

МАТЕРІАЛИ
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ

**«НАЦІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА:
ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ
РОЗВИТКУ»**

(1-2 квітня 2022 р.)

Чернівці
2022

УДК 330(477)(063)
Н 35

Национальна економіка: проблеми та перспективи розвитку. Матеріали науково-практичної конференції (м. Чернівці, 1-2 квітня 2022 р.). – Херсон: Видавництво «Молодий вчений», 2022. – 96 с.
ISBN 978-617-8074-04-3

У збірнику представлені матеріали науково-практичної конференції «Национальна економіка: проблеми та перспективи розвитку». Розглядаються загальні питання економіки та управління національним господарством, демографії, економіки праці, соціальної економіки і політики, бухгалтерського обліку, аналізу та аудиту, фінансів та податкової політики та інше.

Збірник призначений для науковців, викладачів, аспірантів та студентів, які цікавляться економічною наукою, а також для широкого кола читачів.

УДК 330(477)(063)

ЗМІСТ

СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

Грущинська Н.М.
М'ЯКІ НАВИЧКИ В ПРОЦЕСІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РЕАЛІЗАЦІЇ
ПРИНЦИПІВ НЕПЕРЕРВНОЇ ОСВИТИ 6

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

Побер І.М.
ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ
РОЗВИТКУ ФІЗИЧНОЇ КУЛЬТУРИ І СПОРТУ 11

Терещенко О.В.
ЛІБЕРАЛІЗАЦІЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ
ТА ВАЛЮТНІ ОБМЕЖЕННЯ:
ДІАЛЕКТИКА ВЗАЄМОЗВ'ЯЗКУ 14

Ярова О.А.
ОРГАНІЗАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ
ЕНЕРГЕТИЧНОГО СЕКТОРУ 18

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

Бомко О.І.
УДОСКОНАЛЕННЯ ІСНУЮЧИХ ТА РОЗРОБКА
НОВІТНІХ МЕТОДІВ ПРИЙНЯТТЯ
УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ ПО ОПТИМІЗАЦІЇ
ТОВАРНОГО АСОРТИМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВА 22

Дідківський А.О.
ЕКОНОМІЧНИЙ ЗМІСТ ДІАГНОСТИКИ ПОТЕНЦІАЛУ
РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА 26

Олієвська М.Г.
ЗАКОНОДАВЧІ ІНІЦІАТИВИ ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ
ЩОДО НЕФІНАНСОВОГО ЗВІТУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ 29

Прохира А.-М.Ю.

ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ СППУР
В ПРОЦЕСІ ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ
ПО ОЦІНЦІ НОВОЇ ТЕХНІКИ НА ПІДПРИЄМСТВІ..... 33

Сілівончик О.Б.

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВИЗНАЧЕННЯ
ПОНЯТТЯ «ПРИБУТОК» 35

ІННОВАЦІЇ ТА ІНВЕСТИЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ

Кожухар В.В.

ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНИЙ РОЗВИТОК
ПРОДУКЦІЇ САДІВНИЦТВА В УКРАЇНІ 40

ДЕМОГРАФІЯ, ЕКОНОМІКА ПРАЦІ, СОЦІАЛЬНА ЕКОНОМІКА І ПОЛІТИКА

Творидло О.І.

РОЗВИТОК СОЦІАЛЬНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ
В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ 44

ГРОШІ, ФІНАНСИ І КРЕДИТ

Врублевський О.Б.

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ІНСТИТУЦІЙНА АРХІТЕКТОНІКА
СТРАХОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ 50

Кукуруза К.Р.

РОЗВИТОК ФОНДОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ 55

ФІНАНСИ ТА ПОДАТКОВА ПОЛІТИКА

Наконечна Т.Ю.

ФІНАНСОВА ІНКЛЮЗІЯ ЯК ОДИН
ІЗ ПРІОРИТЕТІВ СТРАТЕГІЇ НАЦІОНАЛЬНОГО БАНКУ УКРАЇНИ 59

СУЧАСНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

Rustam Aslanzade

SUSTAINABILITY IN THE SUPPLY CHAINS MANAGEMENT 63

Геева Я.Р. МЕТОДИ СОВРЕМЕННОГО МЕНЕДЖМЕНТА	67
Куцай Ю.О., Хмурова В.В. ЕКОНОМІЧНИЙ ЕФЕКТ ВІД ВПРОВАДЖЕННЯ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ В ОРГАНІЗАЦІЇ	69
Мельник А.М. ПІДХОДИ ДО КЕРІВНИЦТВА У СУЧАСНОМУ МЕНЕДЖМЕНТІ ЯК ОСНОВНИЙ ЧИННИК РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ	72

ЛОГІСТИКА ТА ТРАНСПОРТ

Нанейшвілі М.Р. ВПЛИВ ТРАНСПОРТНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ НА ЕКОНОМІКУ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ	76
---	----

ПУБЛІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ

Гбур З.В., Кошова С.П. КОСМІЧНА ІНДУСТРІЯ	81
Зубарєв Д.В. ВПЛИВ СТЕЙКХОЛДЕРНИХ ВІДНОСИН НА ФУНКЦІОНУВАННЯ ТА РОЗВИТОК БУДІВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ	86
Лямець Ю.В. ФОРМУВАННЯ АСОРТИМЕНТУ ТОВАРІВ ЯК СТРАТЕГІЧНОГО ЕЛЕМЕНТУ ТОРГІВЕЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.....	88
Таран О.М. КОНЦЕПЦІЯ СИСТЕМИ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ОРГАНІЗАЦІЄЮ В ПУБЛІЧНОМУ УПРАВЛІННІ.....	91

СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

Грущинська Н.М.

*доктор економічних наук, професор,
заступник директора*

*Навчально-наукового інституту неперервної освіти
Національного авіаційного університету*

М'ЯКІ НАВИЧКИ В ПРОЦЕСІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРИНЦИПІВ НЕПЕРЕРВНОЇ ОСВІТИ

Формування ринку праці в соціумі враховує цінності, економічні, соціальні, етнічні фактори. Цінності впливають на потреби людини та визначаються як система координат особистості, на яких формуються колективи. Цінності можна розділяти на групи, кожен визначає свій пріоритет (матеріальні, духовні цінності (життєві, моральні), соціальні, сімейні цінності. Кожна особа займає своє місце в суспільстві, що визначає соціальні цінності, які залежать від оточення, від потреб, від цілей і вони можуть змінюватись протягом життя. Дослідження проведене Microsoft і The Future: «65% тих, хто на сьогодні навчається у школі або ЗВО, займуть посади, яких на сьогодні навіть не існує». За теоремою Маслоу, середньостатистична людина задовольняє свої фізіологічні потреби на 85%, потреби в безпеці та захисту – на 70%, в любові і приналежності – 50%, в самоповазі – 40%, в самоактуалізації – 10%. Сучасний світ трансформує спосіб життя людини, форми спілкування, змінює особливості взаємовідносин, погляди на однакові речі, манери спілкування, і в решті решт, цінності [6].

Зміни технологічних етапів суспільства супроводжуються змінами самого суспільства. Цінності впливають на бажання людей реалізовуватись і, відповідно, зміни структури ринку зайнятості. В інформаційних джерелах подаються професії, які зникли на сьогодні: шуролов, трубочист, будильник, організатор оргій. Хоча з іншого боку, можна говорити про те, що вони скоріше трансформувались, і

отримали новий формат в сучасних умовах. Разом з тим, поява нових професій обумовлюється потребами суспільства і цінностями. За різними даними, найзатребуванішими професіями станом на 2021 рік є: IT-фахівці, програмісти, інженери-механіки, лікарі, освітяни (з урахуванням потреб сучасного часу), менеджери проектів. А от професії майбутнього, серед яких визначають IT-генетик, персональний бренд-менеджер, спеціаліст по побудові індивідуальної траєкторії розвитку та інші, пов'язані не просто з отриманими професійними знаннями та навичками (hard skills), а важливими елементами реалізації особистості в сучасному світі – soft skills (м'які навички). М'які навички дають можливості для швидкої пластичної адаптації до змін, чутливості до оточення, генерування ідей, комунікації, взаємодії. В книзі «12 soft skills 21 століття» визначають наступні групи м'яких навичок: емоційний інтелект, сміливість проявити себе, сміливість робити помилки, керівництво слабкостями, швидкість, креативність, етичність, системність, лідерство, адаптивність, комунікативність, співпраця. Розвинутість такого набору м'яких якостей, з комбінування з наявними твердими навичками дозволить змінювати професії, вдосконалюватись, на, відповідно, призведе до трансформацій цінностей [2].

В сучасних умовах, викликаних карантинними заходами щодо COVID-19, важливим є знаходження шляхів поліпшення умов розвитку країни і суспільства, з урахуванням того, що вони проводяться радикальними втручаннями. Розвиток штучного інтелекту, генної інженерії, технологічних укладів сьомого/восьмого рівня визначають перспективи майбутнього кожної розвинутої держави. Слід зауважити, що серед перспективних галузей економіки України космічна, авіаційна з можливістю розвитку космічного туризму, нових планет та космічних просторів. В контексті активності економіки знань та нових технологічних змін особливої актуальності набуває галузь освіти і науки. Широке застосування онлайн-навчання, з одного боку спростило процес отримання знань, та можливості отримання інформації, з іншого боку, загостило питання щодо самостійної роботи та зосередженості всіх учасників. Дистанційне навчання як основна форма реалізації освітніх послуг на сьогодні, залишається не доступним кожному учню/студенту – викладачу/вчителю. Окрім відсутності технічного

забезпечення процесу, в Україні рівень покриття інтернетом доходить до приблизно 70%.

Перелік майбутніх професій, інформатизація сучасності сприяє скасуванню значного переліку професій, крім того, молода людина має бути готова до необхідності змінити не 1-2 професії, а 4-5, тобто навчатися протягом життя. Пластичність мислення, креативність і свобода вибору формує конкурентоздатних спеціалістів на ринку. В умовах, негативних економічних наслідків від COVID-19, трансформації соціальних пріоритетів суспільства, суспільству може загрозувати високий рівень безробіття, відсутність доходів. Саме тут рівень освіти і науки в суспільстві проявляється на практиці.

Неперервна освіта – освіта протягом життя як сукупність засобів, способів і форм здобуття, поглиблення й розширення загальної освіти, професійної компетентності, культури, виховання, громадянської і моральної зрілості шляхом використання мережі державно-суспільних навчальних закладів і самоосвіти.

Відповідно, реалізація неперервної освіти потребує розвитку не лише твердих навичок (hard skills), а і soft skills (м'які навички). Технологічні устрої майбутнього продиктовані Четвертою промисловою революцією, постіндустріальним розвитком, світовими трансформаціями. Якщо галузями шостого технологічного укладу є біотехнології, нанотехнології, робототехніка, високі гуманітарні технології, нове природокористування, то сьомий і восьмий технологічні устрої пов'язані з розвитком психологічних технологій, технологіями свідомості, відповідальності особистості. Емоційний інтелект – здатність розпізнавати свої почуття й емоції, розуміти стан і настрої співрозмовника. Саме емоційний інтелект дає гнучкість пристосування до нових умов, можливість займатися самоосвітою і змінювати професії та види роботи. Емоційний інтелект відіграє вирішальну роль в успішності та загальному добробуті людини, більше навіть ніж IQ. Емоційний інтелект відрізняє людство від роботів та штучного інтелекту. Разом з тим, штучний інтелект активізується зі значною швидкістю, вливаючись в життя людини не просто як технічний помічник, а як рівноправна особа (прикладом є телеведучі в Південній Кореї, дитина, яка реагує на слова, рухи

дорослої людини, Microsoft Xiaoice – популярний чат-бот в Китаї та багато іншого, що частково зібрано в документальних відео) [3].

Тенденції розвитку інформатизованого світу свідчать, що зайнятість в майбутньому вимагатиме набагато більше емоційного інтелекту, аби доповнити надскладні машини, з якими доведеться працювати. Майбутнє, з одного боку сприятиме зростанню кількості населення, з іншого – вимагатиме забезпечення робочими місцями, які значно трансформуються в ході активної автоматизації. Враховуючи активний розвиток штучного інтелекту, який дозволяє домінувати машині над людиною в когнітивному напрямі, ручна праця та присутність людини, загалом, поступово замінюватиметься, а емоційне середовище залишається визначальним для людини. Саме тому, зміни майбутніх професій повинні відбуватись з фокусуванням на творчості, зв'язку з іншими та самореалізації, що є можливим при розвинутому емоційному інтелекті.

Кількість безробітних за період 2020–2021 років в світовому масштабі зросло, і становило 114 млн. осіб. 71% таких втрат зайнятості (81 млн. людей) стався у формі бездіяльності, а не безробіття – це означає, що люди залишили ринок праці, оскільки не змогли працювати, в першу чергу, через локдауни. Внаслідок цього сукупні доходи працівників у світі скоротились на 8,3%, 3,7 трильйона доларів, що становить 4,4% глобального ВВП. В Україні з 8,5% до 9,9% зріс рівень безробіття, а також відбулось падіння реальних доходів українців. Чисельність безробітного населення становила 1,6 млн. осіб. Зокрема, 17% робочої сили у 2020 році перебували у стані прихованого безробіття. В середньому по Україні на одне вільне робоче місце претендувало шість безробітних. Станом на 1 листопада 2020 року, кількість вакансій, заявлених роботодавцями, становила 68 тис. одиниць, що на 34% менше, ніж на відповідну дату 2019 рік. Наразі, за даними ООН понад 470 млн осіб у всьому світі є безробітними або мають не повну зайнятість. У 2019 році рівень глобального безробіття становив 5 %, а світовий рівень безробіття серед молоді складав 14 %. Міжнародна організація праці (МОП) оцінила збитки від пандемії COVID-19 наступним чином, у 2020 році в усьому світі було скорочено 8,8% робочого часу, що еквівалентно 255 мільйонам повних робочих місць, що вчетверо більше, ніж було

втрачено під час фінансової кризи 2008-2009 років. Найбільше від кризи постраждали сектор послуг з розміщення та харчування, де зайнятість скоротилася в середньому більш ніж на 20%, потім роздрібна торгівля і виробництво. Скорочення зайнятості та втрати доходів працівників до кінця 2020 року МОП оцінювали від 860 мільярдів до 3,4 трильйона доларів США. А за прогнозами, кількість безробітних у всьому світі до 2022 року перевищить 200 млн. осіб. Безробіття, в різних своїх формах пов'язано з освітою людини, психологічним та фізичним станом. Рівень освіти прямо впливає на доходи та рівень безробіття людей, та пов'язаний із тривалістю життя, здоров'ям та соціальною інтеграцією [3].

Людство все ж доходить до технологій емоційних, що покликани принести людству перемоги в усіх сферах життя, знищити насильство та бідність, прикрасити внутрішній світ людини. Поєднання штучного та емоційного інтелекту – є необхідною умовою майбутнього. В даному контексті навчання з використанням дистанційних форм є сучасною формою спілкування і отримання знань. Разом з тим, навчатися офлайн, не зважаючи на зростання віртуалізації спілкування молодого покоління, залишається важливою формою передачі знань.

Список використаних джерел:

1. Ж. Картер. Мышление лидера. – М., 2020. – С. 256.
2. Д. Дестено. Сила эмоций. / Переклад з англійської: Ю. Константинова. – М., 2020. – С. 222.
3. Е. Шейн. Помощь / Переклад І. Шальнов. – Л., 2019. – С. 192.
4. Л. Вандеркам. Чувство штиля. – П., 2020. – С. 288.
5. Д. Віктор. Перфакционизм. Как генерировать идеи. – К., 2020. – С. 166.
6. Грущинська Н.М. Цінності та їх вплив на майбутні професії. Economist UA. URL: <https://economistua.com/tsinnosti-ta-yih-vpliv-na-majbutni-profesiyi/>
7. Грущинська Н.М. Емоційний інтелект проти штучного. Economist UA. URL: <https://economistua.com/emotsijnij-intelekt-proti-shtuchnogo-borotba-chi-vzayemodopovnennya/>

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

Побер І.М.

здобувач,

Київський університет ринкових відносин

ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ ФІЗИЧНОЇ КУЛЬТУРИ І СПОРТУ

Соціально-економічний розвиток сучасного суспільства відбувається в умовах впливу процесів глобалізації та регіоналізації, управлінських імпульсів органів державного (територіального, регіонального) управління, різних стратегій і поведінкових моделей суб'єктів господарювання у конкурентному середовищі. Одним із напрямків, що забезпечує врахування нових тенденцій розвитку суспільства, успішний рух перетворень та досягнення стратегічних цілей і завдань соціально-економічних систем є ефективне управління узгодженням інтересів та координації зусиль в системі «держава – наука – громадськість – бізнес» як основних складових національної економіки [1].

Аналіз нормативно-правової бази країн ЄС дозволив узагальнити основні напрямки державної політики в сфері фізичної культури і спорту: реформа охорони здоров'я; формування умов здорового способу життя, що включає профілактику фізичного, психічного, духовного і соціального здоров'я силами всіх галузей людської діяльності (міжсекторальність) на всіх рівнях людської взаємодії (багаторівневість) індивідів, груп, організацій, регіонів, національних урядів, міжнародних об'єднань світової спільноти.

Дедалі більше пропагується і фінансується профілактика захворювань, яка ґрунтується на розумінні здоров'я як комплексного феномену, що включає фізичну, психічну, духовну й соціальну складові, збереженню і зміцненню яких слугують програми щодо здорового способу життя, тому що нехтування своєчасною

ефективною профілактикою призводить до втрат до 10% ВВП, навіть найбагатших країн. Тому в європейських країнах значна увага приділяється здоровому способу життя та фізичної активності населення протягом життя.

Європейська комісія зі спорту визначає фізичну активність, що сприяє зміцненню здоров'я і прагне краще враховувати цей пріоритет у відповідних фінансових інструментах, зокрема це відображається у підтримці таких програм, як: програма з науково-технічного розвитку (стиль життя аспектів здоров'я); програма громадського здоров'я; програма «Молодь та громадянство» (співпраця спортивних організацій, шкіл, громадянського суспільства, батьків та інших партнерів на місцевому рівні); програма навчання протягом усього життя (навчання вчителів та співпраця між школами); здійснення підтримки масового спорту через програму «Європа для громадян».

Спорт має потенціал розвитку соціально-економічної системи та сприяє соціальної інтеграції, соціальної згуртованості в європейських товариствах, забезпечує громадянам можливості для взаємодії і приєднання до соціального середовища та є засобом згладжування соціально-економічної дискримінації [2]. Через свій внесок в економічний розвиток спорт допомагає «оживити» неблагополучні райони. Деякі держави-члени ЄС вже використовують спорт як інструмент і індикатор у соціальній політиці в рамках відкритого методу координації щодо соціального захисту та соціальної інтеграції, рівного доступу людей до занять спортом.

Стратегія держав ЄС спрямована на інтеграцію і рівне ставлення людей з обмеженими можливостями. У своєму плані дій щодо здійснення стратегії в області інвалідності Комісія спорту ЄС розглядає роль, яку спорт грає в сприянні інтеграції людей. Здійснюються дії для забезпечення доступу людей з обмеженими можливостями до спортивних об'єктів, інфраструктури. Спортивний сектор і суміжні види економічної діяльності (наприклад, виробництво спортивних товарів) мають значний вплив на економіку країн Євросоюзу.

Відзначимо також, що політики регіонального розвитку ЄС спрямовані на скорочення регіональних відмінностей, зміцнення соціальної та економічної єдності. Ресурси політики згуртованості

використовуються для підвищення значення спорту як інструменту для місцевого і регіонального розвитку, відродження міст, розвитку сільських районів, соціальної інтеграції та працевлаштування.

У Білій книзі спорту визначена важливість конкретних програм ЄС і фондів для підтримки заходів в області спорту (інвестиційне забезпечення розвитку фізичної культури та спортивної індустрії, створення комфортних умов занять спортом, визначення пріоритетів щодо поточного фінансування, формування механізму популяризації здорового способу життя) [3; 4].

Державна підтримка спорту заснована на дотриманні прав дитини і спрямована на підтримку заходів, які допомагають розвинути інтерес дітей та молоді до занять фізичною культурою і спортом, забезпеченні умов доступності різних форм фізкультурно-оздоровчої, спортивної діяльності, активної боротьби з допінгом у спорті.

Досвід багатьох європейських країн свідчить про те, що держава відіграє значну роль у забезпеченні ефективного функціонування, розвитку фізичної культури та спортивної індустрії. Активна політика держав у цій сфері обумовлюється її інтересами, які полягають у створенні умов для збереження генофонду країни шляхом залучення населення до здорового способу життя, забезпечення сприятливих умов для відтворення сукупної робочої сили, використання досягнень вітчизняних спортсменів на престижних міжнародних змаганнях з метою створення та підтримки позитивного іміджу країни.

