

**Міністерство освіти і науки України
Національний аерокосмічний університет
імені М. Є. Жуковського
“Харківський авіаційний інститут”
Ужгородський торговельно-економічний інститут
Київського національного торговельно-економічного
університету
VUZF University of Finance, Business and Entrepreneurship
(Bulgaria)
Wyższa Szkoła Społeczno-Gospodarcza w Przeworsku (Polska)**

ІННОВАЦІЙНІ СТРАТЕГІЇ ТА МОДЕЛІ ЕКОНОМІЧНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНИХ ВИКЛИКІВ

**МАТЕРІАЛИ
міжнародної науково-практичної Internet-конференції**

*15 травня 2020 року
Харків – Ужгород – Софія – Пшеворськ*

**Ministry of Education and Science of Ukraine
National Aerospace University named after N. Zhukovsky
“Kharkiv Aviation Institute”
Uzhhorod Institute of Trade and Economics of Kyiv National
University of Trade and Economics
VUZF University of Finance, Business and Entrepreneurship
(Bulgaria)
Wyższa Szkoła Społeczno-Gospodarcza
w Przeworsku (Polska)**

**INNOVATIVE STRATEGIES AND
MODELS OF ECONOMIC
TRANSFORMATIONS IN THE
CONTEXT OF EUROPEAN
INTEGRATION CHALLENGES**

International scientific-practical Internet-conference

*15 May 2020
Kharkiv – Uzhhorod – Sofia – Przeworsk*

Організаційний комітет конференції

Нечипорук Микола Васильович, Ректор Національного аерокосмічного університету імені М.С. Жуковського «Харківський авіаційний інститут», професор, доктор технічних наук
Гаврилко Петро Петрович, Директор Ужгородського торговельно-економічного інституту Київського національного торговельно-економічного університету, професор, кандидат економічних наук

Григорій Вазов, Ректор Університету фінансів, бізнесу та підприємництва, доцент, доктор наук

Прончаков Юрій Леонідович, декан факультету програмної інженерії та бізнесу, Національний аерокосмічний університет імені М.С. Жуковського «Харківський авіаційний інститут», кандидат технічних наук, доцент

Підлипна Радміла Петрівна, декан факультету обліку, фінансів та торговельного підприємництва Ужгородського торговельно-економічного інституту Київського національного торговельно-економічного університету, доцент, доктор економічних наук

Брітченко Ігор Генадійович, завідувач кафедри фінансів Ужгородського торговельно-економічного інституту Київського національного торговельно-економічного університету, професор, доктор економічних наук, Україна; dr hab. prof. nadzw. Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa im. prof. Stanisława Tarnowskiego w Tarnobrzegu, Polska

Радостін Вазов, проректор з європейських проєктів та безперервної освіти Університету фінансів, бізнесу та підприємництва, доцент, доктор наук
prof. dr hab. inż. **Piotr Jarosz**, Prorektor ds. Rozwoju, Wyższa Szkoła Społeczno-Gospodarcza w Przeworsku, Polska

academician, prof., Dr.oec. **Marga Živitere**, Researcher of the Centre for Entrepreneurship, Innovation and Regional Development (CEIRD), Ventspils University College, Latvia

dr **Remigijus Kinderis**, PhD, Assoc. Prof., Director Deputy for Strategic Development, Academic Council Chairman, Klaipeda State University of Applied Sciences, Lithuania

Ing. **Viera Bartosova**, PhD, Assoc. prof., Department of Economics, University of Žilina, Slovak Republic

Давидова Ірина Олегівна, завідувач кафедри економіки та маркетингу, Національний аерокосмічний університет імені М.С. Жуковського «Харківський авіаційний інститут», доктор економічних наук, професор

Безпарточний Максим Григорович, професор кафедри економіки та маркетингу, Національний аерокосмічний університет імені М.С. Жуковського «Харківський авіаційний інститут», доктор економічних наук, доцент; prof. uczelniany Wyższa Szkoła Społeczno-Gospodarcza w Przeworsku, Polska

Інноваційні стратегії та моделі економічних трансформацій в умовах євроінтеграційних викликів: матеріали міжнародної науково-практичної Internet-конференції (Харків – Ужгород – Софія – Пшеворськ, 15 травня 2020 р.) / Національний аерокосмічний університет імені М.С. Жуковського “Харківський авіаційний інститут”, Ужгородський торговельно-економічний інститут КНТЕУ, Висшето училище по застраховане и финанси, Wyższa Szkoła Społeczno-Gospodarcza w Przeworsku. – Софія: Издателство на ВУЗФ “Св. Григорий Богослов”, 2020. – 256 с.

