263
<i>Сидоренко Т. М.</i> ІННОВАЦІЙНІ ТРЕНДИ В СФЕРІ ГОСТИННОСТІ.....	266
<i>Оболенцева Л. В.</i> ІНКЛЮЗИВНИЙ ТУРИЗМ ЯК ІНСТРУМЕНТ АДАПТАЦІЇ ОСІБ З ОСОБЛИВИМИ ПОТРЕБАМИ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНИХ ВИКЛИКІВ.....	268
<i>Кільдей А. Д., Сотник І. М.</i> СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО В УМОВАХ СУЧАСНИХ ВИКЛИКІВ УКРАЇНИ.....	271
<i>Ковальчук В. М.</i> ДО ПИТАННЯ ЩОДО ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ УПРАВЛІННЯ КОМУНІКАЦІЯМИ У ЗВО.....	273
<i>Пакуліна А. А., Шевченко А. В.</i> , КЛЮЧОВІ ВИКЛИКИ ДЛЯ БІЗНЕСУ ПІД ЧАС ВІЙНИ В УКРАЇНИ.....	275
<i>Димченко О. В., Щубко А. С.</i> ЗНИЖЕННЯ ПЛАТОСПРОМОЖНОСТІ НАСЕЛЕННЯ, ЯК ОДИН З НАЙБІЛЬШИХ ВИКЛИКІВ ДЛЯ БІЗНЕСУ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ.....	277
<i>Пакуліна А. А., Бутирська А. М.</i> ПРОБЛЕМИ БІЗНЕС-СТРУКТУР ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД УКРАЇНИ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ.....	280
<i>Slobodianik A. A.</i> INCLUSIVE SOCIETY AS AN INTEGRAL PART OF WORLD-FAMOUS BRANDS.....	283
<i>Пакуліна А. А., Бутирська А. М.</i> БІЗНЕС: ПРОБЛЕМИ ТА ШЛЯХИ ЇХ ВИРІШЕННЯ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ.....	286
<i>Новікова М. М., Швед А. Б.</i> ВИКОРИСТАННЯ СУЧАСНИХ ТЕХНОЛОГІЙ HR-МЕНЕДЖМЕНТУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ...	288
<i>Bozhydai I., Ushkalov A.</i> INTEGRATION OF RISK-ORIENTED APPROACH IN THE ACTIVITIES OF SCIENTIFIC LABORATORIES.....	290

<i>Боровик М. В., Зайченко С. В.</i> СКЛАДОВІ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ МИТНОЮ СЛУЖБОЮ УКРАЇНИ.....	292
<i>Боровик М. В., Волошан М. О.</i> ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНОЮ БЕЗПЕКОЮ БУДІВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	294
<i>Крамський С. О.</i> СТРАТЕГІЇ ДО ФОРМУВАННЯ ФРАХТУВАННЯ ФЛОТУ В УМОВАХ ТУРБУЛЕНТНОГО БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩА.....	295
<i>Турчіна С. Г., Азаров В. В.</i> РОЛЬ СТРАТЕГІЇ УПРАВЛІННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИМ КАПІТАЛОМ НА ПІДПРИЄМСТВІ	298
<i>Прасол В. М., Гончарова О. О.</i> ДІЛОВІ ПЕРЕГОВОРИ ЯК ЗАСІБ РОЗВ'ЯЗАННЯ ПРОБЛЕМ	300
<i>Боровик Т. М.</i> ЕКОНОМІЧНІ ВИКЛИКИ ДЛЯ ВІТЧИЗНЯНОГО БІЗНЕСУ.	303
<i>Ярмак О. В.</i> ЗОВНІШНЯ ТОРГІВЛЯ ТОВАРАМИ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ.....	306
<i>Дронов Д. А.</i> ПРОБЛЕМИ БІЗНЕСУ В УМОВАХ ВІЙНИ.....	307
<i>Островський І. А., Нефьодов М. Р.</i> МУЛЬТИПЛІКАЦІЙНІ ЕФЕКТИ ВІДНОВЛЕННЯ ЕНЕРГЕТИЧНИХ ОБ'ЄКТІВ ХАРКІВЩИНИ ЯК ДРАЙВЕР ПОВОЄННОГО РОЗВИТКУ	310
<i>Радіонов В. С.</i> РЕЦИКЛІНГ ЯК ІМПЕРАТИВ СУЧАСНОЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ	311
<i>Троян В. І.</i> ТЕРИТОРІАЛЬНІ ГРОМАДИ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ.....	314
<i>Коненко В. В.</i> АНТИКРИЗОВЕ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ	316
<i>Сачко К. О., Смачило В. В.</i> УПРАВЛІННЯ ЗМІНАМИ НА ПІДПРИЄМСТВІ В УМОВАХ ВОЄННОГО ЧАСУ.....	318
<i>Прилипко А. С., Гайденко С. М.</i> ПІДХОДИ ДО ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ШВЕЙНОЇ ФАБРИКИ В НЕСТАБІЛЬНИХ УМОВАХ.....	320
<i>Рудаченко О. О., Бархович К.</i> РОЛЬ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА ДЛЯ ЕКОНОМІКИ КРАЇНИ.....	324
<i>Рудаченко О. О., Коваленко А., Малишев К.</i> ВАЖЛИВІСТЬ СТРАТЕГІЇ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ДЛЯ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА.....	325
<i>Пакуліна А. А., Шаповалов М. В.</i> ВИКЛИКИ БІЗНЕСУ ПІД ЧАС ВІЙНИ....	326
<i>Таранченко В. В.</i> ПІДПРИЄМНИЦЬКА ДІЯЛЬНІСТЬ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ ЗА УМОВ ВОЄННОГО СТАНУ.....	329