Список використаних джерел:

1. Сімсон О.Е. Державно-приватне партнерство в інноваційній сфері. URL: irbisnbuv.gov.ua
2. Leonov Ya. Modern paradigm of sports policy as an ideology of a healthy society. *Three Seas Economic Journal*. Volume 1. Number 4. Riga, Latvia : «Baltija Publishing», 2020. P. 102–108. DOI: <https://doi.org/10.30525/2661-5150/2020-4-15>
3. White Paper on Sport // Database European Union Law. URL: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?qid=1389190214279&uri=CELEX:52007DC0391>
4. Sport statistics – 2020 edition // Database European Commission. URL: <http://ec.europa.eu/eurostat/web/products-catalogues/-/KS-07-17-123>

Терещенко О.В.
адвокат, м. Київ

ЛІБЕРАЛІЗАЦІЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ ТА ВАЛЮТНІ ОБМЕЖЕННЯ: ДІАЛЕКТИКА ВЗАЄМОЗВ'ЯЗКУ

Лібералізація валютного ринку є досить складним явищем, яке має неоднозначний вплив на національну економіку, свої переваги та недоліки. Основним наслідком лібералізації в розвинутих країнах стало формування сприятливого ділового та інвестиційного клімату, а також умов для накопичення капіталу та економічного зростання. А сама лібералізація валютного ринку є результатом тривалого еволюційного розвитку, що мав необхідну базу і передумови, передусім у формі зміцнення конкурентоспроможності національних економік та їх інвестиційної привабливості.

В Україні розмови про лібералізацію валютного ринку тривають вже друге десятиліття, але усі спроби виявлялися невдалими, а результати шоковими через непослідовність заходів реформування і відсутність необхідних умов [1, с. 79]. У поточний час після підписання Україною Угоди про асоціацію з ЄС лібералізація валютних відносин стала, з одного боку, обов'язком нашої країни щодо забезпечення вільного руху капіталу, з іншого – реальністю, яка потребує узагальнення, критичної оцінки і переосмислення. Необхідність визначення ключових параметрів національної економіки, на які вплине лібералізація валютного ринку, обумовлює актуальність статті.

Сучасною ознакою валютного ринку України є лібералізація валютних відносин, що визначається такими принципами: свобода здійснення валютних операцій, ризикоорієнтованість, прозорість, достатність, ефективність, самостійність та ринковість валютного регулювання. Основними критеріями ступеня лібералізації валютного ринку є агресивність валютних інтервенцій і жорсткість валютних обмежень. Стратегія лібералізації валютного ринку в Україні передбачає виділення трьох етапів: нульовий – лібералізація операцій із поточним рахунком та з прямими іноземними інвестиціями, перший –

лібералізація портфельних інвестицій та процесу кредитування підприємств, другий – лібералізація фінансових операцій домогосподарств.

Філософією регулювання Національним банком валютного ринку є теоретична конструкція – дозволено все, що не заборонено, яка прийшла на зміну заборони всього, що прямо не дозволено. Її виникненню сприяло прийняття у 2018 році Закону України «Про валюту і валютні операції» [2], на підставі якого НБУ на початку 2019 року прийняв ряд постанов, які містять дорожню карту зняття валютних обмежень і зміну принципів проведення валютних інтервенцій. Новелою зазначеного Закону є заміна поняття валютний контроль на валютний нагляд як систему заходів, спрямованих на забезпечення дотримання суб'єктами валютних операцій і уповноваженими установами валютного законодавства. Об'єктом валютного контролю була кожна валютна операція, в основі організації валютного нагляду лежить ризик-орієнтований підхід, коли великим ризикам приділяється більше уваги, малим – менше.

Серед прогресивних норм Закону України «Про валюту і валютні операції» слід відмітити такі: відміна індивідуальних ліцензій (дозволів НБУ на проведення валютних операцій), подовження граничних термінів розрахунків за зовнішньоторговельними контрактами, скасування штрафних санкцій у формі заборони здійснення зовнішньоекономічної діяльності за порушення граничних термінів розрахунків тощо. Проте можливість запровадження НБУ дозволів та (або) лімітів на проведення окремих валютних операцій залишається відповідно до статті 12 «Заходи захисту».

Наприкінці 2020 року Національним банком України було затверджену Стратегію валютних інтервенцій як безстроковий документ [3]. Вона ґрунтується на попередній п'ятирічній Стратегії валютних інтервенцій на 2016–2020 роки, яка сприяла розвитку валютного ринку, адаптації його учасників до плаваючого курсоутворення, а також реалізації політики валютної лібералізації.

В оновленій стратегії також зазначається, що в процесі валютного регулювання НБУ намагатиметься мінімізувати використання валютних інтервенцій в міру розвитку фінансових ринків, підвищення їх здатності до саморегулювання, валютної лібералізації тощо.

Стратегія валютних інтервенцій визнає пріоритет облікової ставки як основного інструмента грошово-кредитної політики, ґрунтується на принципах відповідності режимам інфляційного таргетування і плаваючого курсоутворення, мінімальної достатності, рівності умов для суб'єктів ринку і конструктивній невизначеності параметрів і тактики проведення. Валютні інтервенції не мають спотворювати фундаментальний напрям руху валютного курсу, а передумовами їх проведення є обмежена можливість валютного ринку до самозбалансування внаслідок наявних валютних обмежень. По мірі послаблення/скасування останніх, збільшення глибини та ліквідності валютного ринку, зменшення доларизації національної економіки роль валютних інтервенцій як інструмента грошово-кредитної політики поступово знижуватиметься.

Відповідно до Закону України «Про валюту і валютні операції» [2], валютні обмеження встановлюються з метою забезпечення стабільності фінансової системи і рівноваги платіжного балансу України. При цьому пов'язані з ними заходи захисту, їх строки та обсяги мають відповідати масштабам і структурі системних ризиків, що загрожують валютній стабільності. Рішення про застосування заходів захисту приймається Радою НБУ на основі затвердження думки про існування кризової ситуації на її засіданні на термін, що не може перевищувати 18 місяців протягом 24 місяців, починаючи з дня першого запровадження відповідного заходу захисту.

Основними валютними обмеженнями, які було скасовано з початку 2019 року, є: обов'язковий продаж валютної виручки, резервування національної валюти для купівлі іноземної, репатріація дивідендів, заборона купівлі іноземної валюти за кредитні кошти та взаємозаліку валютних зобов'язань, гранична сума купівлі іноземної валюти фізичними особами в межах 150 тис. грн. на день, репатріація коштів від продажу облігацій і нелістингових цінних паперів. Скасування обмежень на репатріацію дивідендів сприяло покращенню інвестиційного клімату, підвищенню привабливості національної економіки для іноземного капіталу. Також відмінено процедуру обов'язкової реєстрації кредитних договорів із нерезидентами, натомість інформація про них надається до Національного банку України для статистичних цілей через інформаційну систему НБУ

«Кредитні договори з нерезидентами», також позичальники-резиденти України отримали право дострокового погашення процентів за кредитними договорами з нерезидентами.

Валютним обмеженням, яке лишається, є встановлення граничних термінів закриття зовнішньоекономічних контрактів. За операціями з експорту та імпорту товарів вони становлять 365 календарних днів. Обмеження не поширюються на порогові фінансові операції. Також виключення передбачені для певних галузей економіки та експорт-імпорту окремих товарів, робіт, послуг. Вони стосуються суб'єктів космічної діяльності і літакобудування, оборонної, медичної, спортивної сфер діяльності, імпорту туристичних послуг та експорту інших послуг, окрім транспортних та страхових.

Подальшій розбудові валютного ринку на ринкових засадах сприятиме укладання форвардів під будь-які операції і валютних свопів, скасування вимоги купівлі іноземної валюти лише під зобов'язання, а також обмежень щодо розрахунків за валютними ОВДП у валюті. Зазначений захід із лібералізації позитивно впливе на інвестиційну привабливість активів у гривні для банків-нерезидентів та їх клієнтів, стимулюватиме конкуренцію на міжбанківському валютному ринку, збільшуватиме ліквідність банківської системи. НБУ проводить поетапну планову роботу з поступового скасування вимог для юридичних та фізичних осіб-підприємців щодо купівлі іноземної валюти лише під зобов'язання. Лібералізація умов купівлі іноземної валюти суб'єктами господарювання значно розширить їх можливості в частині управління ризиками і прибутковістю.

Таким чином, лібералізацію валютного регулювання в Україні пропонується визначити як процес поступової відміни валютних обмежень в умовах проведення НБУ політики інфляційного таргетування і плаваючого курсоутворення, мінімальної достатності валютних інтервенцій на шляху руху до кінцевої мети – забезпечення вільного руху капіталу і відкритості фінансових ринків за умови адаптивного використання інструментів захисту національної економіки у кризових ситуаціях.

В основі лібералізації лежить кардинальна зміна принципів на діаметрально протилежні, які в окремих сферах валютного регулювання описуються теоретичними конструкціями,

представленими такими антагоністичними словосполученнями: глобальний принцип (заборона всього, що прямо не дозволено – дозволено все, що не заборонено); отримання дозволу НБУ на проведення валютних операцій суб'єктами валютного ринку (обов'язкове – заміна дозволу інформуванням); пріоритет методів регулювання валютного ринку (адміністративні – ринкові); інвестування українськими резидентами за кордон (заборона без ліцензії – вільне інвестування у будь-які інструменти); наявність правил для нерезидентів (спеціальні – загальні з резидентами).

Список використаних джерел:

1. Яременко О.О. Лібералізація валютних відносин: історичні передумови та прояви в Україні. *Інвестиції: практика та досвід*. 2011. № 22. С. 77–81.
2. Про валюту і валютні операції : Закон України від 21.06.2018 № 2473-VIII. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2473-19?find=1&text=%D0%BE%D0%B1%D0%BC%D0%B5%D0%B6%D0%B5%D0%BD#w1_1
3. Про затвердження Стратегії валютних інтервенцій Національного банку України : Рішення Правління Національного банку України від 29 грудня 2020 року № 769-рш. URL: https://bank.gov.ua/ua/legislation/Decision_29122020_769-rsh

Ярова О.А.

здобувач,

Київський університет ринкових відносин

ОРГАНІЗАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ ЕНЕРГЕТИЧНОГО СЕКТОРУ

У сучасній економіці однією з функцій держави є компенсація диспропорцій в ринку. Структурованість економічного простору зумовлює нерівномірний розвиток секторів національної економіки, що, в свою чергу, є основою для виникнення цих самих «провалів». Для запобігання негативним явищам і забезпечення бажаних умов розвитку національної економіки державні органи влади формують національні економічні, енергетичні, соціальні політики розвитку.

Основною позицією є невідворотність більш глибокої євроінтеграції, тому зростає значення ефективного міждержавного співробітництва, що повинно забезпечувати використання переваг глобалізації і запобігання негативним наслідкам. Важливою складовою розвитку національної економіки є енергетичний сектор. Розвиток системи управління енергетичним сектором на різних рівнях національної економіки став актуальним у зв'язку з формуванням сучасної енергетичної політики країни, орієнтиром на побудову зеленої енергетики відповідно до Паризької кліматичної угоди [1]. Рішення цієї проблеми пов'язано з пошуком оптимальних шляхів розвитку на засадах сучасних методів та технологій управління. Практика свідчить, що механізми, важелі впливу, методи управління економічним процесом в країні направлені на короткострокові перспективи, побудовані на вирішенні поточних завдань. Стратегії, яких розроблено вже безліч, так і залишаються бажаними моделями розвитку та не наповнюються дієвими організаційно-економічними заходами.

Управління енергетичним сектором побудовано на наступних принципах:

1. Управління енергетичним сектором працює «само на себе», у першу чергу, через свої внутрішні проблеми (підтримка функціонування на мінімальному рівні) і не направлена на виконання своєї місії – бути пріоритетним інструментом економічного розвитку країни.

2. Концентрація на «власних потребах» та забезпечення виконання зовнішніх умов. Такий вплив зовнішніх факторів не підлягає перегляду, з урахуванням національних інтересів.

3. Бажання працювати за принципом «чорного ящика», зміст якого у тому, що всі значення вхідних та вихідних параметрів відомі, їх показує статистика, а що діється всередині ящика не прозоре та не підлягає аналізу.

На погляд автора такі принципи в управлінні енергетичним сектором потребують зміни, оновлення, переосмислення відповідно до умов нового економічного середовища. Тобто енергетична політика формування організаційно-економічних умов забезпечення розвитку енергетичного сектору стає перед необхідністю перебудови

суттєвих елементів теорії та практики. Без вирішення цього питання саме ефективне функціонування та розвиток енергетичного сектору перетворюється на бар'єр, а не на каталізатор розвитку національної економіки.

Таким чином, в систему стратегічних завдань забезпечення розвитку енергетичного сектору входить розробка концептуальної моделі розвитку енергетичного сектору в Україні, побудованої на поєднанні часткової участі державного і недержавного секторів. У вирішення цієї проблеми закладені й пропонуються до реалізації такі положення [2]:

1. Створити загальну інформаційну базу «користування енергією – енергоефективність – енергетичний сектор».
2. Укріпити договірними відносинами сферу взаємних інформаційних послуг і участь в інвестиційних програмах.
3. Забезпечити участь у розробці інституційних положень розвитку користування енергією всіх учасників енергетичного ринку.

Не менш складною проблемою є формування цільових інвестиційних ресурсів. Це формування повинне базуватися на балансі інтересів держави, організацій-учасників енергоринку, інвесторів і користувачів енергетичного продукту.

Організаційний аспект включає маркетингові дослідження потреб в енергетичних ресурсах, розробку стратегії розвитку енергетичного сектору, пошук різноманітних підходів, моделей, методів забезпечення доступності енергії для суб'єктів господарювання та населення, соціальну відповідальність бізнесу в сфері енергетичного сектору та інші важелі впливу і соціальні нормативи (доходи, ціни, субсидії й ін.).

Сучасні тенденції розвитку енергетичних систем характеризуються суттєвими змінами: зростає споживання енергії, але знижується енергоємність ВВП; впроваджуються енергозберігаючі технології, пріоритет віддається використанню відновлювальних джерел енергії, методів її генерації, способів передачі й розподілу [3; 4]. Виробництво електроенергії стає все більш децентралізованим (секторальна децентралізація) та потребує впровадження сучасних технологій управління енергетичним сектором, що охоплюють весь енергетичний ланцюжок. Зокрема, комплексне використання

традиційних та цифрових технологій управління енергетичним сектором країни створить умови активізації механізмів організаційно-економічного забезпечення розвитку, підвищення енергетичної ефективності та енергетичної безпеки національної економіки.

Список використаних джерел:

1. Паризька кліматична угода. URL: zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_161#n2
2. Yarova, O. and Leonov, Ya. (2021) «Mechanism of organizational and economic support of energy sector development». *Ekonomika ta derzhava*, vol. 9, pp. 119–122.
3. Енергетична стратегія України на період до 2035 року «Безпека, енергоефективність, конкурентоспроможність». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/605-2017-%D1%80#Text>
4. International energy agency (2021) Net Zero by 2050 A Roadmap for the Global Energy Sector. URL: https://iea.blob.core.windows.net/assets/beceb956-0dcf-4d73-89fe-1310e3046d68/NetZeroBy2050-ARoadmapfortheGlobalEnergySector_CORR.pdf

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

Бомко О.І.

студент,

Науковий керівник: Перетятко Л.А.

кандидат економічних наук, доцент,

Львівський державний університет безпеки життєдіяльності

УДОСКОНАЛЕННЯ ІСНУЮЧИХ ТА РОЗРОБКА НОВІТНІХ МЕТОДІВ ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ ПО ОПТИМІЗАЦІЇ ТОВАРНОГО АСОРТИМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВА

Одним з важливих елементів роботи підприємства торгового відділу є формування та оптимізація товарного асортименту продукції.

На даний момент є безліч методів, що можна використовувати для аналізу наявного асортименту продукції та за допомогою яких можна визначити основну методику подальших дій підприємства, пов'язаних з оптимізацією товарного асортименту. Найбільш поширеними є побудова БКГ матриці, матриці Ансоффа, метод «Дібба-Сімкіна» та інші.

Система формування асортименту включає наступні основні моменти:

1. Визначення поточних і перспективних потреб покупців, аналіз способів використання даної продукції й особливостей купівельного поведіння на відповідних ринках.
2. Оцінка існуючих аналогів конкурентів по тим же напрямкам.
3. Критична оцінка вже випущених підприємством виробів, як з позицій виробника, так і з позиції покупця.
4. Вирішення питань про можливі зміни асортименту і диверсифікації продукції за рахунок різних напрямків виробництва.
5. Розгляд пропозицій про створення нових продуктів, удосконалення існуючих, а також про нові способи й області застосування товарів відповідно до вимог покупців.

6. Вивчення можливостей виробництва нових або вдосконалених продуктів, включаючи питання цін, собівартості і рентабельності.

7. Проведення випробувань (тестування) продуктів з урахуванням потенційних споживачів з метою з'ясування їхньої прийнятності за основними показниками [1, с. 241].

Під час оцінки ефективності існуючих управлінських рішень по оптимізації товарного асортименту на підприємстві, нами було прийняте рішення по удосконаленню використання матриці Ансоффа.

Матриця Ігоря Ансоффа – матриця, що описує можливі стратегії зростання компанії на ринку. За допомогою цієї моделі у підприємства є можливість систематизувати наявну інформацію про ринок і про товар компанії, а також правильно обрати напрямок розвитку з урахуванням наявних ресурсів і можливостей підприємства.

На підприємствах можливими для реалізації є дві стратегії:

- стратегія розвитку ринку;
- стратегія розвитку товару.

Одновременна реалізація двох стратегій (розвитку ринку і розвитку товару) є неможливою [2, с. 705].

Матриця Ігоря Ансоффа для прийняття управлінських рішень

1. Стратегія проникнення (вигідна для підприємства) – існуючий товар не досягнув своєї межі покриття ринку – має джерела зростання з точки зору дистрибуції і охоплення цільової аудиторії.

2. Стратегія розвитку ринку (можлива для підприємства) – підприємство володіє достатнім виробничими потужностями для розвитку і закріплення компанії на ринку.

3. Стратегія розвитку товарів (можлива для підприємства) – у підприємства є всі шанси змінити структуру асортименту та оптимізувати його відповідно до наявних вподобань споживачів, а також залучити нові товарні категорії.

4. Стратегія диверсифікації (не можлива) – у компанії недостатньо ресурсів для застосування даної стратегії.

Одним з методів який можна було б запровадити на підприємстві для удосконалення товарного асортименту продукції є метод Дібба-Сімкіна.

Метод Дібба-Сімкіна визначає основні напрями розвитку окремих товарних груп, виявляє пріоритетні позиції асортименту, оцінює

ефективність структури асортименту і шляхи її оптимізації. Для аналізу використовуються дані про динаміку продажів і собівартості продукції (включаючи тільки змінні витрати, без обліку постійних витрат).

На основі співвідношення обсягу продажів у вартісному вираженні та внеску в покриття витрат товари відносяться до окремої групи. Проводячи таку діагностику, компанія має можливість визначити перспективи розвитку свого асортименту.

Метод Дібба-Сімкіна, проводиться один раз на квартал, весь товарний асортимент підприємства поділяється на чотири групи. Отримана в результаті даного аналізу класифікація товарів дозволяє визначити основні напрямки розвитку окремих товарних груп, виявити пріоритетні позиції асортименту, оцінити ефективність структури асортименту та шляхи її оптимізації. Для аналізу використовуються дані про динаміку продажів і собівартості продукції (що включають тільки змінні витрати без урахування постійних витрат).

Провівши таку діагностику свого асортименту, підприємство може визначити перспективи розвитку асортименту на найближчий період, знайти можливості підвищення його прибутковості, виробити різні стратегії підтримки або відновлення балансу свого продуктового портфеля.

Проведення аналізу за методом Дібба-Сімкіна дало змогу виділити певні групи товарів:

A – найбільш цінна для підприємства група; товари, котрі входять до цієї групи можуть слугувати еталоном при виборі нового товару для включення в асортимент. Потрібно намагатися збільшувати кількість товарних позицій в цій групі, оскільки збільшення продаж саме цих товарів здійснює вплив на прибуток підприємства.

B1 – варто виявити шляхи підвищення доходності цієї продукції (збільшення цін, пошук більш вигідних постачальників для зниження собівартості т.д.), так як за рахунок великих об'ємів продаж, навіть незначний ріст прибутковості призведе до відчутного росту прибутку підприємства в цілому.

B2 – необхідно шукати можливості для збільшення продажу продукції даної товарної групи (проведення промо-акцій, реклама)

завдяки високому рівню рентабельності продукції даної групи, темпи росту прибутку підприємства будуть вище темпів росту продаж цих товарів.

С – найменш цінні для підприємства товари; необхідно роздивитися можливість заміни ряду товарів з цієї групи, а також оцінити ефективність виключення найменш прибуткових товарів [3].

Як сказав свого часу про необхідність безперервного вдосконалення і розвитку Е. Демінг: «Удосконалюватися не обов'язково. Виживання – справа добровільна». За оцінками фахівців, 80-90% підприємства могли б підвищити ефективність роботи, як мінімум, на 20-30%, тобто мають достатній внутрішній потенціал для зміни негативних тенденцій і подальшого вдосконалення. Як показує практика, кращих результатів досягають організації, де використовується системний підхід, прораховуються і плануються наслідки змін одних частин або функцій організації для інших [4, с. 225]. Щоб досягнути запланованої мети, підприємства повинні запроваджувати методи ефективного управління на основі стратегічного планування.

Список використаних джерел:

1. Несторишен І.В. Проблеми формування оптимального асортименту промислового підприємства. *Сталий розвиток економіки*. 2011. № 3. С. 240–243.
2. Гаркавенко С.С. Маркетинг : Підручник. Київ : Лібра, 2002. 705 с.
3. Марченко О.І. Асортимент продукції підприємства як важливий фактор зростання прибутку. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2006. № 8(63).
4. Новікова М.М., Кондратенко Н.О., Боровик М.В. та ін. Теоретичні основи забезпечення якості прийняття управлінських рішень в умовах європейської інтеграції : монографія. Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків : «Друкарня Мадрид», 2020. 335 с.