Свідоцтво про реєстрацію УкрІНТЕІ № 65 від 05.02.2020

© Національний аерокосмічний університет імені М.С. Жуковського “Харківський авіаційний інститут”

© Ужгородський торговельно-економічний інститут Київського національного торговельно-економічного університету

© Висшето училище по застраховане и финанси

© Wyższa Szkoła Społeczno-Gospodarcza w Przeworsku, 2020

ISBN 978-954-8590-83-9

ЗМІСТ

Сучасні інноваційні стратегії та моделі управління ресурсним потенціалом господарюючих суб'єктів

<i>Абрамян В.В., Давидова І.О.</i> Сучасні підходи до розробки стратегії розвитку організації	12
<i>Андрусєва Н.М.</i> Стратегічні імперативи політики екологізації інноваційного розвитку України	15
<i>Бабич Д.В., Давидова І.О.</i> Аналіз внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства для підвищення його рентабельності	18
<i>Bezpartochnyi M., Riashchenko V., Plota S.</i> Development the potential of higher education through gamification	20
<i>Будинський Р.З., Шпак Н.О.</i> Проблеми економічного обґрунтування управління бізнес-проектами підприємств	23
<i>Васильєва В.С., Коваленко В.В.</i> Особливості фінансування інноваційної діяльності підприємств банками в Україні	25
<i>Dergaliuk B.</i> The role of strategic plans in the modernization of the regional economy	28
<i>Havrylko P., Lalakulych M.</i> Methodological principles for ensuring strategic management of the financial stability of the banking system	30
<i>Гатило В.П.</i> Особливості формування іміджевої стратегії підприємства на ринку праці в умовах Індустрії 4.0.	33
<i>Hushtan T.</i> Fundamentals of formation of financial potential of the enterprise	36
<i>Калініна О.М.</i> Методичний підхід щодо визначення впливу дій акціонерів на підприємства корпоративного типу	38

<i>Коваленко О.В., Яценко Л.О.</i> Інструменти цифрової економіки в національному та глобальному економічному просторі	41
<i>Ковач М.Й.</i> Тренди цифровізації як фактор інноваційних змін у сучасній економіці	44
<i>Кудлай В.Г.</i> Особливості мотиваційної політики в умовах економічної кризи	47
<i>Лутковська С.М.</i> Концептуальні положення організаційно-економічного механізму управління екологічною безпекою	49
<i>Новікова О.Ф., Панькова О.В.</i> Гармонізація соціально-трудового, цифрового та сталого розвитку в Україні: проблеми та напрями забезпечення	52
<i>Панькова О.В., Касперович О.Ю.</i> Сфера зайнятості в умовах цифровізації: загрози та пріоритети для України	55
<i>Полуєс О.В.</i> Логістичне управління інтелектуалізацією підприємств в умовах активного інноваційного розвитку	58
<i>Прончаков Ю.Л., Давидова І.О.</i> Обґрунтування управління розвитком економічного потенціалу вищої освіти	60
<i>Рибкін Н.А., Артемова А.В.</i> Використання CRM систем в туристичній сфері	63
<i>Сухорукова О.А.</i> Управління трудовими ресурсами медіагалузі в умовах світової кризи	66

Інновації в маркетингу та моделі управління конкурентоспроможністю господарюючих суб'єктів

<i>Гальченко Л.В., Артёмова А.В.</i> Інновації в маркетингу як спосіб підвищення конкурентоспроможності на ринку	69
<i>Долга Г.В.</i> Теоретичні засади брендингу як інструменту маркетингової діяльності підприємства	71