Секція 7

Підприємництво у сфері життєзабезпечення міст і регіонів

<i>Пакуліна А. А., Шевченко А. В.</i> КОМУНАЛЬНІ ПІДПРИЄМСТВА У СФЕРІ ЖИТТЄЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МІСТ.....	332
<i>Пакуліна А. А., Трухонь К. С.</i> МІСЬКІ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ДВИГУН ІНФРАСТРУКТУРНОГО ТА СОЦІАЛЬНОГО РОЗВИТКУ.....	334

<i>Димченко О. В., Хайло В. О.</i> КЛАСТЕРНІ УТВОРЕННЯ ЗА УЧАСТІ ПІДПРИЄМСТВ ЖИТТЄЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МІСТ	337
<i>Плотнікова М. Ф., Яковенко О. С.</i> РОЗВИТОК ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У БУДІВНИЦТВІ.....	341
<i>Пакуліна А. А., Шаповалов М. В.</i> ПІДПРИЄМСТВА СФЕРИ ЖИТТЄЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МІСТ: РЕАЛІЇ СЬОГОДЕННЯ	343
<i>Dymchenko O., Sepashvili E., Patrizia G., Slavata D.</i> DYNAMIC CAPABILITIES OF UTILITY ENTERPRISES IN THE ENTREPRENEURIAL CONTEXT.....	345
<i>Приймак В. О.</i> СВІТОВІ ТРЕНДИ РОЗВИТКУ ГРОМАДСЬКОГО ТРАНСПОРТУ	348
<i>Запорожець Г. В., Краснокутський Є. С.</i> МЕТОДИЧНИЙ ПІДХІД ДО ОЦІНКИ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ЗАЛІЗНИЧНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ.....	350
<i>Кривицька О. Р., Ніколайчук О. О.</i> ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ БУДІВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	352
<i>Гапоненко О. Є., Кизлюк О. А.</i> ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ЖИТТЄЗАБЕЗПЕЧУЮЧОЇ ФУНКЦІЇ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ В УКРАЇНІ ТА ПРОБЛЕМИ ЇЇ РЕАЛІЗАЦІЇ В УКРАЇНІ.....	353
<i>Захаров Д. С.</i> ТРАНСПОРТНІ ІНВЕСТПРОЄКТИ ХАРКОВА В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ.....	355
<i>Палант О. Ю.</i> ОЦІНКА СТАНУ ЕКОНОМІКИ НА КІНЕЦЬ ВОЄННОГО 2023 РОКУ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЇЇ РОЗВИТКУ	357
<i>Славута О. І., Демурджан Ю. А.</i> СУЧАСНИЙ СТАН РОЗВИТКУ АЛЬТЕРНАТИВНОЇ ЕНЕРГЕТИКИ В УКРАЇНІ.....	360

Електронне наукове видання

***ПІДПРИЄМНИЦТВО ТА БІЗНЕС-АДМІНІСТРУВАННЯ
У ВОЄННИЙ ЧАС: СУЧАСНІ ВИКЛИКИ,
ТРЕНДИ ТА ТРАНСФОРМАЦІЇ***

МАТЕРІАЛИ

міжнародної науково-практичної інтернет-конференції

(01 – 28 лютого 2024 року)

*Матеріали конференції опубліковані в авторській редакції
мовою оригіналу*

Відповідальний за випуск *О. В. Димченко*

Технічні редактори *О. О. Рудаченко, В. В. Коненко*

Підп. до друку 27.02.2024. Формат 60 × 84/16.
Ум. друк. арк. 21,6.

Видавець і виготовлювач:

Харківський національний університет
міського господарства імені О. М. Бекетова,
вул. Маршала Бажанова, 17, Харків, 61002.

Електронна адреса: office@kname.edu.ua

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи:

ДК № 5328 від 11.04.2017.