Дідківський А.О.

аспірант,

Державний торговельно-економічний університет

ЕКОНОМІЧНИЙ ЗМІСТ ДІАГНОСТИКИ ПОТЕНЦІАЛУ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

На сьогоднішній день в науковій економічній літературі все більша увага з боку вітчизняних й закордонних вчених приділяється дослідженням поняття «потенціал розвитку підприємства», який відображає здатність суб'єкта господарювання до структурної адаптації й нарощення наявних можливостей, що надзвичайно важливо в сучасних умовах динамічних й непередбачуваних змін зовнішнього середовища господарювання вітчизняних підприємств. Своєю чергою, необхідність розробки та запровадження обґрунтованих управлінських рішень щодо нарощення та зміцнення потенціалу розвитку підприємств, визначення оптимальної стратегії розвитку вітчизняних суб'єктів господарювання потребують проведення своєчасної, достовірної та комплексної діагностики ефективності формування й використання потенціалу розвитку підприємств, що актуалізує доцільність розгляду її економічного змісту.

Поряд із цим слід зауважити, що проблема діагностики потенціалу розвитку підприємства відноситься до числа недостатньо розроблених у вітчизняній економічній науці, адже здебільшого в наукових працях піднімаються питання економічної діагностики, діагностики потенціалу підприємства взагалі, фінансової діагностики, діагностики фінансового стану, діагностики в антикризовому управлінні та ін.

При цьому єдність поглядів на поняття діагностики сьогодні також відсутнє, найчастіше сучасні науковці трактують діагностику як інструмент виявлення порушень параметрів економічної діяльності чи ознак кризових процесів, встановлення вірогідності банкрутства; напрям економічного аналізу, який дозволяє виявляти вузькі місця в господарській діяльності підприємства; інструмент дослідження ефективності антикризового управління, рівня економічної безпеки, якості фінансового стану підприємства; комплекс дослідницьких процедур, спрямований на визначення стану відповідного об'єкта;

процес ретельного аналізу проблем й ідентифікації факторів, що їх зумовили, з подальшим визначенням шляхів їх вирішення.

Наступним кроком розглянемо наявні в науковій літературі трактування діагностики потенціалу розвитку підприємства (табл. 1).

Таблиця 1

Трактування діагностики потенціалу розвитку підприємства в науковій літературі

Автор	Зміст поняття
Гусєва О.	структурований процес оцінки управлінсько-економічних показників підприємства, які характеризують його поточний стан і наявний внутрішній потенціал з метою виявлення стратегічних пріоритетів і перспектив подальшого розвитку в умовах динамічного бізнес-середовища з урахуванням факторів цифрової трансформації [1]
Парфентьєва О.	системна сукупність аналітичних процедур щодо оцінки ресурсної бази та економічних можливостей конкурентоспроможності підприємства за допомогою методичного інструментарію, що забезпечує проведення вимірів та виконання порівняльного аналізу параметрів кількісних і якісних змін, можливих зрушень, які при необхідному науково-технічному, а також кадровому забезпеченні стали наслідком здійснення заходів інноваційно-інвестиційної діяльності згідно з поетапною реалізацією стратегічних завдань у досягненні цільового рівня конкурентоспроможності [3, с. 4]
Кузьмін О., Мельник О.	аналітична процедура, що охоплює дослідження рівню масштабності розвитку підприємства та рівню якості розвитку підприємства з використанням розрахунково-аналітичних методів, непараметричних методів виявлення та вимірювання зв'язків на підставі динамічних критеріїв [2, с. 164]

Як бачимо з табл. 1, наведені визначення майже не місять деталізації того, за якими саме напрямками (чинниками, параметрами) слід проводити власне діагностику потенціалу розвитку підприємства, що ускладнює проведення цієї процедури.

З позиції нашого дослідження вважаємо, що діагностика потенціалу розвитку підприємства являє собою багатофакторну категорію, яка включає дослідження ресурсного й інноваційного

потенціалів підприємства, наявних у зовнішньому та внутрішньому середовищі підприємства можливостей, рівню конкурентоспроможності та інвестиційної привабливості підприємства з метою виявлення спроможності підприємства до адаптації і переходу в якісно-новий бажаний стан в умовах наявних чи прогнозованих трансформацій внутрішнього та зовнішнього походження.

У вказаному визначенні увага акцентується на тому, що діагностика потенціалу розвитку підприємства має охоплювати аналіз таких потенціалоутворювальних з точки зору розвитку підприємства чинників, як:

- ресурси (всі види економічних ресурсів підприємства);
- інновації (рівень та розвиток інновацій);
- зовнішні та внутрішні можливості;
- конкурентоспроможність та інвестиційна привабливість (виступають неодмінними умовами забезпечення прогресивного розвитку відповідного суб'єкта).

Також наголос зроблено на спрямованості вказаного напрямку діагностики саме на виявленні здатності підприємства до переходу в якісно-новий стан, що, на нашу думку, проявляється в збільшенні можливостей підприємства (зокрема, в напрямі нарощення економічного потенціалу) до отримання чистого прибутку у довгостроковому періоді в умовах змін (що, відповідно, й відображає здатність підприємства до структурної адаптації).

Список використаних джерел:

1. Гусева О. Ю. Діагностика ефективності стратегічного розвитку підприємств в умовах цифрових трансформацій. Бізнес, інновації, менеджмент: проблеми та перспективи : II Міжнародна науково-практична конференція. Київ, 27 квітня 2021 р. URL: <http://confmanagement.kpi.ua/proc/article/view/230461> (дата звернення: 23.02.2022).

2. Кузьмін О.Є., Мельник О.Г. Діагностика потенціалу підприємства. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2011. № 1. С. 155–166.

3. Парфентьєва О.Г. Діагностика потенціалу розвитку автотранспортного підприємства : дис. канд. екон. наук : 08.00.04, Національний транспортний університет. Київ, 2018. 256 с.

Олієвська М.Г.

*доктор економічних наук, доцент,
НДФІ ДННУ «Академія фінансового управління»*

ЗАКОНОДАВЧІ ІНІЦІАТИВИ ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ ЩОДО НЕФІНАНСОВОГО ЗВІТУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ

Європейський парламент та Європейська Комісія, визнаючи значення як сталого розвитку на усіх рівнях, а особливо на мікрорівні, так і необхідність звітування суб'єктами господарювання про соціальні та екологічні аспекти їх діяльності з метою виявлення ризиків досягнення стійкості та підвищення довіри інвесторів й споживачів, розробили документи, які зобов'язали окремі підприємства розкривати фінансову та нефінансову інформацію. Завдяки такій ініціативі у Європейському Союзі (ЄС) було прийнято низку документів щодо звітування підприємств для задоволення інформаційних потреб інвесторів та споживачів. Основними документами є:

1. Директива про бухгалтерський облік 2013/34/ЄС [1].
2. Директива 2014/95/ЄС (Non-Financial Reporting Directive (NFRD) [2] – документ, що встановлює правила розкриття нефінансової та іншої інформації великими компаніями про вплив бізнесу на суспільство.

Відповідно до законодавства ЄС, великі компанії повинні розвивати відповідальний підхід до організації бізнесу і, відповідно, розкривати інформацію про те, як вони вирішують соціальні та екологічні проблеми. Така законодавча ініціатива дозволяє усім стейкхолдерам (а це – інвестори, громадські організації, політики тощо) мати постійний доступ до інформації про внесок бізнесу у сталий розвиток, оцінювати нефінансові результати великих компаній тощо.

Зокрема, у першому документі зазначається, що важливими складовими нефінансової звітності є:

- Звіт про управління (the management report);
- Зведений звіт про управління (the consolidated management report).

Ці два Звіти повинні містити об'єктивний огляд розвитку бізнесу та його ролі у досягненні сталого розвитку залежно від розміру

суб'єкту господарювання, специфіки його діяльності, складності організації бізнесу тощо. Як правило, Звіти про управління та Зведені звіти про управління повинні містити:

- Фінансові аспекти бізнесу підприємства;
- Аналіз екологічних проблем та шляхів їх вирішення;
- Опис соціальних аспектів бізнесу.

У Зведених (консолідованих) звітах про управління та звітах про управління материнських компаній доцільно наводити нефінансову інформацію про діяльність підприємств, включених до консолідації в цілому; особливо актуальним є дотримання принципів порівняльності та еквівалентності інформації, яку підприємства мають публікувати в ЄС, що має бути закріплено нормами національного законодавства держав-членів ЄС, яке регулює консолідовану фінансову звітність.

Метою прийняття Директиви 2014/95/ЄС стала нагальна потреба розкриття нефінансової інформації підприємствами задля задоволення інформаційних потреб інвесторів та інших зацікавлених осіб щодо розвитку підприємств, їх місця в економіці та ролі у суспільстві. Директива застосовується з 5 грудня 2014 року. Проте, компанії вперше повинні були звітувати відповідно до Директиви у 2018 році, охоплюючи 2017 фінансовий рік.

Особливості Директиви 2014/95/ЄС:

1. Положення Директиви поширюються на великі підприємства або групи компаній з чисельністю працюючих понад 500 співробітників (у ЄС це понад 12 тис. компаній, а також банки, страхові компанії, інші компанії, визначені національними органами як організації, що представляють суспільний інтерес).

2. Директива зобов'язує такі підприємства оприлюднювати огляд їх бізнес-моделі, політики, результатів, основних ризиків та ключових показників ефективності у розрізі екологічних, соціальних та кадрових аспектів, інформацію щодо дотримання прав людини, а також питання боротьби з корупцією та хабарництвом.

3. Європейська комісія розробила рекомендації (необов'язкові вказівки) щодо того, як повідомляти нефінансову інформацію ще у 2017 році і такі вказівки періодично оновлюються. Зокрема, у червні 2019 року Європейська комісія опублікувала рекомендації щодо

звітності кліматичної інформації, що на практиці є доповненням до рекомендацій 2017 року щодо нефінансової звітності.

4. Під час підготовки нефінансової звітності підприємства можуть використовувати національні, європейські або міжнародні рекомендації, такі як Глобальний договір ООН. Наприклад, підприємства повинні розкривати нефінансову інформацію у своїх річних звітах; проте, окремі держави-члени ЄС у рамках національного законодавства дозволяють підприємствам розкривати нефінансову інформацію в окремих звітах (за бажанням).

5. Підприємства зобов'язані звітувати по усім питанням, зазначеним у Законі (екологічні питання, соціальні питання та кадрова політика, дотримання прав людини, боротьба з корупцією та хабарництвом, а також подавати інформацію про склад Правління/Ради директорів вік, стать, освіта, професійна підготовка та принципи формування Правління/Ради); у разі відсутності певної інформації, підприємства повинні дати пояснення (чому?).

6. Дочірні компанії не зобов'язані надавати звіт, якщо інформація включена у звіт їх материнської компанії, за умови, що останню контролює управління та діяльність дочірньої компанії.

Проте, «законодавство ЄС про бухгалтерський облік має забезпечити відповідний баланс між інтересами адресатів фінансової звітності та інтересами підприємств у тому, щоб вони не були надмірно обтяжені вимогами до звітності» [1].

Слід також зазначити, що 21 квітня 2021 року Європейська Комісія прийняла пропозицію щодо Директиви, яка має на меті внесення змін до існуючих вимог до звітності NFRD. Така законодавча ініціатива:

По-перше, стосується усіх великих компаній та всіх компаній, цінні папери яких котируються на регульованих ринках (крім мікропідприємств);

По-друге, вимагає аудиту звітної інформації;

По-третє, запроваджує більш детальні вимоги до нефінансової звітності та вимогу звітувати відповідно до обов'язкових стандартів звітності ЄС щодо сталого розвитку;

По-четверте, вимагає від компаній позначати в *цифровому вигляді інформацію, яка повідомляється*, щоб вона була «машиночитаною» та надходила в єдину європейську точку доступу.

Підсумовуючи зазначимо, розкриття нефінансової інформації позитивно впливає на управління змінами в контексті розвитку сталої глобальної економіки шляхом поєднання довгострокової прибутковості бізнесу із соціальною справедливістю та захистом навколишнього середовища. Саме тому численні національні та міжнародні правила описують, як підприємства можуть звітувати про нефінансову інформацію та стабільність. Звітність щодо сталого розвитку є джерелом інформації про цінності підприємств, дозволяє підвищити рівень конкурентоспроможності на національних та міжнародних ринках, позитивно впливає на їх статус та імідж, забезпечує лояльність споживачів та інвесторів. В ЄС основними документами, які регулюють нефінансове звітування підприємств є Директива про бухгалтерський облік 2013/34/ЄС та Директива 2014/95/ЄС (Non-Financial Reporting Directive (NFRD)). Проте, також є необхідність покращити розкриття соціальної та екологічної інформації підприємствами шляхом оновлення законодавчої бази в цій сфері й впровадження можливості подання нефінансової інформації в єдиному цифровому форматі.

Список використаних джерел:

1. Directive 2013/34/EU of the European Parliament and of the Council of 26 June 2013 on the annual financial statements, consolidated financial statements and related reports of certain types of undertakings, amending Directive 2006/43/EC of the European Parliament and of the Council and repealing Council Directives 78/660/EEC and 83/349/EEC Text with EEA relevance. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:32013L0034>
2. Directive 2014/95/EU of the European Parliament and of the Council of 22 October 2014 amending Directive 2013/34/EU as regards disclosure of non-financial and diversity information by certain large undertakings and groups Text with EEA relevance. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A32014L0095>

Прохира А.-М.Ю.

студентка,

Науковий керівник: Перетятко Л.А.

кандидат економічних наук, доцент,

Львівський державний університет безпеки життєдіяльності

ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ СПУР В ПРОЦЕСІ ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ ПО ОЦІНЦІ НОВОЇ ТЕХНІКИ НА ПІДПРИЄМСТВІ

СПУР (система прийняття управлінських рішень) – це системи, які надають людині підтримку при прийнятті управлінських рішень. СПУР не призначені для повної автоматизації процесу розробки рішення. Процедура обробки даних у СПУР не задана заздалегідь, а формується оцінка прийняття рішень у процесі взаємодії із системою [1, с. 189].

У ринковій економіці розробки та впровадження нововведень найпоширеніший не нормативний, а проєктний підхід. В основі проєктного підходу до діяльності підприємства, зокрема до його інноваційної та інвестиційної діяльності, лежить принцип грошових потоків (cash how). У цьому комерційна ефективність діяльності як проєкту, так підприємствам, визначено на підставі «Методичних рекомендацій з оцінки ефективності інвестиційних проєктів та їх відбору для фінансування», затверджених Держбудом, Міністерством економіки, Міністерством фінансів.

Встановлено такі основні показники ефективності інноваційного проєкту:

- фінансова (комерційна) ефективність, що враховує фінансові наслідки для учасників проєкту;
- бюджетна ефективність, що враховує фінансові наслідки для бюджетів усіх рівнів;
- народно-господарська економічна ефективність, що враховує витрати та результати, що виходять за межі прямих фінансових інтересів учасників проєкту та допускають вартісне вираження [2, с. 115].

В основі оцінки ефективності проєкту лежить порівняльний аналіз обсягу запропонованих інвестицій та майбутніх грошових надходжень. Порівнювані величини відносяться в більшості випадків до різних часових періодів. Тому найважливіше, проблемою в цьому випадку, так само як і при визначенні економічної ефективності нової техніки та технології є проблема зіставлення доходів та витрат та приведення їх у порівняльний вигляд.

Методи оцінки ефективності проєкту поділяються на групи, засновані:

- а) на дисконтованих оцінках;
- б) на облікових оцінках.

Причиною необхідності проведення процесу дисконтування (тобто приведення до порівняльного вигляду) може бути інфляція, небажана динаміка інвестицій, падіння промислового виробництва, різні горизонти прогнозування, зміни у податковій системі тощо.

Так, методами оцінки ефективності проєкту, заснованими на облікових оцінках (без дисконтування.), є період окупності (Pay Back Period – PP), коефіцієнт ефективності інвестицій (Average Rate of Return – ARR) та коефіцієнт покриття боргу, (Debt Cover Ratio – DCR).

Методи оцінки ефективності проєкту, засновані на дисконтованих оцінках, значно точніші, оскільки враховують різні види інфляції, зміни відсоткової ставки, норми доходності тощо. До цих показників відносять: метод індексу рентабельності (Profitability Index – PI, чисту вартість, «чистий дисконтований дохід» (Net Present Value) та внутрішню норму прибутковості (Internal Rate of Return – IRR).

Традиційні методи оцінки проєкту широко використовуються у фінансовій практиці. Метод окупності капіталовкладень є дуже поширеним. Але його суттєва вада – в ігноруванні майбутньої вартості грошей з урахуванням доходу майбутнього періоду і внаслідок цього нездатність дисконтування. В умовах інфляції, різких коливань відсоткової ставки та низької норми внутрішніх накопичень підприємства у реальній економіці цей метод недостатньо точний.

Проте, слід звернути увагу на методіку розрахунку коефіцієнта ефективності інвестицій, що розуміється як середній показник прибутковості за період діяльності проєкту. Цей коефіцієнт розраховується розподілом середньорічного прибутку на

середньорічну величину інвестицій. Звичайно, цей показник порівнюється з коефіцієнтом рентабельності авансованого капіталу (підсумок середнього балансу-нетто) [3, с. 234].

Однак усі три традиційні показники, заснованих на обліковій оцінці, не враховують тимчасової складової грошових потоків. Вони не стикуються з факторним аналізом та динамікою грошових потоків в економічній реальності. Тому найповніше проект можна оцінити, застосовуючи методи, що базуються на дисконтованих оцінках.

Список використаних джерел:

1. Балабанова Б.У., Митрохін Н.Е. Управління організацією : навч. посіб. Київ : Весна, 2017. 240 с.
2. Гаджинський А.П. Економіка : навч. посіб. Київ : Наука, 2018. 408 с.
3. Мочерний К.Р., Устенко Л.В., Чеботар Т.І. Основи підприємницької діяльності : посібник. Київ : Видавничий центр «Академія», 2017. 302 с.

Сілівончик О.Б.

магістрант,

Науковий керівник: Шацька З.Я.

кандидат економічних наук, доцент,

Київський національний університет технологій та дизайну

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ «ПРИБУТОК»

Прибуток підприємства в умовах ринкової економіки є основною метою підприємницької діяльності, основним показником ефективності та джерелом розвитку.

Трагування прибутку пояснюється з різних точок зору і складність полягає в тому, що для бухгалтерів він є те, що залишається від загальної виручки підприємства після сплати підприємством вартості матеріалів і праці, які використало це підприємство. Тоді як для економіста, пояснення прибутку виключає лише явні витрати сплачені зовнішнім постачальникам. Але зневажаючи на приховані

витрати, платежі за ресурси якими володіє підприємство, або саме їх використовує, тобто це виключає економічні витрати на заробітну плату, відсоток, ренту і нормальний прибуток [2, с. 282].

Питанням вивчення поняття прибутку займалися багато науковців, зокрема таких як І.О. Бланк, І.М. Бойчик, О.І. Карінцева, Г.Г. Кірейцев, К. Маркс, З.М. Мочалов, Л.Г. Мельник, Дж.С. Міллз, М.Ф. Огійчук, Ж.Б. Сей, А. Сміт, Д. Рікардо, О.С. Філімоненков та ін.

У Господарському кодексі України, прибуток має визначення, як показника фінансових результатів його господарської діяльності, що визначається шляхом зменшення суми валового доходу суб'єкта господарювання за певний період на суму валових витрат та суму амортизаційних відрахувань [1].

За Законом України «Про оподаткування прибутку підприємств» прибутком вважається сума валових доходів, скоригована відповідним чином для потреб оподаткування. Тому прибуток як об'єкт оподаткування є умовною величиною, що визначає співвідношення між доходами і витратами за певний період та визначається за даними спеціального податкового обліку. У цьому розумінні прибуток являється показником, який характеризує ефективність господарювання, спроможність підприємства відраховувати кошти до бюджету, здійснювати подальшу господарську діяльність [4, с. 205].

Бойчик І.М. дає визначення прибутку, як частині чистого доходу, що залишається у підприємства після відшкодування всіх витрат, пов'язаних із виробництвом, реалізацією продукції та іншими видами діяльності [3, с. 298].

Згідно тлумачень Кірейцева Г.Г., прибуток розглядається, як найважливіша фінансова категорія, що відображає позитивний фінансовий результат господарської діяльності підприємства, характеризує ефективність виробництва і в кінцевому підсумку свідчить про обсяг та якість виробленої продукції, стан продуктивності праці, рівень собівартості. Прибуток є не лише джерелом забезпечення внутрішньогосподарських потреб підприємства, але й джерелом формування бюджетних ресурсів держави. Як кінцевий фінансовий результат діяльності підприємства він становить різницю між загальною сумою доходів та витратами на виробництво і реалізацію продукції [4, с. 203].

А. Сміт надає трактування прибутку, як дохід на капітал, стверджуючи, що «дохід, одержуваний з капіталу особою, яка особисто вкладає його в справу, зветься прибутком». Водночас, на думку вченого, «не виключено, що прибуток на капітал є лише іншим найменуванням для винагороду особливого виду праці, а саме праці по нагляду та управлінню» [5, с. 38].

Так, економіст Д.Рікардо вважає працю робітників основною, особливо наголошуючи, що «...у всіх країнах і в усі часи прибуток залежить від кількості праці, яка потрібна для постачання предметами необхідності робітників...». Він стверджує, що робітник створює своєю працею цінність більшу, ніж одержує у вигляді заробітної плати [4, с. 201].

Д. Рікардо визначає прибуток як частину вартості, що залишається після врахування заробітної плати.

Ґрунтуючись на теорії трьох факторів виробництва, Ж.Б. Сей поділяє прибуток на процент (дохід на капітал) та підприємницький дохід (винагороду за «талант, діяльність, дух порядку й керівництва»).

Дж.С. Мілль аналізував прибуток як винагороду підприємця за утримання від споживання [6, с. 303]. Він заявляв, що прибуток повинен забезпечувати достатній еквівалент за утримання, відшкодування за ризик і винагороду за працю та мистецтво, необхідні для здійснення контролю над виробництвом».

Так, К. Маркс досліджував прибуток як головну мету й мотив діяльності капіталіста, розглядав прибуток як результат додаткової праці робітників. В той же час, згідно з його теорією, прибуток є результатом експлуатації і привласнення неоплаченої найманої праці [7, с. 99].

У свою чергу Мочалов З.М., під прибутком розуміє грошове втілення частини вартості додаткового продукту і визначає як частину заново створеної вартості, виробленої й реалізованої, готової до розподілу [8].

З погляду Огійчук М.Ф., прибуток являє собою додаткову вартість, яка створюється під час процесу виробництва понад вартість виробничих ресурсів та робочої сили що були використані. Прибуток є якісним показником, оскільки він синтезує всі сторони діяльності підприємства, характеризує ефективність його господарської

діяльності в цілому. Головною метою управління прибутком є визначення шляхів найбільш ефективного його формування та оптимального розподілу, що спрямовані на забезпечення розвитку діяльності підприємства та зростання його ринкової вартості [9].

Філімоненков О.С. вважає, що прибуток – це грошовий вираз вартості реалізованого чистого доходу, основна форма грошових накопичень господарюючих суб'єктів. Він характеризує дохідність підприємства від проведення відповідних заходів, окупленість вкладених витрат і використаного майна в результаті проведення заходів [4, с. 203–204].

Прибуток – перевищення доходу над витратами. З економічної точки зору прибуток – це різниця між грошовими надходженнями і грошовими виплатами. З господарської точки зору прибуток – це різниця між майновим станом підприємства на кінець і початок звітного періоду [10, с. 117].

Розглянувши теоретичні аспекти, а також думки різних науковців, можемо зробити висновок про відсутність єдиного визначення поняття прибутку підприємства. Тому це дає підґрунтя для подальшого наукового дослідження.

Список використаних джерел:

1. Господарський кодекс України від 16.01.2003 № 436–IV. URL: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/436-15>
2. Оверченко В. І., Мажак З. М., Софій М. І. Мікроекономіка : Навчальний посібник / за наук. ред. О. Л. Ануфрієвої. Івано-Франківськ : «Лілея-НВ», 2015. 348 с.
3. Бойчик І.М. Економіка підприємства : підручник. Київ : Кондор, 2016. 378 с.
4. Непочатенко О.О. Фінанси підприємств: [навч. посіб.] / О.О. Непочатенко. Київ : Центр навчальної літератури, 2013. 504 с.
5. Сміт А. Добробут націй. Дослідження про природу та причини добробуту націй. Київ : Port-Royal, 2001. С. 38.
6. Економічна теорія: Політекономія : Підручник / За ред. Е45 В.Д. Базилевича. 6-те вид., перероб. і доп. Київ : Знання-Прес, 2007. 719 с.
7. Кокарев І.В. Основи економічної теорії : курс лекцій. Дніпро : Дніпроп. держ. ун-т внутр. справ, 2017. 220 с.
8. Мочалова З.М., Поспелов О.В. Методичні інструментарії та сучасні проблеми аналізу фінансових результатів. *Комунальне господарство міст*. 2011. № 3. С. 221–227.

9. Огійчук М.Ф. Суть прибутку та підходи до методики його визначення. *Економіка АПК*. 2015. № 3. С. 7–21.

10. Економіка і бізнес : підручник / за ред. д.е.н., проф. Л. Г. Мельника, д.е.н., проф. О. І. Карінцевої. Суми : Університетська книга, 2021. 316 с.

ІННОВАЦІЇ ТА ІНВЕСТИЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ

Кожухар В.В.

аспірантка,

Вінницький національний аграрний університет

ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ПРОДУКЦІЇ САДІВНИЦТВА В УКРАЇНІ

Галузь садівництва відіграє важливу роль в сільському господарстві України. Україна має великий потенціал у вирощуванні продукції садівництва, що може бути надійним партнером на світовому ринку фруктів. Варто зазначити, що Україна володіє можливістю вирощувати багато видів продукції садівництва, а також створювати нові сорти фруктів, які в інших державах не вирощуються, тобто заповнити прогалини на ринку.

Активізація інноваційної та інвестиційної діяльності підприємств галузі садівництва зумовлює особливу важливість питань теорії, методології та методик їх оцінки, аналізу стану і розвитку на рівні регіону і вибору напрямків якісних перетворень, як в масштабах комплексу, так і кожного підприємства зокрема. Крім того, системне регулювання інноваційно-інвестиційної діяльності на мікрорівні сприяє вдосконаленню методів і засобів, прийняття управлінських рішень та оцінку їх наслідків. На науковій базі забезпечується спрямованість управління інноваційним розвитком підприємств щодо підвищення рівня рентабельності, збільшення обсягу виробництва, переробки, зберігання і реалізації продукції в галузі садівництва [1].

Садівництво – це складова частина сільського господарства, що є пріоритетною галуззю агропромислового комплексу України, головною продукцією якої є: плоди, ягоди, горіхи, і продукти їх переробки.

Сьогодні структура економіки України характеризується наявністю суспільної форми господарства, представленої сільськогосподарськими підприємствами різноманітних форм власності і господарювання,

сімейно-індивідуальних домогосподарств, представленими селянськими (фермерськими) і особистими підсобними господарствами. Сучасні реформи привели до того, що старі форми організації сільського господарства зруйновані, а нові ще повністю не сформувалися і не адаптувалися до ринкових умов, що в свою чергу не сприяє організації ефективному виробництву [1].

Галузь садівництва є досить складним видом сільськогосподарської продукції, тобто ретельної уваги потребує обробіток плодів та ягід, що засновані на комплексному використанні природних, матеріальних, фінансових та трудових ресурсів, в ринкових умовах, що орієнтуються на забезпечення високої економічної ефективності виробництва. Економіка ринку підприємств галузі садівництва, здебільшого ґрунтується на державному субсидуванні, а також податковому та інвестиційному стимулюванні. Одним з найважливіших напрямків підвищення ефективності садівництва в умовах конкуренції є вдосконалення організаційно-економічного механізму функціонування галузі.

Садівництво України істотно відрізняється від садівництва більшості країн світу. Ця відмінність полягає в тому, що в нашій країні основну масу продукції галузі (до 90%) дають нетоварні або дрібнотоварні господарства – особисті, підсобні, садово-городні, присадибні. На частку організацій, які вирощують товарні фрукти, припадає трохи більше 10% врожаю. З економічної точки зору це ненормальна ситуація. Велика питома вага нетоварного сектору – ознака відсталості виробництва та одночасного свідчення неблагополуччя в системі економічних відносин.

Черевко О.В. зазначає, що в інноваційному розвитку садівництва важливе значення має державне регулювання, що сприяє здійсненню необхідних капітальних вкладень. Стимулююча державна політика повинна використовувати кредитно-фінансовий механізм у вигляді пільг організаціям, які реалізують інноваційні проєкти [1].

Інновації є невід'ємною складовою функціонування ринкового механізму, оскільки це – основа ефективного розвитку сільськогосподарського підприємництва, засіб конкурентної боротьби, фактор формування споживчого попиту та вартості продукту або послуги. Специфіка виробничого функціонування

підприємств галузі садівництва характеризується такими основними проблемами реалізації інновацій, що зображено на рис. 1.



Рис. 1. Основні проблеми реалізації інновацій на підприємствах садівництва

Джерело: розроблено автором за даними [2, с. 69]

Інноваційна діяльність на підприємствах садівництва безпосередньо залежить від процесів створення нових й відтворення наявних насаджень та пов'язаних із цим капітальних вкладеннях. Породно-сортовий склад та структура багаторічних насаджень значно впливають на рівень розвитку та ефективність садівничих підприємств [3, с. 133].

Отже, підсумовуючи вище зазначене до переваг інноваційного розвитку на підприємствах садівництва необхідно виділити наступне:

- отримання інформації про результати і досягнення на підприємствах садівництва;
- концентрація насаджень у зонах, найбільш сприятливих для їх вирощування;
- технологічне переоснащення і переозброєння підприємств садівництва;
- запровадження екологічно-чистих технологій на підприємстві.

Список використаних джерел:

1. Черевко О.В., Франів І.А., Корпало І.Р. Інноваційно-інвестиційний розвиток плодово-ягідної галузі в регіонах України. *Економіка та суспільство*. 2021. № 28. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/531> (дата звернення: 15.02.2022).
2. Сіренко Н.М. Управління стратегією інноваційного розвитку аграрного сектора економіки України : монографія. Миколаїв, 2010. 416 с.
3. Шестопаль О.М., Рудьєв В.А., Кондратенко П.В. Економіка та організація промислового садівництва України : навч. посіб. / за ред. д-ра економічних наук О.М. Шестопаля. ІС УААН. Київ : ННЦ ІАЕ, 2010. 334 с.

ДЕМОГРАФІЯ, ЕКОНОМІКА ПРАЦІ, СОЦІАЛЬНА ЕКОНОМІКА І ПОЛІТИКА

Творидло О.І.

аспірант,

Львівський національний університет імені Івана Франка

РОЗВИТОК СОЦІАЛЬНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ

Найперша ціль реформи соціально-економічної інфраструктури є збереження та здійснення ефективного функціонування та розвитку сфери послуг для задоволення соціально-культурних, житлово-комунальних та побутових потреб громадян. Однією з провідних компонентів економіки розвинених держав є соціальна інфраструктура. Вона впливає на всі аспекти діяльності та життя людства, а також на внутрішньогосподарські функції розвитку, несе одну із головних ролей у вирішенні проблем людей у соціальній сфері. Від рівня її розвитку залежить ефективність розв'язання не тільки проблем у соціальній, економічній, політичній, але і в інших сферах життя країни. Явища, які здійснюються в сфері економіки нашої країни, на сьогодні, визначають нові пріоритети в розвитку соціальної інфраструктури. Роль зростання та пришвидшення соціально-економічного розвитку держави, у формуванні потенціалу праці, у збільшенні рівня життя громадян зумовлює актуальність вивчення даної проблеми, здійснення наукових досліджень, на рахунок питань теорії, методології, практики розвитку соціальної інфраструктури.

Проблема, щодо розвитку сфери соціуму через призму економічної діяльності простежується тільки в контексті організації життя людства в кордонах спеціальних меж, територіальної організації праці. До числа сфери соціуму в регіоні належать організації, які спричиняють відтворення громадян, установи охорони здоров'я, соціального захисту населення, організація санаторно-курортного, туристично-

готельного обслуговування, фізкультури та спорту. Завданнями установ регіонів, які продукують відтворення населення – задовольнити потреби громадян.

Соціальна інфраструктура, яка є високорозвиненою є важливою та обов'язковою передумовою, рушійним чинником для поліпшення рівня життя громадян, піднесення соціально-економічного розвитку та створення соціально направленої економіки. Соціальна інфраструктура має вплив на сферу відродження трудових кадрів через призму формування фізичних та інтелектуальних здібностей до праці, створюючи умови для збільшення рівня освіти, кваліфікації, культури, поліпшення середовища праці, організації дозвілля та відпочинку [1].

На тлі загальнодержавної політичної, економічної, демографічної криз дуже важливим є аналіз та розв'язок більшість проблем громадян у соціумі, без вирішення яких не буде можливості для усунення багатьох питань на рахунок соціальної забезпеченості потреб населення. В умовах прискорення різноманітності темпів росту рівня життя в найбільш різноманітних соціальних та вікових груп громадян, доцільно спостерігати тенденцію зародження новітніх потреб, задоволення яких на підґрунті існуючої (старої) соціально-економічної інфраструктури на рахунок наявних потреб нездійсненне. Фігурує невідповідність розвитку вже існуючих мереж соціальної інфраструктури на рахунок наявних потреб теперішніх поколінь як в аспекті регіонів, так і держави в цілому.

Соціальна сфера розвивається відповідно політиці соціуму, яку утворює країна згідно умов національного, культурного та духовного життя. Зміст сьогоднішньої політики в країні означає побудова соціально-направленої економіки, яка сприятиме наданні всього, чого потребує людство для комфортного функціонування згідно європейських вимог; зароджується новітній тип солідарності різних верств населення, свідомої коаліції громадян, які йдуть стежиною розбудови вільної демократичної країни. Дана політика повинна сприяти утворенню достатньої кількості місць для роботи, умов підвищення кваліфікації та оволодіння новими спеціальностями, пропагандувати здоровий спосіб життя, охорону праці, покращення медичного сервісу та профілактичного контролю.

Соціальна політика країни впливає з важливості надання спеціальної допомоги певним верствам населення, таким як бідні, самотні люди похилого віку та ті, хто втратив працездатність і можливість піклуватися про себе. Поряд з цим проголошується життєздатність поєднання свободи громадян з їхньою відповідальністю: кожного перед суспільством і суспільства за кожного громадянина держави. Згідно з положеннями соціальної політики громадянам країни мають бути дані рівні стартові можливості – зрозумілі і справедливі; тільки соціальна справедливість сприяє солідарності громадян у суспільстві, створює передумови до соціального консенсусу, взаємодії та гармонії у повсякденному житті [2]. Розвиток сфер соціальної інфраструктури породжує передумови для попередження міжрегіональної міграції громадянства.

Розвиток усіх галузей обслуговування громадян повинен бути комплексний. Умовами комплексного розвитку соціальної інфраструктури в регіонах:

- урахування чинників, які розповсюджуються на регіони та визначають об'єм та структуру потреб жителів у послугах;
- досягнення оптимальних кордонів та внутрішньо-регіональних пропорцій у розвитку соціальної інфраструктури;
- обґрунтоване визначення об'ємів вкладень капіталу у сфері соціальної інфраструктури та їх розподіл за підгалузями.

На сьогоднішній день, розвиток галузей соціальної інфраструктури ще відстає від реальних потреб населення, в зв'язку з успадкованою Україною системою економіки, яка значно відстає. Україна виробляла сировину частіше для виробництва чи мілітарних потреб, а на соціальну інфраструктуру залишалось дуже мало коштів. В умовах сучасності соціальна інфраструктура являє собою ланку, яка потрібна для розвинутої системи суспільного розподілу праці. Це стосується матеріального виробництва та соціальної інфраструктури де важливу роль відіграють відносини в сфері економіки [3].

Економічні взаємовідносини в соціальній інфраструктурі за своїм змістом є відносинами споживчого, нематеріального виробництва та виявляють себе, в першу чергу, як економічні відносини – доведення до матеріальних потреб для споживання і являють собою відносини обміну, поділу і споживання матеріальних благ. Специфіка відносин в

сфері економіки щодо створення послуг визначені процесом утворення послуг у соціальній інфраструктурі, які на ряду з цим є процесами споживання матеріальних благ. Отже, відносини щодо утворення послуг у соціальній інфраструктурі є як відносинами суспільного ужитку продукції, яка створена у матеріальному виробництві.

Ефективність економічного спрямування демографічної установи соціальної інфраструктури має право на існування тільки при урахуванні системи чинників, які впливають на зосередження об'єктів, їх угруповань, аспектів діяльності. Усю систему чинників необхідно диференціювати на 4 категорії: соціально-економічні, які охоплюють рівень розвитку території в економічній сфері; соціально-демографічні, які враховують кількість громадян, його розташування та здійснення виробництва ресурсами праці; природно-географічні, які надають кількісну та якісну характеристику складникам об'єктів, умови їх експлуатації та застосування; техніко-економічні чинники, що враховують науково-технічний прогрес, форми організації народу та інші. Окрім цього, специфічним та провідним чинником, який має вплив на розвиток та розташування соціальної інфраструктури є інфраструктура виробництва [4].

Організація, яка зосереджена на соціальній інфраструктурі повинна задовольняти наступні критерії: збалансованість системи з іншими структурами; комплексність як на рівні однієї області, так і певного населеного пункту; оптимальність об'ємів об'єкта; відповідність виробничих потужностей та технічного облаштування об'єктів до потреб народу.

Для того, щоб уникнути негативних наслідків на розвиток країни у соціально-економічній сфері, її першочерговими завданнями мають стати системні заходи щодо кардинального реформування в сфері соціальної політики, а саме:

1. Для формування реалістичного стану відтворення процесів у сфері соціально-економічного розвитку країни, покращення аналізу поточних процесів та подальшої розробки ефективних побажань й прийняття обґрунтованих раціональних рішень, координації діяльності на рахунок виправлення неативних тенденцій потрібно невідкладно впровадити систему, що буде діяти, як система перманентного моніторингу та оперативного оприлюднення

провідних характеристик соціального розвитку держави. Це вимагає поліпшення методики публікації статистичних даних Держкомстатом України і збільшення ролі у даній сфері Міністерства соціальної політики.

2. Що стосується особистих доходів громадян, то ми повинні:

Здійснити забезпечення гідної індексації соціальних виплат та допомог з врахуванням майбутніх прогнозів інфляції. В першу чергу йде мова про соціальний пакет: допомога на дітей, материнський капітал, а також виплати, які надаються в межах закону про соціальну підтримку певних верств населення, тих хто має право на отримання соціальної допомоги з боку країни;

Щоб уникнути наростання соціальної напруженості між громадянами, необхідно вживати заходів проти кризи заробітної плати (виплата заробітної плати – погашення боргів) у районах, де ситуація найбільш виражена.

3. Щодо демографічної політики:

Запустити систему моніторингу умов праці, статистики та системи охорони здоров'я населення, аналізуючи національні та регіональні порівняння, відзначаючи причини зменшення чисельності населення;

Збільшити типи та об'єми надання кредитів з демографічною метою, насамперед надання пільгових кредитів сім'ям, які тільки розпочали сімейне життя та мають дітей.

4. У трудових відносинах варто:

Здійснити формування інформаційно-аналітичної бази для простеження кадрових ресурсів та створення реєстрів поточних кадрових ресурсів, метою яких є систематичний моніторинг стану структури професійної кваліфікації, розвитку професійної кваліфікації, працевлаштування та ринок праці з певною кореляцією та оцінкою ситуації;

Розробити заходи щодо зменшення регіональних трудових диспропорцій шляхом прискорення розвитку слабозвинених та найбільш постраждалих в кризовий час територій.

Державна соціальна інфраструктура занедбана і не відповідає потребам населення. Рівень розвитку соціальної інфраструктури відображає якість життя населення і соціального захисту. В умовах економічної кризи та політичної нестабільності країни розширення та

реконструкція соціальної інфраструктури здійснюється повільними темпами. Розвиток будь-якого регіону лікувальними, освітніми та культурними закладами – це збереження, стабілізація та відбудова національного багатства держави, тобто її населення. Регіональний розвиток – це сталий соціальний, економічний та екологічний розвиток міст і сіл, спрямований на створення економічного потенціалу та ідеального середовища життя для нинішнього та майбутніх поколінь шляхом управління ресурсами, технологічної трансформації та реорганізації, розвитку промисловості, транспорту, інженерії, екологічної інфраструктури, покращення умов життя та охорони здоров'я, примноження різноманіття культурної спадщини.

Список використаних джерел:

1. Мазур А.Г. Регіональна економіка: проблеми відтворення і управління. Київ : РВПС України НАН України, 2000. 261 с.
2. Механізми формування регіональних пріоритетів розвитку аналітична доповідь. Київ : НІСД, 2013. 88 с.
3. Політика регіонального розвитку в Україні: особливості та пріоритети. Аналітична доповідь / За ред. З. Варналія. Київ, 2005. 62 с.
4. Сергеев И., Кирсанова Н., Кирсанова И. Развитие социальной сферы: приоритеты регулирования. *Економист*. 2007. № 1. С. 46–55.
5. Соляр В.В. Сучасні методик визначення стану і розвитку об'єктів інфраструктури регіону. *Бізнесінформ*. 2010. № 10. С. 24–27.
6. Коляденко С.В. Цифрова економіка: передумови та етапи становлення в Україні та світі. *Економіка. Фінанси. Менеджмент: актуальні питання науки і практики*. 2016. № 6. С. 105–110.
7. Краус Н.М., Голобородько О.П., Краус К.М. Цифрова економіка: тренди та перспективи авангардного характеру розвитку. *Ефективна економіка*. 2018. № 1. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6047> (дата звернення: 20.11.2021).
8. Пуцентейло П.Р., Гуменюк О.О. Цифрова економіка як новітній вектор реконструкції традиційної економіки. *Інноваційна економіка*. 2018. № 5–6 (75). С. 131–143.

ГРОШІ, ФІНАНСИ І КРЕДИТ

Врублевський О.Б.

студент,

Львівський національний університет імені Івана Франка

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ІНСТИТУЦІЙНА АРХІТЕКТОНІКА СТРАХОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ

Сучасний етап розвитку національної економіки характеризується функціонуванням відповідної інституційної структури, елементи якої є основною та рушійною силою економічного розвитку. Безперервність суспільного відтворення забезпечує такий економічний інститут, як страхування.

Інститут страхування є невід'ємною частиною будь-якої розвиненої ринкової економіки. Розвиток інституту страхування країни є чинником підвищення конкурентоспроможності економіки, індикатором якості та рівня життя населення, розвитку інвестиційного потенціалу загалом тощо.

Відповідно до загального економічного розвитку в останні роки розвивався і вітчизняний страховий ринок. Розвиток ринку страхування обумовлено зростанням обсягів кредитування, запровадженням обов'язкових видів страхування. Однак рівень проникнення страхових послуг в Україні залишається незначним у порівнянні з аналогічним показником у розвинених країнах. Крім того, розвиток українського страхового ринку було призупинено фінансово-економічною кризою, що настала.

Формування впливового страхового ринку потребує, перш за все, створення оптимальної організаційно-інституційної архітекtonіки страхового ринку, підвищення довіри споживачів до страхових послуг, заохочення інвесторів та іноземних страхувальників, розвитку системи платоспроможності страхування.

Організаційно-інституціональна архітекtonіка страхового ринку формується відповідно до діючої організаційно-структурної та

соціально-економічної взаємодії формальних та неформальних інститутів, державних та не державних інфраструктур спрямованих на формування необхідного рівня надання та споживання страхових послуг [7].

Організаційно-інституціональна архітектура страхового ринку зумовлена такими причинами (рис. 1):

Причини формування організаційно-інституціональної архітектури страхового ринку

- 1) взаємодія між суб'єктами страхового ринку безпосередньо потребує чіткості представлення «правил гри» у напрямку визначення прав й неухильного дотримання визначених обов'язків учасниками відповідного страхового процесу;
- 2) реалізація комплексних соціально-економічних й суспільно-політичних інтересів страховиків та страхувальників на основі чинних договорів страхування;
- 3) сприяння забезпечення координації відповідних дій державних й недержавних інституцій, різного роду групових й індивідуальних інтересів, що орієнтовані на активізацію страхового захисту різних суб'єктів господарювання;
- 4) активізація адаптаційних перспективних можливостей (залучення потужностей для вироблення інноваційних страхових продуктів, поступового розширення системи покриття відповідних ризиків у виробництві тощо) вітчизняного ринку страхування до поступового його інтеграції у європейський страховий простір.

Рис. 1. Причини формування організаційно-інституціональної архітектури страхового ринку

Джерело: [7]

Інституціональні зрушення відбуваються на основі організаційних трансформацій спрямованих на забезпечення результативних напрямів та механізмів встановлення ефективної соціально-економічної взаємодії між усіма учасниками національного страхового ринку.

У той же час формальні інститути характеризуються чіткою та врегульованою формою взаємодії із публічними організаціями адже вони є обов'язковими для усіх страхових компаній. Вони встановлюють чіткі механізми прав та обов'язків що дотримання формальних норм на страховому ринку.

Діяльність формальних інститутів страхового ринку є більш автоматизованою, що дає змогу знизити рівень невизначеності інституціональної архітектури ринку страхових послуг та проводити більш складні процедури [4].

Відповідальним суб'єктом за формування та діяльність формальних інституцій страхового ринку є держава. Основними компонентами є законодавчі норми та механізми функціонування, а також ефективний взаємозв'язок між ними.

Формальні інституції поділяють на базові та специфічні формальні інституції.

За сучасних умов національної економіки важливими формальними інституціями страхового ринку є:

- інститут власності (проявляється у захисті приватної власності економічних суб'єктів та існуванні приватних страхових компаній);
- інститут верховенства права (дотримання діючих норм законодавства всіма учасниками страхового ринку), який разом з інститутом власності забезпечує свободу ведення страхового бізнесу;
- інститут грошового обігу (однією з основних ознак страхування є те, що при страхуванні виникають грошові розподільчі та перерозподільчі відносини, що обумовлені наявністю грошового та страхового ризику);
- інститут ціноутворення (визначає та впливає на формування тарифної політики страховиків);
- інститут політичної, правоохоронної та судової системи (як фактор захисту та дотримання прав і виконання обов'язків суб'єктів страхових відносин).

До специфічних формальних інституцій відносять:

- страхові відносини між страховиком та страхувальником (оформлення та пролонгація страхових договорів, механізми здійснення страхового відшкодування, права і обов'язки сторін договору);
- правила (умови) й договори страхування;
- інститут регламентованої кооперації та партнерства;
- інститут страхового омбудсмена, громадське регулювання страхового ринку, товариства захисту прав страхувальників.

Щодо неформальних інституцій слід виокремити такі як: інформаційні, еволюційні, етичні та трансакційні.

Перш за все, неформальні інституції страхового ринку являють собою характерні джерела даних щодо менталітету, вподобань та звичаїв людей. У такому випадку на етапі страхування дуже важливо враховувати асиметричність інформації та значний рівень недовіри між страховиком та страхувальником. Саме тому відзначається необхідність у пошуку достовірних даних щодо страховиків та їх послуг.

Крім того, неформальні інституції являються комплексом морально-етичних норм, які є притаманними для суспільства, що проживає на певних територіях. У такому випадку, на етапі страхування слід звернути увагу на ментальні особливості об'єктів страхування, їх вподобання та звичаї.

По-третє, неформальні інститути змінюються і розвиваються разом із різноманітними трансформаціями в житті людей, передаючи наступним поколінням сформований досвід, закріплюючи ті неформальні правила, які є найбільш ефективними, й інколи перетворюються в формальні інститути.

На сьогодні постає нагальна необхідність в активізації завдань відповідальності органів влади на всіх рівнях управління за дотримання положень такого Закону й інших законодавчих актів з метою забезпечення динамічного процесу щорічного виділення певних державних субсидій на поступову компенсацію страхових платежів.

Визначальними характеристиками організаційно-інституційної архітектури забезпечення розвитку страхового ринку слід вважати [6]:

а) насамперед для страхових компаній – спроможність поступово генерувати процес поступового надання більш широкого спектра належних послуг, тим самим нарощуючи поступову капіталізацію у процесі реалізації страхової діяльності;

б) потенційним страхувальникам – перспективна можливість формувати відповідний платоспроможний попит з метою отримання належного асортименту страхових послуг, відповідно до наявних потреб у дієвому страховому захисті;

в) щодо страхових посередників – безпосередньо професійно відстоювати різні соціально-економічні інтереси відповідних страховиків й страхувальників на етапі підготовки, безпосередньо укладання, дії й дотримання умов визначеного договору щодо страхування, сприяючи цим самим зростанню рівня ділової активності всіх учасників страхового процесу.

Інтеграція можливостей для учасників страхового ринку має безпосередньо забезпечити досягнення запланованого синергетичного ефекту від поступового розподілу ризиків та відповідальності у просторі й часі.

Тому важливим завданням для економіки України є створення власної страхової екосистеми, яка враховувала б теперішні і майбутні потреби представників всіх груп екосистеми, як споживачів послуг, так і засновників створення таких послуг.

Отже, організаційно-інституціональна архітектура страхового ринку свідчить про перспективність її реформування у напрямі становлення ефективних організаційно-структурних, нормативно-правових, соціально-економічних й культурно-моральних аспектів між взаємовідносинами учасників страхового процесу. Представлені заходи орієнтовані на підвищення інституціональної спроможності суб'єктів страхового ринку з метою забезпечення відтворення комплементарної відповідальності за відповідні ризики.

Список використаних джерел:

1. Временко Л.В., Деркач К.І. Сучасні тенденції розвитку конкуренції та монополізації на вітчизняному страховому ринку. *Бізнес Інформ*. 2019. № 3. С. 358–364.

2. Зайченко К.С., Дзюбенко В.М. Страховий ринок України: сучасний стан та перспективи розвитку. *Приазовський економічний вісник*. 2019. Випуск 5(16). С. 270–275.

3. Житар М.О., Ясентюк А.С. Тенденції розвитку страхового ринку України / Фінанси, банківська система та страхування в Україні: стан, проблеми та перспективи розвитку в кризовій економіці : IV Міжнар. наук.-практ. конф., 02–03 березня 2021 р. / Мін-во освіти і науки України, Дніпровський держ. аграрно-економічний ун-т, Навч.-наук. ін-т економіки. Дніпро : ДДАЕУ, 2021. С. 189–192.

4. Журавка О.С., Пахненко О.М., Сухомлин А.А. Дослідження концентрації та конкуренції на страховому ринку України. *Вісник Сумського державного університету. Серія «Економіка»*. 2019. № 1. С. 26–35.

5. Інформація про стан і розвиток страхового ринку України. Національна комісія, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг. URL: <https://www.nfp.gov.ua/ua/Informatsiia-pro-stan-i-rozvytokstrakhovoho-rynku-Ukrainy.html>

6. Клименко О.В. Методологія оцінювання стану і концентрації ринку страхування при його державному регулюванні. *Вісник НАДУ. Серія «Державне управління»*. 2020. № 3. С. 36–42.

7. Нечипоренко А.В. Державне регулювання страхової діяльності в Україні: теоретичний аспект. *Ефективна економіка*. 2021. № 7.

Кукуруза К.Р.

студент,

Науковий керівник: Гатаулліна Е.І.

кандидат економічних наук, доцент,

Вінницький торговельно-економічний інститут

Київського національного торговельно-економічного

університету

РОЗВИТОК ФОНДОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ

Сьогодні фондовий ринок – це основний пункт для перерозподілу фінансових інструментів. Цей вид ринку є не менше важливим за інші, адже виступає потужною платформою для реалізації можливостей з мобілізації фінансових ресурсів та зародження низки нових конкурентоспроможних інструментів інвестування. Розвиток фондового ринку в Україні безумовно впливає на рівень національної економіки. Дивлячись на це, можна сказати, що розвиток фондового ринку в Україні є вкрай важливим та актуальним питанням. В Україні для того, щоб відновлювати економіку необхідно також займатися розвитком фондового ринку. Український біржовий ринок цінних паперів досі перебуває на етапі становлення. Основними джерелами

для залучення інвестицій залишаються: акції, облігації та інвестиційні сертифікати і ситуація не змінюється вже близько 10 років.

В статті проаналізовано показники фондового ринку України та зроблено порівняння обсягу біржових контрактів з цінними паперами на організаторах торгівлі за видами ринку діючих фондових бірж. Виокремлено можливі напрями подальшого розвитку фондового ринку України.

Первинний ринок цінних паперів – ринок перших і повторних емісій (випусків) цінних паперів, на якому здійснюються їх початкові розміщення серед інвесторів. Рамки цього ринку фактично обмежуються першим актом купівлі-продажу цінного паперу. На цьому етапі емітент передає майнові права на свою власність (частину власності) іншим особам, одержуючи за це грошові кошти для інвестиції. Після цього цінний папір переходить на вторинний ринок цінних паперів [1].

Вторинний ринок – це ринок, на якому відбувається купівля-продаж цінних паперів, випущених в обіг раніше. Покупці на вторинному ринку укладають угоди не з емітентом, а з новими власниками цінних паперів.

Розглянемо обсяг біржових контрактів з цінними паперами на первинному та вторинному ринку України протягом 2019–2021 років у таблиці 1.

Таблиця 1

Обсяг біржових контрактів з цінними паперами на організаторах торгівлі за видами ринку протягом 2019–2021 років

	Усього на первинному ринку (Спотовий та строковий ринок), млн. грн.			Усього на вторинному ринку (РЕПО, спотовий та строковий ринок), млн. грн.		
	2019	2020	2021	2019	2020	2021
УБ	2691,08	0,00	100,30	1149,09	2413,95	10881,11
ПФТС	552,88	246,45	420,45	114205,08	131288,08	200779,89
ПЕРСПЕКТИВА	7,80	0,00	0,00	186355,43	201455,17	201453,37
УМВБ	0,00	0,00	0,00	4,36	6,77	10,72
Усього	3251,76	246,45	520,75	301713,96	335163,97	413125,09

Джерело: розроблено автором за джерелом [2]

На основі даних чотирьох фондових бірж, проаналізовано первинний ринок протягом 2019–2021 років (табл. 1). З огляду на показники, видно таку тенденцію: з кожним роком показники вторинного ринку збільшуються, причому стосується це усіх фондових бірж, зазначених в таблиці нижче. Такого не можна сказати про первинний ринок, хоча й він розвивається достатньо добре. Так, у 2019 році обсяг біржових контрактів з цінними паперами на первинному ринку становив 3251,76 млн. грн., на 2683,34 млн. грн. (45,21%) менше за попередній рік. У 2020 р. 246,45 млн. грн., що на 3005,31 млн. грн. (92,42%) менше ніж в попередньому році. Але в 2021 році обсяг біржових контрактів становить вже 520,75 млн. грн., що більше на 274,3 млн. грн. (111,3%), ніж у 2020 р.

Що стосується вторинного ринку, то показники значно перевищують первинний ринок, тому результати розрахунків такі: у 2019 році обсяг біржових контрактів становив 301713,96 млн. грн., у 2020 р. 335163,97 млн. грн., а це на 33450,01 млн. грн. (11,09 %) більше за 2019 р. Станом на 2021 рік обсяг склав 413125,09 млн. грн., і збільшився за попередній рік на 77 961,12 млн. грн. (23,26%).

Оскільки вторинний ринок розвивається краще, провівши розрахунки, показники у 2019 році на вторинному ринку 301713,96 млн. грн., що більше на 298462,2 млн. грн., ніж на первинному, у 2020 році на вторинному збільшився показник у порівнянні з первинним на 334917,52, а у 2021 р. на 412604,34 млн. грн. збільшились обсяги біржових контрактів з цінними паперами.

Обсяг біржових контрактів з цінними паперами протягом січня-грудня 2019 року на організаторах торгівлі на вторинному ринку становив 98,93% від загального обсягу біржових контрактів протягом зазначеного періоду, а також протягом січня-грудня 2020 року становив 99,93% від загального обсягу біржових контрактів протягом вказаного раніше періоду.

Обсяг торгів фінансовими інструментами протягом січня-листопада 2021 року на операторах організованих ринків капіталу на вторинному ринку становив 99,87% від загального обсягу торгів фінансовими інструментами протягом цього періоду [2; 3].

З огляду на те, що фондовий ринок має важливе значення для нашої економіки і його розвиток є не комплексним, адже первинний ринок

значно відстає від темпів розвитку вторинного ринку, можна стверджувати, що фондовий ринок України у недостатньому обсязі виконує функції, покладені на нього. Динаміка діяльності українського біржового ринку бажає кращого: різко зменшуються обсяги торгівлі, більшість організаторів торгівлі фондовими інструментами є безприбутковими. Лише за допомогою системного підходу до оздоровлення українського ринку цінних паперів можна подолати наведені труднощі. Такий підхід має включати вдосконалення законодавства як на рівні діяльності організаторів торгівлі, так і на рівні підходів до функціонування акціонерних товариств.

Список використаних джерел:

1. Визначення «первинного ринку цінних паперів». URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Первинний_ринок_цінних_паперів
2. Національна комісія цінних паперів та фондового ринку / Основні показники ринку. URL: <https://www.nssmc.gov.ua/news/insights/>
3. Миськів Г.В., Висоцька І.Б., Чапляк Н.І. Фондовий ринок України: сучасний стан та перспективи розвитку. *Інфраструктура ринку*. 2021. Випуск 58. С. 94–98.

ФІНАНСИ ТА ПОДАТКОВА ПОЛІТИКА

Наконенчна Т.Ю.

студентка,

Науковий керівник: Вергелюк Ю.Ю.

кандидат економічних наук, доцент,

Державний Податковий університет

ФІНАНСОВА ІНКЛЮЗІЯ ЯК ОДИН ІЗ ПРІОРИТЕТІВ СТРАТЕГІЇ НАЦІОНАЛЬНОГО БАНКУ УКРАЇНИ

Питання фінансової інклюзії є досить актуальним сьогодні. Майже третина населення світу не мають доступу до базового банківського рахунку. Тому провідні міжнародні організації визначають фінансову інклюзію однією з цілей власної діяльності. За даними Світового банку, більше 100 країн світу мають або вже розроблену національну стратегію з фінансової інклюзії, або вбудовані компоненти фінансової інклюзії до ширших національних стратегій [1]. Національний банк України – не виняток. Розвиток фінансової інклюзії є однією із стратегічних цілей його діяльності.

Організація економічного співробітництва і розвитку (англ. Organisation for Economic Cooperation and Development (OECD)) визначає фінансову інклюзію як процес просування доступного, вчасного та повноцінного доступу до широкого спектру фінансових продуктів і послуг, поширення їхнього використання серед всіх прошарків суспільства через впровадження існуючих та інноваційних підходів включно з фінансовою обізнаністю та освітою з метою просування як фінансового добробуту, так і економічної та соціальної інклюзії [1].

Реалізація фінансової інклюзії в Україні планується за такими напрямками [2, с. 19]:

– переведення транзакцій в електронні канали: розвиток електронних платежів, у тому числі за комунальні послуги,

електронних грошей (які випускає Національний банк), платежів з використанням пристроїв мобільного зв'язку;

- поширення використання міжнародних та національних платіжних систем;

- ознайомлення населення з перевагами та прогресивними видами безготівкових розрахунків;

- запровадження віддаленої ідентифікації клієнтів для отримання ними фінансових послуг;

- укладення договорів у безпаперовій формі, у тому числі з використанням електронного цифрового підпису.

Очікується, що результатами впровадження зазначених заходів стануть [2, с. 19]:

- активізація розвитку віртуальних каналів обслуговування та альтернативних платежів на базі інноваційних технологій з використанням пристроїв мобільного зв'язку;

- стійке скорочення обсягу використання готівки;

- зростання рівня користування банківськими продуктами та повернення коштів до банківської системи;

- впровадження моделі дистанційної ідентифікації громадян на базі ЕЦП (електронного цифрового підпису) та системи BankID;

- впровадження документообігу та комунікації між учасниками ринку в електронному форматі з використанням електронного цифрового підпису та печатки.

Незважаючи на те, що кількість активних платіжних карток в Україні становить майже 35 млн шт. (82% від кількості населення станом на 1 квітня 2020 р.), реальний рівень проникнення банківських послуг є суттєво нижчим, особливо в малих містах та селах. За даними Світового банку, частка населення України у віці від 15 років, що має рахунок у фінансовій установі у 2019 р. становила 63%. Це суттєвий прогрес порівняно з 2012 роком (41%), однак Україна все одно відстає від середньосвітового рівня (69%). І це, звісно, залишає місце для поглиблення рівня проникнення фінансових послуг [3].

Здатність споживачів отримати зручний доступ до фінансових продуктів та послуг виступає головним фактором фінансової інклюзії. За дослідженням компанії McKinsey Україна не поступається Сполученим Штатам за кількістю банківських та поштових відділень та випереджає

Польщу за поширенням банкоматів у перерахунку на кількість населення. Однак Україна суттєво відстає від цих країн за охопленням населення банківськими послугами, що обумовлено низьким рівнем проникнення інтернет- та мобільних банківських послуг. Частка клієнтів – фізичних осіб, які активно користуються інтернет- та мобільним банкінгом в Україні у 7-8 разів нижча, ніж у Польщі та США. Якщо в цих країнах понад 95% роздрібних платежів та переказів здійснюється за допомогою дистанційних каналів, то вітчизняні банківські відділення перевантажені операціями з готівкою [3].

Враховуючи вищесказане, вирішення проблем фінансової інклюзії важливе, перш за все, для [1]:

- регуляторів та держави загалом, оскільки залучає усі верстви населення до економічної системи, що у результаті сприяє зростанню економіки через мобілізацію заощаджень населення, інвестування у розвиток економіки держави, диверсифікацію фінансової системи;

- провайдерів фінансових послуг, оскільки збільшує кількість споживачів фінансових послуг;

- споживачів, оскільки вони можуть ефективніше та зручніше використовувати сучасні фінансові послуги, підвищуючи таким чином особистий добробут. фінансова інклюзія сприяє підвищенню та стабілізації доходів, ефективнішому управлінню активами, зменшенню вразливості від економічних криз.

Зарубіжний досвід показує, що високий рівень фінансової інклюзії характерний не лише для країн із високим рівнем розвитку. Так перехід до безготівкової оплати праці працівників рятувальної служби у Сьєрра-Леоне дозволив запобігти зловживанням та припинити страйк співробітників. Можливість здійснювати грошові перекази за допомогою мобільних телефонів стимулювала розвиток фінансової інклюзії у Бангладеш та Пакистані. Прив'язка банківських рахунків до біометричних посвідчень особи в Індії дозволяє громадянам здійснювати розрахунки за допомогою відбитку пальця [3].

За розрахунками Світового банку у звіті Global Findex, 78% дорослого населення світу не мають рахунків в банках. Вони отримують заробітну плату готівкою і при цьому мають мобільні телефони, які можуть використовуватися як інструмент платежів [3].

Враховуючи дослідження впливових організацій та сучасний стан фінансової інклюдії, перспективним є охоплення фінансовими послугами якомога ширших верств населення, зокрема представників мікробізнесу, жителів сільських районів, людей із низьким рівнем доходів, із обмеженими можливостями, людей похилого віку.

Значним є потенціал у переведенні в безготівкову форму транзакцій між українцями та державою (G2C та C2G). Це дозволить суттєво підвищити ефективність цієї взаємодії та скоротити непродуктивні державні витрати (у тому числі, державних банків). Сучасні фінансові технології – це ще й шлях до підвищення продуктивності банківської системи, її прибутковості. Що, в свою чергу, сприятиме підвищенню її стійкості та підвищить привабливість вітчизняних банків для іноземних та вітчизняних інвесторів [3].

Отже, реалізація фінансової інклюдії є дійсно важливим напрямом стратегії Національного банку України. Однак до цього повинні залучатися усі зацікавлені сторони, у т.ч. уряд та безпосередні учасники ринку. Поширення фінансової інклюдії повинно забезпечуватися ринковими механізмами, насамперед мотивацією, а не адміністративними важелями. Більш високий рівень фінансової інклюдії в Україні стимулюватиме здорову конкуренцію на ринку та сприятиме більш повному задоволенню потреб споживачів.

Список використаних джерел:

1. Важливість фінансової інклюдії // Офіційне інтернет-представництво Національного банку України. URL: https://bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=3961976&cat_id=3115908
2. Стратегія Національного банку України // Національний банк України. URL: <https://bank.gov.ua/doccatalog/document?id=64754192>
3. Степанюк С. От лозунгов к делу. Зачем нужна финансовая инклюзия / Ліга. Фінанси. URL: <https://finance.liga.net/ekonomika/opinion/ot-lozungov-k-delu-zachem-nujna-finansovaya-inklyuziya>

СУЧАСНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

Rustam Aslanzade

Student PhD

ISMA University (Riga, Latvia)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5067-639X>

SUSTAINABILITY IN THE SUPPLY CHAINS MANAGEMENT

The concept of sustainability in modern conditions is gaining its further innovative development. The companies strive to create «green» technologies, «green» products, considering the wishes of customers to see not only environmentally friendly products, but also to know that the production process also does not make threats to the environment. So-called "green" alliances can be formed, and they have great advantages: free access to information regarding the environmental friendliness of products (where exactly was manufactured and by what technology, what components, ingredients were used, etc.); consumer trust to the proposed environmental materials; access to new markets, competitiveness; eco-materials, due to their positive characteristics, can create ads for themselves; consumer consultation at any stage (from the production of goods to the moment of operation and the warranty period). In recent years, the eco-technologies, which today have become a new technology trend, following the information and communication technologies and biotechnologies, have gone mainstream. Such topical issues as climate change, environmental pollution, global disasters, etc. – all these factors gave impetus to searching for new solutions.

Over the past decade, the science and technologies development has brought great achievements in the field of economics, construction, ecology, thereby reaching a new level of research, namely eco-technology. Every day, this issue is becoming increasingly relevant, and humanity is striving for optimal interaction with the environment. Since this time, investments in environmental technologies began to grow in the world, that is, a set of measures for the release of goods and the provision of services

allowing assessing, limiting, preventing, correcting, or minimizing harm made to the environment and/or society as a whole.

The prerequisites for the development of eco-technologies are the growth of industrial production and the improvement of legislation; a company and society represented by the state should not only be willing to solve environmental problems, but also have the economic opportunity to implement them. The state should contribute to the formation of the eco-technology market with the help of various programs and mechanisms that are widely used around the world to stimulate the growth of the economy and its particular industries, as well as strengthen strict standards for environmental emissions. In turn, there are negative circumstances, namely, a contradiction of the business' and society's interests in resolving environmental problems. To some extent, the environmental technology market depends on the current environmental policy of the state and may be in a state of forces distribution and strategies determination. The main problem for the environmental technologies formation is the lack of technologies suitable for implementation, and the lack of "commercial" technical solutions.

The main reason for investing in eco-technologies is environmental legislation, the aim of which is to reduce environmental pollution. Special attention is paid to activities related to wastewater, minimization and prevention of air pollution. The introduction of stricter environmental legislation leads to the development of a new industry, the eco-industry.

The implementation of corporate responsibility best practice can be found among global leaders. For example, At Northrop Grumman presents key indicators of social responsibility, including women and different races representation in the company in its reports. The company's social responsibility structure includes not just individual actions or directions, but also the formation of systematic diverse supply chains. For over 13 years, At Northrop Grumman has exceeded the US legal goal of partnering with small businesses of at least 23% of all contractors. In 2018, the company subcontracted 37% of domestic purchases, or \$ 3.1 billion, to small business suppliers, including businesses owned by women, veterans, and minority owners. As part of the Global Supplier Diversity Program, the company is developing partnerships with the small business community to provide technologically advanced products and services that support the supply

chains' growth and development. For example, working with the US Department of Defence's Mentoring Program, the company collaborates with the Centre for Economic Development at the University of Southern California and several historically established colleges and universities to provide cyber-security training to approximately 4,000 vendors.

In addition, in 2008, the company launched a green NG eco-sustainability program aimed at improving operational efficiency and long-term cost savings. For instance, the company sets a target for the amount of greenhouse gas emissions, reducing it by 33% (244 110 cubic tons) compared to 2010. The targets are also set for water consumption (reducing consumption by 155 million gallons per year) and solid waste recycling (an increase from 52% to 62% of the solid waste diversion).

At Northrop Grumman and the Northrop Grumman Foundation are looking to increase community engagement. One of the main activities is to support STEM (Science, Technology, Engineering, and Mathematics) training opportunities for students and lecturers around the world. In 2018, the company provided about \$20 million to various organizations and programs working in the fields of science, technology, engineering and mathematics. The company pays special attention to the social responsibility of companies throughout the supply chain, maintaining its ethical principles within its entire dimension, focusing on the production of the most innovative and affordable technological solutions for customers. In the process of competition, all suppliers go through an assessment process, which identifies companies that are at risk of reduced productivity. Efficiency is assessed in several main categories, including management, technical support, schedule, cost, offer, mission implementation, supply chain management and customer satisfaction, with emphasis on the «most important suppliers» with basic business requirements. At Northrop Grumman, the vision is to be a leader in providing integrated and efficient supply chain solutions by harmonizing and using common strategies, processes, people and systems to create value. The company relies on suppliers that supply raw materials, chemicals, components and subsystems for products, as well as manufacture components and equipment trims, provide software and intellectual property, and also provide some services to end customers (for example, repair or maintenance), and do this is in accordance with all applicable laws, rules and contract terms. In 2018, the

company subcontracted \$ 8.3 billion with a wide supplier base covering all of 50 US states.

The company sets standards of business conduct for all suppliers, employees and subcontractors at all levels. At Northrop Grumman develops and maintains a diverse supply chain that provides an optimal value for the company and customers. The Northrop Grumman Global Supplier Diversity Program Office (GSDP) is an interlink to small and low-income business owners, as well as partners at colleges and universities. The company holds information events for small businesses, offers mentoring programs and sponsors academic, consumer and industry events that support the growth and development of small businesses.

The supply chain control focuses on the following measures: preventing product quality reduction at all stages of its production, banning counterfeit parts, and observing cyber security regulations, protecting intellectual property; for that purpose a special program has been developed to train how to ensure authenticity of materials for supplies throughout the chain, improving product quality, engineering procurement, etc. Thus, only those suppliers who have been trained or tested for training in preventing product quality reduction or getting into the counterfeit product chain are allowed to get to the supply chain (Corporate..., 2018).

References:

1. 2018 CORPORATE RESPONSIBILITY REPORT. The value of performance. NORTHROP GRUMMAN. Retrieved from: <https://www.northropgrumman.com/CorporateResponsibility/Documents/pdfs/2018-noc-cr-report.pdf>

Геева Я.Р.

студентка,

*Харьковский национальный аэрокосмический университет
«Харьковский авиационный институт»*

МЕТОДЫ СОВРЕМЕННОГО МЕНЕДЖМЕНТА

Наука управления – одна из отраслей современных гуманитарных наук. Основное внимание в этой науке уделяется поиску наилучшего способа выполнения задач, поставленных перед персоналом, для достижения целей учреждений в полной мере. Наиболее полное определение менеджмента состоит в том, что это набор правил и принципов, используемых менеджером для использования ресурсов и их использования. Желаемые цели предприятия с минимальными затратами времени, усилий и минимальными затратами.

Это краткое определение менеджмента. Что касается современного управления, это метод, который в основном зависит от управления ресурсами, как человеческими, так и материальными, а также руководства и организации в соответствии с динамическими структурами и, таким образом, позволяет достичь желаемых целей в желаемой форме и удовлетворить потребности бенефициаров для достижения цели и, таким образом, достичь ощущения счастья, удовлетворения и профессионализма сотрудников. Это оптимальный набор человеческих и материальных ресурсов для выполнения желаемого запроса товаров и услуг с точки зрения количества и качества одновременно.

Основные процессы в современном менеджменте

Современный менеджмент фокусируется на ряде основных процессов, которые он считает частью своего плана действий:

Планирование, организация и трудоустройство. Руководство, координация, документация и, наконец, финансовое управление. Стоит отметить, что важность современного управления заключается в лидерстве Организации и стран в целом в направлении прогресса и развития. Кроме того, это ответственность за достижение желаемого успеха в обществах, за их способность использовать имеющиеся человеческие ресурсы или материалы. Следовательно, руководство

играет эффективную роль в достижении успеха или неудачи в работе учреждения и прогресса. Современный административный стиль зависит от навыков людей, а также от знаний и ресурсов денег и времени.

Современные методы управления

Современные методы управления делятся на три основных метода, один из которых зависит от имеющихся человеческих навыков, имеющихся ресурсов и желаемых результатов:

Метод участия

Метод участия: этот метод, как известно, означает, что он зависит от наличия разделения персонала при выполнении задач проекта и использует этот метод в случае сложности выполнения всей работы одного сотрудника, чтобы он не может быть выполнено в одиночку, и метод участия для облегчения процесса разделения задач между сотрудниками для завершения проекта, чтобы каждый человек мог усвоить свою роль и миссию, которые должны быть реализованы в проекте, и придает этому методу чувство ценности и оптимизма сотрудников, а значит, и чувство сопричастности к проекту и достижения максимальной.

Метод рекомендаций

Второй метод – метод рекомендаций. Этот метод используется в некоторых организациях, когда это необходимо, и используется в качестве современного административного метода из-за ситуации, особенно если проект ограничен по продолжительности, то есть ограничен сроком выполнения или участием большого числа сотрудников. и трудно оставить вещи без руководства. В этом методе от менеджера требуется найти типичные ответы на пять основных вопросов (что, где, как, почему и когда), чтобы сотрудники были полностью осведомлены об этом.

Командный метод

Наконец, метод 3 – лучший метод работы. Это идеальный метод для качественной и высокой реализации проекта. Командный подход – один из типичных методов управления проектами. Он побуждает людей делиться знаниями и делиться ими. У результатов могут быть ожидания и ожидания, и команда справится с проблемами быстрее, чем в одиночку.

Следует иметь в виду, что успешная команда зависит от скоординированных и межгрупповых усилий и от коммуникативных навыков. Когда внимание уделяется оценкам, можно определить тех, кто смог внести свой вклад в поддержание духа команды, особенно когда давление уменьшилось.

Список использованных источников:

1. Виханский О.С., Наумов О.И. Менеджмент: человек, стратегия, организация, процесс. Москва, 2003. С. 215.
2. Радугин А.А. Основы менеджмента. Москва : Центр, 2001. С. 285.
3. Максимцов М.М. Менеджмент. Москва : ЮНИТИ, 2001. С. 311–312.

Куцай Ю.О.

студентка;

Хмурова В.В.

кандидат економічних наук, доцент,

Київський національний торговельно-економічний університет

ЕКОНОМІЧНИЙ ЕФЕКТ ВІД ВПРОВАДЖЕННЯ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ В ОРГАНІЗАЦІЇ

Перш за усе, поняття «корпоративна культура» як один із вагомих факторів, що впливає на поведінку в організації, соціально-економічний розвиток, сформулювали Теренс Є. Діл і Аллан А. Кеннеді в 1982 році. Вони виявили, що крім висококваліфікованого персоналу, ефективного управління, інноваційних стратегій, підприємства мають у своєму розпорядженні сильну культуру та особливий стиль, які сприяють успіхам не лише на внутрішньому, а й дають можливість виходу на зовнішні ринки.

У даній статті економічний ефект розглядається через призму забезпечення високої дохідності фірми за рахунок максимізації ефективності виробничого менеджменту та поліпшення діяльності підприємства в цілому. Варто розуміти, що управлінець, що впливає

на стан справ в компанії, відділі, для покращення економічної віддачі повинен керувати ціннісними установками організації – створювати сенс роботи у цій компанії.

Враховуючи оцінку ставлення працівників до складових корпоративної культури для впровадження у будь-який процес: чи виробництво, чи створення пакету послуг для клієнта, можна визначити цінність бренду як емоційного наповнення торгової марки. Відомо, що популяризація бренду у світі підвищує його коштовність та пріоритетність у конкурентному середовищі. Корпоративна культура є однією із складових процесу брендуння. Вона об'єднує підприємство та персонал єдиною місією, єдиною філософією, стратегією розвитку, принципами, цінностями, традиціями, створює репутацію в діловому світі, формує імідж організації. Чим вищий рівень корпоративної культури, тим вищий престиж і конкурентоспроможність підприємства.

Визначено, що рушійною силою раціонального використання економічних факторів, які дозволяють максимально задовольнити необмежені потреби суспільства та підвищити прибутковість підприємства, є інвестування у розвиток інтелектуального потенціалу. Що дозволяє підвищувати продуктивність праці людського ресурсу підприємства, а у результаті отримувати більшу дохідність від реалізації продукції.

На сьогоднішній день, нараховують чотири типи корпоративних цінностей, які успішно застосовуються топ-менеджерами міжнародних компаній:

Core values – основні цінності;

Aspirational values – бажані цінності;

Permission-to-play values – цінність «вхідний квиток»;

Accidental values – другорядні цінності.

Однак, лише поєднання усіх функціональних властивостей дії наведених типів забезпечить успішний поштовх до впровадження працівниками у виробництві або наданні послуг.

Яскравим прикладом впровадження корпоративної культури президентом для своїх підлеглих є мережа кав'ярень «Старбакс»:

створювати робочу обстановку, відноситься один до одного з повагою і гідністю;

приймати різноманіття як один з компонентів бізнесу;

застосовувати найвищі стандарти якості до покупки, обсмажування і доставки кави;

позитивно впливати на наше співтовариство і навколишнє середовище;

зрозуміти, що прибутковість – це запорука нашого майбутнього успіху.

«У своїй компанії ми намагаємося створити культуру самостійності, яка дозволяла б партнерам на всіх рівнях приймати рішення, які стосуються їх роботи. Наша місія – уповноважити кожного на привнесення в те, що він робить, свого неповторного погляду, своїх унікальних навичок. Нехай люди діють самостійно, а не сліпо виконують жорсткі посадові інструкції».

У результаті своїх корпоративних інструкцій найвідоміший бренд кави у світі у 2015 році мав 2 760 000 000 долар США чистого прибутку, акціонерами емітента є приблизно 18 тис. фізичних осіб, інвестиційних фондів і компаній.

Однак, не існує універсального шаблону для організацій різних сфер, бо корпоративна культура – внутрішня унікальність компанії, що є однією із складових комерційної таємниці та полягає в авторському підході щодо застосування базових теоретичних аспектів оцінки та підтримання розвитку корпоративної культури у практику підприємства.

Глобалізаційні виклики, й інтеграційні процеси значно розширюють конкурентне поле суб'єктів конкурентних відносин і, відповідно, змінюють завдання для формування політики конкурентоспроможності, вибору сучасного механізму її реалізації. На мою думку, витрати на ресурси (матеріальні – фінансові та нематеріальні – час), що зумовили отримання вищого фінансового результату у зв'язку з перекваліфікацією працівника, підвищенням вмотивованості, котрі вмюють ефективно вибудовувати міжособистісні стосунки та взаємодіяти між собою й із клієнтами на високому рівні культури спілкування.

Отже, виходячи з даних підходів, нами зроблено висновок, що у сучасному світі метод «батога та пряника» не дієвий в умовах формування ринкових відносин, посилення конкуренції, глобалізації та еволюції діяльності підприємництва загалом. Формування унікальної корпоративної культури для працівників на усіх стадіях

виробництва дозволить значно підвищити економічну ефективність підприємства, а отже, можливість отримати кращий прибуток.

Список використаних джерел:

1. Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. – Апостолюк О., 2016. – Ст. 68-70.
2. Кислинська В.О. Корпоративна культура підприємства – один із факторів його конкурентоздатності. URL: http://www.rusnauka.com/Economics/10_kislins_ka
3. Сливицкий А. Формирование корпоративной культуры. URL: http://www.createbrand.ru/biblio/marketing/korp_culture.html
4. Корпоративная культура Starbucks: о самостоятельности. URL: <https://netology.ru/blog/book-starbucks>

Мельник А.М.

студентка,

Науковий керівник: Беляєва Н.С.

кандидат економічних наук, доцент,

Київський національний торговельно-економічний університет

ПІДХОДИ ДО КЕРІВНИЦТВА У СУЧАСНОМУ МЕНЕДЖМЕНТІ ЯК ОСНОВНИЙ ЧИННИК РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ

Сучасний менеджмент – це тисячі можливих варіантів та альтернатив прийняття управлінських рішень, особливістю яких є орієнтація на керівників, які готові до ризику та здатні швидко адаптуватися до змін в управлінських процесах. Адже традиційно закладено, що будь-яка інновація, будь-то у сфері науки чи техніки, викликає занепокоєння людей, які вже звикли до чогось давно відомого. Здавалося б, а який же ж в цьому є недолік? З точки зору сучасного менеджменту, нині це є великою проблемою управлінського процесу переважної більшості відомих підприємств. Для переконання в цьому, достатньо буде розглянути наступну ситуацію, коли, наприклад, умовна новостворена організація, через відсутність власного досвіду у сфері управління,

вдається до запозичення підходів до керівництва у іншої організації, яка вже чимало років формує й реалізує власний підхід до процесу управління. А згодом виявляється, що ті підходи, які розроблені однією фірмою і які добре себе зарекомендували, можуть бути не тільки не ефективними, але можливо й не корисними для іншої. Отож-бо, розглянута ситуація вкотре підтверджує той факт, що сучасний керівник (менеджер) має акцентувати увагу не на дотриманні стандартних прийомів, а вміти реально оцінювати ситуацію, яка склалась, і знаходити ефективні шляхи її вирішення, виходячи із специфіки діяльності тієї організації, де він працює. Проте, сконцентрувавшись на нестандартних підходах до керівництва, не варто нехтувати традиційними методами, адже досвідчений менеджер має бути обізнаним з різними підходами та технологіями, що й сприятиме швидкому та адекватному прийняттю правильних управлінських рішень.

Досліджуючи тему, що стосується підходів до керівництва у сучасному менеджменті, тобто інноваційних підходів, не складно зрозуміти, що специфіка різних прийомів управлінського процесу безпосередньо підпорядковується внутрішньому клімату, що сформувався між керівництвом і працівниками на підприємстві. Адже основне завдання керівника полягає не в тому, щоб робити ту чи іншу роботу самостійно, а в тому, щоб вивчивши ситуацію і сформувавши план дій, організувати підлеглих на його виконання, проконтролювати і оцінити результати їх праці і винагородити тих, хто відзначився [1, с. 147].

Відтак, необхідно згадати три основні стандартні підходи до керівництва: підхід з позицій особистих якостей, підхід з позицій поведінки, ситуаційний підхід [2, с. 216]. Перший, і один із найбільш поширених підходів, базується на використанні властивостей та особистісних характеристик «ефективних» керівників. Наступний – визначає те, що ефективність керівництва залежить не від особистих якостей, а від манери поведінки керівника з підлеглими. Ситуаційний підхід характеризується визначенням того, які стилі поведінки і особисті якості найбільш відповідають конкретним ситуаціям. Дотримуючись цих трьох стандартних підходів, довгий час керівництво здійснювалось саме таким чином на багатьох підприємствах. Проте, нині спостерігається вагомий прогрес у науці та техніці, який непомітно залишає відлуння на суспільстві. На основі

цього, менеджери та й науковці усвідомили, що задля подальшого ефективного керування працівниками на підприємстві у сучасних умовах, необхідно займатись розробкою та винайденням інноваційних підходів до управління.

На основі узагальнення наукових джерел та аналітичних матеріалів виявлено, що до найбільш вагомих чинників, які впливають на діяльність підприємств, їх темпи розвитку та процеси управління персоналом у сучасному бізнес-середовищі, належать: нестабільна ситуація на національних, регіональних ринках; інформатизація, поширення цифрових технологій; швидке старіння знань, технологій; зростання інтенсивності міграційних процесів; зростаюча індивідуалізація, формування індивідуалізованого суспільства; постійна потреба у функціональній і чисельній адаптації персоналу до вимог операційної підсистеми забезпечення діяльності підприємства [3, с. 144]. Тому, аби протистояти впливу всіх чинників зовнішнього середовища та жорсткій конкуренції, виникає необхідність в оволодінні, зокрема, кадровими інноваціями. Між процесом керівництва і впровадженням кадрових інновацій існує тісний взаємозв'язок, який має вплив на результати діяльності підприємства. Простежити цю залежність можна, наприклад, з такої ситуації: нерідко керівники нижчого рангу вбачають у кадрових інноваціях загрозу своїм статусам, відчують невпевненість у майбутньому, передчувають посилення контролю з боку вищого керівництва у зв'язку з впровадженням інновацій.

Під кадровою інновацією у даному випадку слід розуміти нові методи, програми, практики, технології, системи управління персоналом, які впроваджені на конкретному підприємстві, застосовуються щодо потенційних чи залучених працівників і забезпечують необхідний соціальний або економічний результат від їх застосування. При впровадженні на підприємстві будь-якої кадрової інновації, остання матиме прояв на всіх етапах співпраці між керівниками та із підлеглими. Спростовуючи цю думку, можна конкретизувати, що інноваційні процеси можуть мати два шляхи перебігу. Перший характеризується внесенням поправок до вже існуючих прийомів управління, а другий – нововведеннями, які раніше не практикувались взагалі.

Одним із наочних прикладів започаткування нестандартності в процесі управління підлеглими є ситуація, яка склалась у

маркетинговому відділі, так як нині провідна роль у формуванні іміджу підприємства належить саме спеціалістам-маркетологам. Поряд із традиційними методами здійснення пошуку кандидатів на посади на засадах маркетингу (оголошення в засобах масової інформації, зустрічі з випускниками навчальних закладів, звернення до служб зайнятості, дні відкритих дверей, ярмарки вакансій, пошук через кадрові агентства та мережу Інтернет) провідні підприємства все частіше застосовують соціальні мережі для здійснення даної функції.

На основі дослідження даних з різних інформаційних джерел, можна дійти висновку, що всі світові підприємства та корпорації, які не хещують випробуванням інновацій у сфері управління, досягають вагомого успіху досить незвичними шляхами. І цим самим переконуються у необхідності подальшого інвестування розвитку кадрової інновації.

Сучасні провідні організації світу інвестують значні кошти у формування інтегрованих кар'єрних сайтів, які дають можливість кандидатам відчутти дружнє відношення до них роботодавця, за допомогою блогів зі співробітниками та відео-презентацій отримати повнішу інформацію про підприємство, його амбітні плани, кадрову політику і перспективи кар'єрного зростання [3, с. 145].

Отже, на основі вищесказаного можна дійти висновку, що впровадження та застосування на підприємстві кадрової інновації є необхідним фактором для підвищення результативності діяльності організації. Тому кожен підприємець зобов'язаний інвестувати процес розвитку персоналу та забезпечувати реалізацію кар'єрних планів, адже це сприятиме підтримці конкурентоспроможності підприємства на світовому ринку.

Список використаних джерел:

1. Беляєва Н.С., Безус А.М., Миколайчук І.П., Сичова Н.В. Менеджмент. Опорний конспект лекцій для студентів всіх освітніх програм освітнього ступеня «бакалавр». Київ : КНТЕУ, 2019. 206 с.
2. Калина А.В. Економіка праці та соціально-трудоі відносини : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. Київ : ДП «Вид. дім «Персонал», 2012. 498 с.
3. Лизанець А.Г. Інноваційні підходи до здійснення функцій управління персоналом підприємства. Економіка та управління підприємствами. 2017. № 7. С. 143–149.

ЛОГІСТИКА ТА ТРАНСПОРТ

Нанейшвілі М.Р.

студентка,

*Одеський національний університет
імені І.І. Мечникова*

ВПЛИВ ТРАНСПОРТНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ НА ЕКОНОМІКУ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ

Логістика, як усім відомо, є невід'ємною частиною існування і розвитку кожної держави. Процес планування, впровадження та контролю процедур ефективного і дієвого зберігання товарів, послуг і пов'язаної з ними інформації від місця походження до місця споживання з метою відповідності вимогам споживачів – все це визначення логістики. Головна її функція полягає в тому, щоб чітко і правильно спланувати доставку необхідного нам товару або групи товарів в потрібний час, в потрібне місце, в потрібній кількості і при цьому з мінімальними витратами.

Логістика – це один з інструментів, який грає важливу роль в зміні і поліпшенні економічних показників. Галузь логістики вносить значний макроекономічний внесок в національну економіку, створюючи робочі місця, національний дохід і приплив іноземних інвестицій. У мікрмасштабі індустрія логістики є ключовою галуззю підвищення конкурентоспроможності корпорацій. Крім того, перед логістичним бізнесом стоїть важлива місія по поживавленню і підвищенню конкурентоспроможності інших галузей. Розширення даного виду бізнесу призводить до ремонту доріг і будівництва нових автомагістралей, відкриття придорожніх кафе і заправок [1]. Сьогодні всі галузі залежать від логістичного сектора, який з кожним роком набирає все більших обертів, адже без неї не може обійтися ніхто. Кожне підприємство, кожна людина коли-небудь стикалися з проблемою транспортування чого-небудь.

У перші місяці після початку пандемії шоки попиту і проблеми з ланцюгами поставок сприяли підвищенню волатильності імпортних, експортних, виробничих і споживчих цін. Автомобільні вантажо-перевезення зазнали чимало обмежень, в той час як авіасполучення і зовсім були припинені на якийсь термін. Морські перевезення значно зросли в ціні, винуватцем чого стало складування невідвантаженого товару на фабриках, звідси з'явилися надлишки виробництва [2].

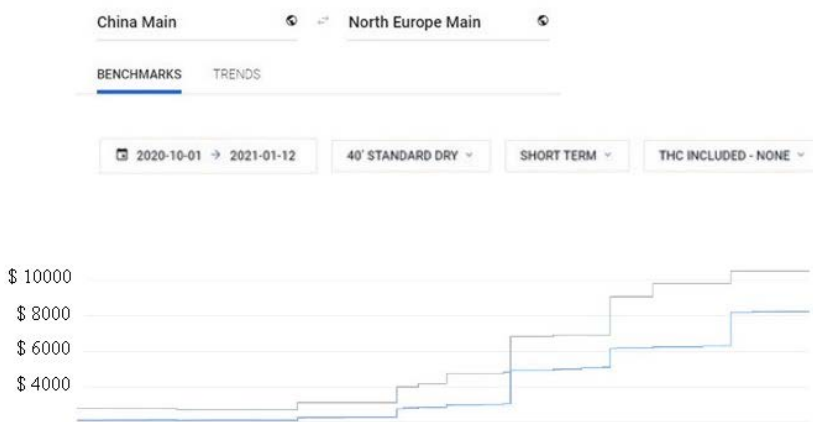
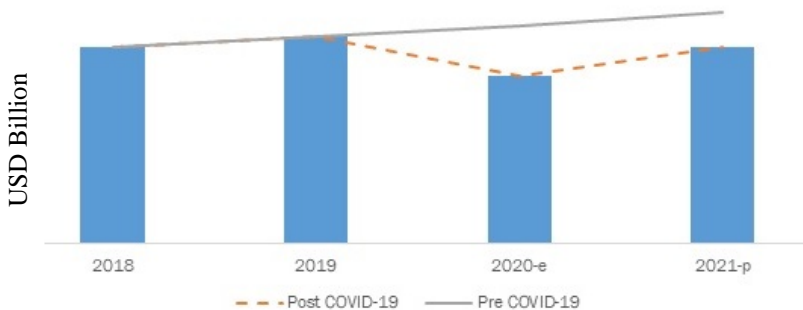


Рис. 1. Спотові ставки, що досягають 10,5 тис. доларів за перевезення 40-футового контейнера з Китаю в великі європейські порти

Джерело: [3]

Підвищені ставки фрахту вплинули на багато підприємств, які змушені були відмовитися від імпорту товарів. Деякі представники малого бізнесу просто збанкрутували, деякі скоротили штат співробітників. Через зниження імпорту впали торгові обороти у підприємств, які торгують імпортними товарами. Зросли і ціни на товари національного виробництва. Це обумовлюється тим, що сировина для їх виготовлення може бути імпортною. У свою чергу через зростання цін на перевезення, відбулося підвищення вартості кінцевого товару, що призводить до нерентабельності.

Через виниклих труднощів з транспортуванням, найчастіше відбувається затримка отримання вантажу, що може призвести до втрати клієнтів, втратою замовлень, отже втратою грошей. Причинами цих складнощів є не тільки закриття кордонів і локдаун, але і відсутність потрібної кількості робочої сили через захворюваність. Плюс до всього постійні санітарні перевірки на кордонах. Збивається графік і збиваються умови поставки, звідси виникає нестача товару на полицях, що призводить знову-таки до зростання ціни товару і збільшення ціни фрахту [3].



**Рис. 2. Вплив COVID-19 на ринок логістики
(до та після COVID-19)**

Джерело: [4]

Таким чином, логістична галузь зіткнулася з важкими часами. Однак не обійшлося і без впровадження держпідтримки, яка надається не тільки авіації і залізницях, а й комерційному сектору шляхом зниження ПДВ, ввізного мита та дорожнього збору, відстрочки лізингових платежів. Так, Німеччина на півроку знизила податок на додану вартість. Замість звичайних 19% регулярна ставка склала 16%. У США на авіаційну галузь було виділено в цілому 58 млрд дол., з яких 25 млрд дол. – у вигляді кредитів і гарантій по кредитах для пасажирських авіакомпаній, 25 млрд – на виплату допомоги працівникам галузі до вересня 2020 року. Вантажним авіаперевізникам було виділено 8 млрд дол. США. У Китаї були скасовані дорожні збори для всіх видів транспорту, і такий захід буде діяти до закінчення пандемії.

За даними Держкомстату України, за 2020 рік обсяги вантажних перевезень залізничним транспортом АТ «Укрзалізниця» скоротилися на 2.3% (рис. 3).

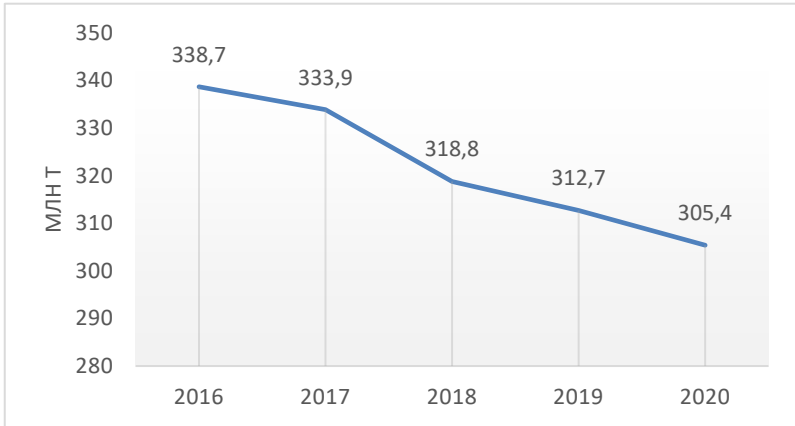


Рис. 3. Ж/д вантажоперевезення за 5 років

Джерело: розроблено автором за даними [5]

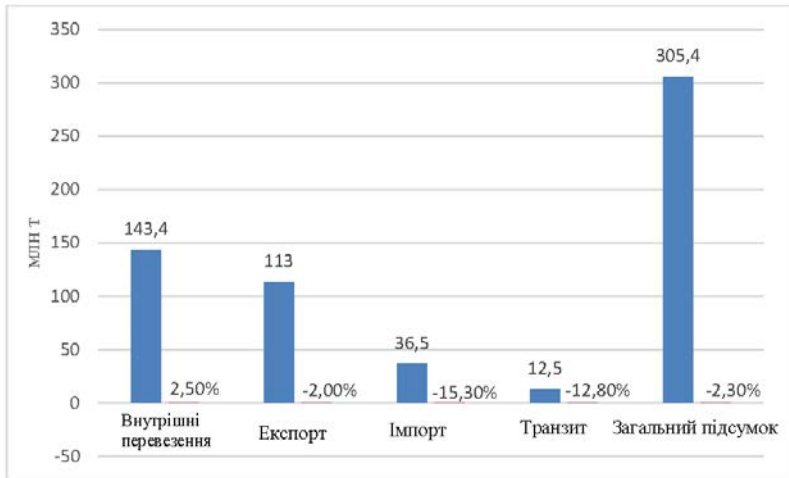


Рис. 4. Ж/д вантажоперевезення по напрямках, 2020 р.

Джерело: розроблено автором за даними [6]

Проблема погіршення вантажопотоку викликає велику невідповідність між доходами і витратами «Укрзалізниці», оскільки для того, щоб виходити на рівень окупності і розвиватися, УЗ потрібно перевозити близько 350 млн т вантажів на рік.

Після виходу зі світової кризи, світ логістики вже не буде колишнім. Але якщо зуміти адаптуватися до швидко змінюваних умов, обставин і стежити за тенденціями, то багато компаній зможуть утриматися на належному рівні і посилити свої позиції в цьому бізнесі.

Список використаних джерел:

1. Есимсеітова К.А., Есимсеітов М.С., Елшибекова А.А. Вплив логістики на економічний розвиток держави. URL: <https://be5.biz/ekonomika1/r2012/2321.htm>
2. Транспортні тренди 2020–2021 роки: вплив пандемії COVID-19 на перевезення. URL: <https://www.retail.ru/articles/logisticheskie-trendy-2020-2021-goda-vliyanie-pandemii-covid-19-na-perevozki/>
3. Безпрецедентне збільшення ставок на контейнери на маршрутах Азія-Європа. URL: <https://trans.info/ru/besprezidentnoe-uvlichenie-stavok-na-konteyneryi-na-marshrutah-aziya-evropa-prevyishen-predel-10-tyis-dollarov-218325>
4. COVID-19 Impact on Logistics & Supply Chain Industry Market. URL: <https://www.marketsandmarkets.com/Market-Reports/covid-19-impact-on-logistics-supply-chain-industry-market-244593137.html>
5. Державна служба статистики України. URL: www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2020/tr/pv_zal/pv_zal_u/arh_pv_zal2020_u.html
6. Центр транспортних стратегій: вантажоперевезення залізницею в 2020 році. URL: https://cfts.org.ua/articles/gruzoperevozki_po_zheleznoy_doroge_v_2020_godu_top_5_trendov_1765

ПУБЛІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ

Гбур З.В.

професор, доктор наук з державного управління;

Кошова С.П.

*доцент, кандидат наук з державного управління,
Національний університет охорони здоров'я України
імені П.Л. Шупика*

КОСМІЧНА ІНДУСТРІЯ

Завдяки крупним інвестиціям, європейська космічна індустрія вже є однією з найбільш конкурентоспроможних в світі. Перспективна космічна програма Європейського Союзу передбачає нарощування інвестицій в космічну галузь та нові технології з метою подальшого забезпечення автономного доступу Європи в космос. За даними офіційних осіб Європейської Комісії, інвестиції ЄС в космос вже дають відчутні результати рівня для європейських громадян та підприємств. Більше 10% ВВП ЄС вже пов'язано з космічною індустрією.

Європейське космічне агентство (ЄКА) – це основний регулятор на космічному ринку Європи. Його місія полягає в управлінні розвитком космічної галузі Європи та гарантуванні того, що державні інвестиції забезпечуватимуть соціально-економічний ефект та національну безпеку [6]. Стратегічна місія Європейського космічного агентства ґрунтується на мирному використанні космічного простору всіма державами та переслідує наступні цілі (рис. 1).

На даний час ЄКА реалізує три космічні програми: Copernicus – це провідна система спостереження Землі в світі, орієнтована на моніторинг кліматичної ситуації; Galileo – власна європейська глобальні навігаційна супутникова система Європи, що забезпечує високоточні дані глобального позиціонування, складається з групування 24-х діючих супутників; EGNOS – Європейська геостационарна служба навігації,

загальноєвропейська система безпеки та навігації для авіаційних, морських та наземних користувачів в більшості країн Європи [6].

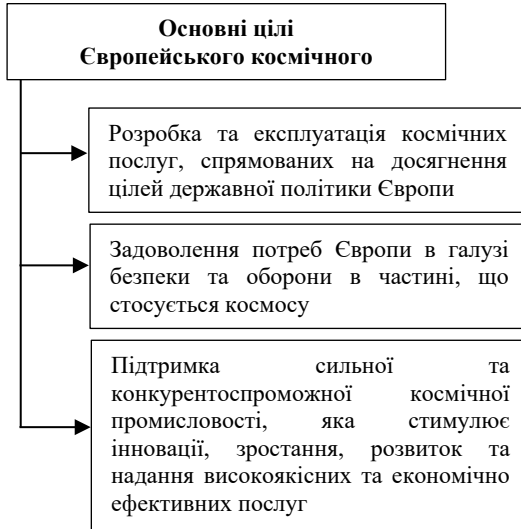


Рис. 1. Стратегічна місія Європейського космічного агентства

Джерело: [6]

Економіка та безпека Європи та її громадян в більшому ступені залежать від космічних коштів, які повинні бути захищені від руйнування. В рамках існуючих принципів та інституційних компетенцій Європейського Союзу Європа істотно покращить координацію між її оборонною та громадянською космічними програмами при збереженні відповідальності за фінансування кінцевих користувачів. Показовим прикладом формування нової системи відносин між учасниками космічної діяльності є взаємодія під час створення європейської глобальної навігаційної системи Galileo. Основним стимулом для створення такої системи слугувало прагнення Європи до повної незалежності від можливостей США в секторі космічної навігації, яка на даний час є важливим інфраструктурним елементом забезпечення ефективності та безпеки транспортних перевезень, надання послуг широкому колу користувачів, а також забезпечення національної безпеки. На відміну від американської

системи, технічно подібну європейській передбачалось створювати за рахунок інвестицій приватного сектору, який згодом окупив би капіталовкладення за рахунок надання платних послуг споживачам.

Реалізація єдиної європейської стратегії освоєння космосу дозволить вирішити наступні завдання: підтримка європейських виробників критичних космічних технологій та систем; забезпечення довгострокового характеру заходів підтримки космічної галузі в Європі; стимулювання формування стійкого ланцюгу поставок в системі європейських виробничо-технологічних коопераційних зв'язків; сприяння доступу виробників на експортні ринки, забезпечуючи при цьому рівне поле «гри» для європейських компаній; активізація зусиль щодо ліквідації внутрішніх технологічних та нормативних бар'єрів на рівні ЄС та на національному рівні; розширення доступу до венчурного капіталу. Державні космічні програми в загальному обсязі космічної економіки в 2020 році, за оцінками Euroconsult, складають біля 70 млрд дол США. Для порівняння річний бюджет NASA – 22,6 млрд дол США [2]. Відповідно до звіту Euroconsult за державними космічними програмами в 2018 році витрати усіх держав світу на космічну діяльність склали 70,9 млрд дол США. Інвестиції в космічну діяльність зростають в середньому на 5,75% щорічно після того, як в 2015 році було досягнуто мінімуму в 62,5 млрд дол США [2].

З 70,9 млрд дол США, що були витрачені на космічну діяльність в 2018 році, 63% – на цивільні та наукові програми. Всього на них було витрачено 44,5 млрд дол США. Цивільні витрати – в тому числі наукові дослідження, розробка технологій та пілотовані польоти – були рушійною силою зростання за останні роки. Витрати були збільшені в США, Азії (за рахунок Китаю) та в регіону Близького Сходу та Африки (завдяки інвестиціям ОАЕ) [5].

Сукупний світовий оборонний космічний бюджет в 2018 році склав 25,4 млрд дол США, з них 19 млрд – США. При цьому за 2008–2018 рр. частка США в світових витратах на військовий космос зменшилась з 81% до 72%. Це відбулось в значній мірі завдяки активізації Китаю. Найбільша частка військового бюджету в космонавтиці – у США – 46%, Китай – 37%, Об'єднане Королівство – 35%, Японія – 34%,

Франція – 20%. Порівняно з 2017 роком, інвестиції в військову космічну галузь зросли на 8,3% [4, с. 13].

В 2018 році список країн світу з витрат на космічні програми виглядав наступним чином: бюджет ЄКА склав майже 6,5 млрд дол США. На 2021–2027 рр. планується виділити майже 18,5 млрд дол США; Китай не публікує свої витрати на космос, але експерти оцінюють їх у 3 млрд дол США в рік. Бюджет Французького космічного агентства склав 2,8 млрд дол США. Японія профінансувала свою стратегічну космічну програму на 1,389 млрд дол США. Бюджет Канадського космічного агентства на 2018–2019 рр. був встановлений в межах 264,6 млн дол США [4].

На даний час також відбувається якісне зростання у фінансуванні космічної діяльності за рахунок інвестицій приватного капіталу. Деяким країнам, наприклад Великобританії, Ірландії та Фінляндії вдається досягнути значних об'ємів приватних інвестицій в космічну галузь на тлі порівняно невеликих бюджетних асигнувань (таблиця 1).

Таблиця 1

Показники фінансування космічних програм окремих країн станом на 2018 рік

Країна	Державний бюджет на космічну галузь млн євро	Обсяг приватних інвестицій млн євро
Великобританія	255	344
Ірландія	15	56
Фінляндія	19	50

Джерело: [1; 2]

Головною тенденцією сучасної космічної галузі є зацікавленість державних оборонних структур в участі у комерційних проектах щодо запуску супутникових угруповань, оскільки вони є ідеальним варіантом для реалізації космічних пріоритетів країни.

Інвестиційна активність в космічній галузі останнім часом знаходиться на стабільно високому рівні: обсяг інвестицій в космічні стартапи в 2015 році склав 2,8 млрд дол США, 3 млрд дол США в 2016 році, 2,6 млрд дол США в 2017 році та 3,2 млрд дол США в 2018 році [3]. В загальній сумі асигнувань США на космічну галузь

переважає стаття «космічна техніка». Її частка знаходиться на рівні 93–95% (частка ракетної зброї – 5–7%). В 2021 році американським федеральним бюджетом виділено 25,2 млрд дол США на діяльність щодо дослідження космічного простору. Частка секретних програм в загальних асигнуваннях оцінюється в 69–78% [5].

Відповідно до звіту американської компанії Space Capital, бізнес США за останні 10 років інвестував в космічну індустрію більше 186 млрд дол США, тільки в 2020 році майже 30 млрд дол США, з них 8,9 млрд дол США склали вкладення в інфраструктурні проекти (створення ракет та супутників, обсяг став рекордним для цього напрямку). В даних обсягах пускові послуги займали 6,5 млрд дол США [3].

Важливо відзначити, що держави, які мають національну космічну стратегію та ракетно-космічну промисловість виходять на новий рівень розвитку. Космічна галузь займає особливе місце в військово-промисловому комплексі, стаючи все більш потужним стимулом та діючим інструментом зростання економічного, науково-технічного та військового потенціалів держав світу. Розвиток космічних технологій, в основі яких знаходяться високі, критично важливі переважно подвійні технології вносять значний вклад в забезпечення стратегічної стабільності та безпеки на всіх рівнях. Так, наприклад в Китаї, Індії та Японії прорив в космічній галузі є важливим чинником трансформації національних військово-промислових комплексів даних країн, що сприяє глибокій модернізації їх збройних сил та підвищенню військово-економічної потужності, створюючи нову ситуацію з точки зору регіональної та світової безпеки.

Список використаних джерел:

1. ESPI Report: Entrepreneurship and Private Investment in the European Space Sector (2018). URL: <https://espi.or.at/news/new-espi-report-space-ventureeurope-2018>
2. European Space Policy Institute (2022). URL: <https://espi.or.at/publications/espi-public-reports>
3. Start-Up Space: Updated on Investment in Commercial Space Ventures (2020). URL: https://brycotech.com/reports/report-documents/Bryce_Start_Up_Space_2020.pdf
4. Statista (2022). URL: <https://www.statista.com/> (дата звернення: 08.01.2022).
5. The Annual Compendium of Commercial Space Transportation (2018). URL: <https://www.faa.gov/>
6. The European Space Agency (2022). URL: <https://www.esa.int/>

Зубарєв Д.В.

аспірант,

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

ВПЛИВ СТЕЙКХОЛДЕРНИХ ВІДНОСИН НА ФУНКЦІОНУВАННЯ ТА РОЗВИТОК БУДІВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

На функціонування та розвиток будівельних підприємств здійснюють вплив напрями та особливості стейкхолдерних відносин. Цей вплив визначається через застосування методів економіко-математичного моделювання.

Розроблена економіко-математична модель залежності зовнішніх і внутрішніх стейкхолдерів і рівня впливу зацікавлених осіб будівельних підприємств. У результаті дослідження визначені критерії адекватності економіко-математичної моделі: значення розрахункового t -критерію Стъдента показників моделі і вільного параметру свідчать про те, що фактичні значення критерію перевищують табличне (2,92). F -критерій Фішера визначено на рівні 19,52, який перевищує його табличне значення (19). Значення критерію Спірмена економіко-математичної моделі свідчать про однорідність розподілу залишків, оскільки розрахункові значення менше, ніж табличне значення t -критерію Стъдента. Розрахункове значення критерію Дарбіна-Уотсона економіко-математичної моделі перевищує найбільше нормативне його значення, що вказує на відсутність автокореляції. Мультиколінеарність не впливає на достовірність моделі. У результаті дослідження визначено, що побудована економіко-математична модель є адекватною, визначає достовірність і повноту встановлених зв'язків. Спільний вплив зовнішніх і внутрішніх стейкхолдерів на 94% обумовлює зміни інтегрального показника рівня їх впливу на будівельних підприємствах. Підтверджено висновок про найбільший вплив внутрішніх стейкхолдерів порівняно із зовнішніми. Встановлено, що зростання як зовнішніх, так і внутрішніх стейкхолдерів призводить до

розвитку стейкхолдерних відносин на будівельних підприємствах. Їх скорочення гальмує зростання рівня стейкхолдерних відносин.

У результаті дослідження визначено, що вплив зовнішніх і внутрішніх стейкхолдерів на інтегральний показник фінансового стану будівельних підприємств характеризується як сильний (на 88% спільний вплив незалежних чинників обумовлює зміну інтегрального показника). Розраховані критерії (*t*-критерій Стьюдента, *F*-критерій Фішера, критерій Дарбіна-Уотсона, критерій Спірмена) виконують умови за якими економіко-математична модель вважається адекватною і в повній мірі відображає встановлені зв'язки між зовнішніми і внутрішніми стейкхолдерами та інтегральним показником фінансового стану будівельних підприємств. Визначено оберненій вплив зовнішніх і внутрішніх стейкхолдерів на інтегральний показник фінансового стану будівельних підприємств. Це свідчить, що взаємодія зацікавлених осіб, зростання цих зв'язків призводить до зниження фінансового стану будівельних підприємств. У таких умовах необхідно змінювати траєкторію змін взаємодії зовнішніх і внутрішніх стейкхолдерів на основі здійснення прогнозування та розробки організаційного забезпечення і відповідних дій.

Таким чином, удосконалено процеси економіко-математичного моделювання інтегрального показника рівня впливу зацікавлених осіб і узагальнюючого чинника фінансового стану будівельних підприємств, які визначаються напрямками розробки моделей та оцінки критеріїв їх адекватності на основі застосування методу кореляційно-регресійного аналізу, що дозволило сформулювати економічне підґрунтя стейкхолдерних відносин.

Лямець Ю.В.

магістр,

Науковий керівник: Луценко К.О.

кандидат педагогічних наук, дійсний член

Міжнародної асоціації професорів слов'янських країн,

доцент кафедри іноземних мов та спеціальної мовної підготовки,

Університет «КРОК», м. Київ

ФОРМУВАННЯ АСОРТИМЕНТУ ТОВАРІВ ЯК СТРАТЕГІЧНОГО ЕЛЕМЕНТУ ТОРГІВЕЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Сьогодні необхідний асортимент товарів визначає сам ринок, і тому правильна товарна політика торгівельних підприємств – це запорука формування необхідного товарного асортименту, зміцнення ринкових позицій, отримання прибутку і привернення нових та утримання старих клієнтів. Кожне торгівельне підприємство потребує формування певного асортименту, що становить важливу стратегічну складову його комерційної діяльності та конкурентоспроможності. Сьогодні в умовах пандемії торгівля непродуктовими товарами потерпає від кризи. Багато підприємств зачинається, деякі переходять на онлайн продаж. В таких умовах наявність широкого асортименту та якість товару стають ключовими моментами для залучення клієнтів.

У контексті дослідження вагомий інтерес мають наукові праці настпних зарубіжних науковця, як Д. Аакера, І. Ансоффа, П. Друкера, Ф. Котлера, Р. Коха, Ж.-Ж. Ламбена, Р. Метьюза, А. Стрікланда, А. Томпсона. Цікавими з точки зору на розвиток концепції стратегічного управління асортиментом продукції серед вітчизняних науковців є роботи О. Вишневської, С. Ілляшенко, В. Михайлова, В. Пономаренка, Е. Уткіна, З. Шершньова тощо.

Проблема управління асортиментом продукції є комплексною, тому що вона пов'язана з багатьма супутніми процесами та факторами, а саме виробництвом, інноваціями, маркетингом, фінансами та персоналом.

Мета статті проаналізувати процес формування асортименту товарів непродовольчої групи.

За традиційною теорією формування асортименту складається з наступних етапів:

- визначення асортименту товарів на підґрунті маркетингових досліджень ринку;
- визначення структури асортименту по кожній групі товару, враховуючи місцезонаштування та потужність підприємства;
- визначення розгорнутого асортименту в межах кожної групи товару [1, с. 169].

Формування асортименту товарів на підприємстві є складним процесом, який здійснюється з урахуванням певних факторів. Це загальні та специфічні фактори. Загальні це фактори які впливають на формування асортименту. До них належать споживчий попит і безпосередньо виробництво товарів, а до специфічних – тип і розмір торговельного підприємства, його технічна оснащеність, умови товаропостачання, чисельність населення, транспортні умови, наявність інших підприємств у зоні діяльності.

Також на формування асортименту товарів неабиякий вплив мають інтереси самих клієнтів, характеристики товарів, а також сучасні торговельні технології продажу. Важливим є також і зворотній зв'язок «клієнт-продавець», завдяки якому покращується фінансовий стан підприємств, збільшується попит на товари. Не менш значущим є чинник взаємозаміни товарів, що означає, якщо у продажу немає певного товару, то повинен бути подібний йому товар. Ціна товару є також важливим фактором. Для покупця важливо співставлення товарів з різними цінами, завдяки якому він може обрати той товар, який йому найбільше підходить за ціновою політикою [2].

Сьогодні загальноприйнятою тенденцією є розглядання формування асортименту товарів з товарознавчого та комерційного поглядів. Товарознавці трактують асортимент товарів як сукупність (набір) товарів різних груп, видів і різновидів, а формування асортименту відбувається за визначеними ознаками так, щоб сукупність товарів задовольняла різноманітні аналогічні та особисті потреби [3, с. 33]. Формування асортименту товарів, як елемент комерційної діяльності, для торговельних підприємств забезпечує

насамперед ефективний товарно-грошовий обмін. Адже формування асортименту, який здійснюють комерційні працівники, крім добору та визначення номенклатури товарів за різними ознаками з метою задоволення попиту споживачів, ще й передбачає забезпечення високої прибутковості роботи підприємств торгівлі [4, с. 456].

Суттєвої різниці між товарознавчим та комерційним поглядами на формування асортименту не існує. Але комерційний підхід найбільш зорієнтований на задоволення потреб споживачів, що потребує управління структурою асортименту товарів, яка б відповідала різнобічним потребам й очікуванням споживачів [5, с. 85].

Як стратегічний елемент комерційної діяльності формування асортименту в торговельних підприємствах передбачає послідовну сукупність заходів, форм і методів, за допомогою яких забезпечується основна мета діяльності підприємства – найбільш повне задоволення потреб споживачів й отримання прибутку.

Для вирішення завдань формування товарного асортименту необхідний стратегічний підхід. Це передбачає, що будь-яке рішення у цій сфері повинно прийматися не тільки з огляду на поточні інтереси, а й з урахуванням того, як воно позначатиметься на результатах діяльності підприємства.

Отже, формування асортименту потребує чіткого визначення потреб споживачів і отримання прибутку.

Список використаних джерел:

1. Тарасюк Г. М. Планування комерційної діяльності: навч. посіб. / Г. М. Тарасюк. – К.: Каравела, 2005. – 400 с.
2. Норіцина Н. І. Маркетингова товарна політика: навч. посіб. / Н. І. Норіцина. – К.: НАУ, 2002. – 217 с.
3. Непродовольчі товари: підруч. / редкол. В.І. Михайлов, Т.Г. Глушкова, О.І. Зінченко. – К.: Книга, 2005. – 536 с.
4. Комерційна діяльність: підруч. / за ред. проф. В.В. Апопія. – 2-ге вид., перероб. і доп. – К.: Знання, 2008. – 558 с.
5. Юрова Н. А. Управление ассортиментом как функциональный аспект коммерческой деятельности / Н. А. Юрова // Вестник Южно-Уральского государственного университета. – 2009. – Вып. 8(141). – С. 83–89. – (Серия «Экономика и менеджмент»).

Таран О.М.

*кандидат економічних наук, доцент,
Харківський національний аграрний університет
імені В.В. Докучаєва*

КОНЦЕПЦІЯ СИСТЕМИ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ОРГАНІЗАЦІЄЮ В ПУБЛІЧНОМУ УПРАВЛІННІ

Стратегічне управління є природнім результатом розвитку управління в цілому: історії формування управлінських проблем та парадигм, конструювання управлінських нововведень, методів досліджень і впливів. В зв'язку з цим набуває актуальності поглиблене вивчення та дослідження теоретичних аспектів стратегічного управління, зростає необхідність вибору інструментів та методів дієвого управління організацією. Отже, стратегічне управління є основною сучасною парадигмою управління організаціями.

Основи сучасної методології і теорії стратегічного управління були започатковані Ф. Абрамсом, І. Ансоффом, С. Арджирісом, П. Друкером, Г. Мінцбергом, Т. Пітерсом, М. Портером, К. Прахаладом, Г. Саймоном, А. Стріклендом, Д. Томпсоном, А. Чандлером, Г. Штейнером, Е. Чеффом та ін. Саме з їх праць почалася класична теорія стратегічного управління. З розвитком ринкової економіки в Україні, стратегічне управління як напрям теоретичних досліджень проводиться в основному викладачами вищих навчальних закладів освіти, серед яких: З. Шершньова, Г. Кіндрацька С. Оборська, В. Немцов, Г. Осовська, Л. Довгаль, Б. Мізюк, І. Ігнат'єва, М. Мартиненко, В. Василенко, Т. Ткаченко, М. Володькіна, О. Таран, Т. Зуб, Л. Забродська, М. Володькіна та ін.

Проте, формування досконалої теорії стратегічного управління в публічній сфері ще не закінчилося: відбувається подальший процес дискусій, розробок, обґрунтувань серед прибічників різних концепцій менеджменту та на підставі узагальнення досвіду практичного функціонування системи стратегічного управління. Тому теорії, інструменти, підходи і методи системи стратегічного управління, безперечно, будуть розвиватися та удосконалюватися. Теорія управління відзначає наявність різних концепцій, що домінували на

різних етапах розвитку теорії та практики стратегічного управління. У науковому середовищі дослідження поняття «стратегічне управління» здійснюється у трьох напрямках: як виду діяльності, як процесу та як системи. Кожен напрям стратегічного управління відрізняється механізмами впровадження і реалізацією на практиці. Але для успішного розвитку підприємства необхідно розглядати їх у єдності.

Методологічною основою стратегічного управління є системний підхід, згідно з яким організацію характеризують такі особливості: змінність окремих її параметрів; унікальність і непередбачуваність поведінки системи в конкретних умовах; здатність змінювати структуру та формувати варіанти поведінки, протистояти руйнівним тенденціям, адаптуватися до зміни умов; прагнення до формулювання цілей усередині системи. Запропонована система стратегічного управління складається з підсистем, таких як методологія стратегічного управління, технологія стратегічного управління та самого процесу стратегічного управління, що включає взаємозалежні етапи. Вищезгадані підсистеми забезпечуються взаємодією місії, цілей, стратегій, організаційної структури та організаційної культури [1].

В процесі стратегічного управління варто дотримуватися таких кроків стратегічного управління: визначення стратегічної цілі, місії; вивчення зовнішніх чинників, які впливають на діяльність та від яких організація залежить; формування та встановлення стратегій; окреслення методів виконання стратегій та досягнення цілі; внесення коригування (за потреби) в формування цілі; контроль за виконанням сформованих стратегій.

Елементами системи стратегічного управління є місія, цілі, стратегія, організаційна структура та організаційна культура.

У широкому розумінні цілевстановлення поділяється на кілька етапів у загальній технології стратегічного управління: формулювання місії, обґрунтування цілей, визначення політики ведення бізнесу, процедур та правил формування стратегій як альтернативних способів досягнення цілей. Ці чинники можуть подаватися у різній послідовності чи поєднанні залежно від бачення конкретної організації.

Одним з головних чинників розвитку організації є визначення місії організації, тобто її головної мети. Знаючи мету, усвідомлюєш, до чого прагнути і ради якого результату. Тобто місія – це загальна мета

організації, чітко виражена причина існування. Для спрощення процедури формулювання стратегічної місії доцільно скористатись переліком основних чинників, які мають бути при цьому враховані (табл. 1).

Таблиця 1

Формулювання стратегічної місії організації [2]

Чинники місії	Характеристика чинника
Коротка історична довідка про організацію	Виникнення організації та її основні здобутки на цьому шляху. Імідж організації, її відповідальність перед суспільством
Товари / послуги	Потреби, які прагне задовольнити організація. Товари і послуги, які вона пропонує. Призначення товарів. Рівень задоволення потреби споживача. Базова технологія, яку використовує організація
Уявлення про себе	Особливості і конкурентні переваги, якими організація володіє
Філософія	Базові переконання, цінності та пріоритетні прагнення, які панують в організації. Стиль поведінки власників і управлінського персоналу
Власники	Рівень задоволення інтересів власників
Працівники	Позиція організації щодо свого персоналу
Клієнти	Стисла характеристика клієнтів організації
Розміщення	Основні конкуренти організації. Ділові контакти організації з партнерами

Місія деталізує статус організації забезпечує напрямок і орієнтири для визначення цілей, стратегії, тактики і політики в досягненні запланованого результату.

Формулювання стратегій розглядається як один із суттєвих компонентів системи стратегічного управління і передбачає визначення особливостей процесу створення окремих стратегій та «стратегічного набору». Враховуючи, що стратегія – це спосіб досягнення результату, сформульованого у вигляді мети, можна стверджувати, що формулювання стратегій є процесом, у ході якого керівники встановлюють місію, формують систему цілей, обирають стратегії, а також попередньо визначають усі складові (компоненти) процесу стратегічного управління [3].

Стратегія може трактуватися з філософської та організаційно-управлінської концепцій. Стратегія може бути визначена як [4, с. 110]: цілеспрямовані рішення; 5P (Г. Мінцберг): план, позиція, перспектива, спритний прийом (фінти), принцип поведінки [5]; теорія ігор; дії; правила (І. Ансофф): стратегія – перелік правил для прийняття рішень [6]. Стратегія – узагальнена модель майбутнього стану та планових дій [7, с. 23]. Процес розробки стратегії можна охарактеризувати як стратегічний цикл: стратегічний аналіз – розробка – реалізація – контроль. При цьому стратегічний аналіз як попередній етап стратегічного вибору являє собою аналіз внутрішнього та зовнішнього середовищ підприємства. Кожна організація має самостійно створювати засади для свого стратегічного розвитку, розробляти та коригувати стратегію.

Аналіз організаційної структури з позицій процесу виконання стратегії свідчить, що всі структури мають свої сильні і слабкі сторони відносно стратегії. І для того, щоб упорядкувати роботу з приведення структури відповідно до стратегії на належному рівні, виконавці повинні вибрати базову структуру, при необхідності модифікувати її, щоб вона відповідала специфіці діяльності організації, а потім доповнити цю структуру всіма механізмами координації та комунікації, що вимагаються для ефективного виконання стратегії.

Слід зазначити, що відносно новим положенням теорії стратегічного управління є виокремлення організаційної культури як самостійного елемента й урахування її зміни під час впровадження нової стратегії організації. Забезпечити загальну зацікавленість, відчуття причетності й відповідальності кожного за результати впровадження стратегії організації вдається тільки в межах відповідної організаційної культури [8; 9].

Узагальнюючи існуючі підходи, система стратегічного управління повинна мати такі системні ознаки: цілісність, ієрархічність, структурність, взаємозалежність і взаємодію системи і зовнішнього середовища, безперервність функціонування і розвитку, множинність опису системи, цілеспрямованість, прагнення до стабільності і стану рівноваги, інтегративність, комунікативність, здійсненність, нестаціонарність.

Список використаних джерел:

1. Таран О.М., Філімонов Ю.Л., Таран Ю.С. Теоретичні засади формування системи стратегічного управління організацією. *Вісник ХНАУ. Серія «Економічні науки»*. Зб. наук. праць / Харк. нац. аграр. ун-т ім. В.В. Докучаєва. Харків, 2019. № 3. С. 106–118.
2. Кіндрацька Г.І. Стратегічний менеджмент : навч. посіб. Київ : Знання, 2006. 366 с.
3. Thompson A. A., Strickland A. J. III. *Strategic Management: Concept and Cases*. 1987 4-th ed. University of Alabama, Business Publication Inc., Plano, Texas.
4. Калиніченко Ю. Стратегічний розвиток підприємства: теоретичні та практичні аспекти. *Галицький економічний вісник*. 2010. № 4(29). С. 106–115. (Проблеми мікро- та макроекономіки України).
5. Минцберг Г., Куинн Б., Гошал С. Пять «П» стратегии. *The strategy process*. 1998. С. 13–21.
6. Ансофф И. *Новая корпоративная стратегия*. Санкт-Петербург : Питер, 1999. 416 с.
7. Кашуба Я.М. Проблеми стратегічного планування розвитку підприємництва в Україні. *Сталій розвиток економіки*. 2011. № 7. С. 21–26.
8. Шейн Э. *Организационная культура и лидерство*: 3-е изд. пер. с англ. под ред. Т. Ю. Ковалевой. Санкт-Петербург : Питер, 2007. 338 с.
9. Стеклова О.Е. *Организационная культура : учебное пособие*. Ульяновск : УлГТУ, 2007. 127 с.

Наукове видання

НАЦІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

МАТЕРІАЛИ
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ

Матеріали друкуються в авторській редакції

Дизайн обкладинки: А. Юдашкіна
Верстка: В. Удовиченко

Підписано до друку 07.04.2022. Формат 60x84/16.
Папір офсетний. Гарнітура Times New Roman. Цифровий друк.
Умовно-друк. арк. 5,58. Тираж 100. Замовлення № 0422/09.
Віддруковано з готового оригінал-макета.

Надруковано: Видавничий дім «Гельветика»
73034, м. Херсон, вул. Паровозна, 46-а
Телефони: +38 (095) 934 48 28, +38 (097) 723 06 08
E-mail: mailbox@helvetica.ua
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи
ДК № 6424 від 04.10.2018 р.