<i>Лістрова О.С., Матвієнко О.О., Соломіна Т.В.</i> Методичний інструментарій управління маркетингом в діяльності оптових підприємств	74
<i>Мельніков С.М.</i> Трансформація маркетингу в умовах економіки спільної участі	76
<i>Свидрук І.І.</i> Інноваційні підходи до управління соціальною відповідальністю як фактор конкурентоспроможності ІТ-підприємства	79
<i>Трушкіна Н.В.</i> Управління матеріальними потоками в системі логістичного менеджменту підприємства	82
Механізми фінансового забезпечення господарюючих суб'єктів	
<i>Індус К.П.</i> Фіскальні дисбаланси України, способи їх фінансового вирівнювання	85
<i>Корнєєв В.В., Вергелюк Ю.Ю., Ганцяк М.О.</i> Боргові ринки в умовах нециклічних викликів	88
<i>Лебедченко В.В., Косухіна Л.І.</i> Напрямки формування механізму забезпечення економічної безпеки регіону	90
<i>Підлипна Р.П.</i> До питання управління у сфері соціальної безпеки	93
<i>Рибакова Л.П., Симочко М.І.</i> Ефективність лізингового інвестування вітчизняних підприємств	95
<i>Середа О.О.</i> Моніторинг ризиків втрати вартості суб'єктів господарювання в системі фінансового регулювання	98
<i>Смочко В.Ю.</i> Шляхи здешевлення джерел формування оборотних активів підприємств	101
<i>Ставерська Т.О.</i> Основні контенти концептуалізації формування фінансово-економічного механізму забезпечення сталого розвитку підприємств торгівлі	104

Турянський Ю.І. Податки на споживання в системі фіскальних важелів української економіки 107

Ценклер Н.І., Шелемон Л.М. Інструменти оцінювання альтернативних схем інвестування інноваційних проектів 110

Югас Е.Ф., Лалакулич М.Ю. Управління інвестиційними ризиками банку у системі проектного фінансування 113

Економіко-математичні методи, моделі та інформаційні технології в управлінні ресурсним потенціалом господарюючих суб'єктів

Авдєєнко А.С., Слинко Р.Р., Філіпковська Л.О. Ефективність застосування корпоративних інформаційних систем у процесі управління підприємствами 116

Бандурин Ю.А., Шпирко Г.М., Підлипний Ю.В. Моделювання процесу варіння картоплі 119

Бененсон О.О., Краснікова Н.О. Застосування теорії чарльза доу на міжнародних фондових ринках з метою підвищення ефективності інвестування 122

Воляк О.О. Модель управління господарським ризиком підприємства 124

Доценко Н.В. Застосування AGILE-інструментів при управлінні проектами в період кризи 127

Морохович В.С., Талана С.Ю., Морохович Б.В. Технологічний прогрес як фактор інновацій в ресторанному бізнесі 130

Трифоновна А.І., Доценко Н.В. Метод розрахунку цінності зв'язку між тейкхолдерами в інноваційному проекті 133

Filipkowska L. Substantiation of application of the process approach for increasing the enterprise's economic security level 136

<i>Чернявський Б.О., Вазов Р.Г.</i> Методика вибору інструментів фінансового стимулювання розвитку будівельної галузі Польщі	138
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----

Управління інноваційним потенціалом суб'єктів сфери торгівлі та послуг

<i>Василиха Н.В.</i> Інноваційна діяльність торговельних мереж	141
<i>Данило С.І.</i> Використання торгово-технологічних інновацій в торговельних мережах	143
<i>Дроб'яз О.А., Артьомова А.В.</i> Управління інноваціями на ринку морозива	146
<i>Кацена Н.Б.</i> Інноваційні стратегії управління економічною активністю підприємств торгівлі	148
<i>Клименко Т.А.</i> Особливості управління інноваційним потенціалом сфери послуг в Україні	150
<i>Коробко Д.Г., Давидова І.О.</i> Аналіз тенденцій інноваційного розвитку корпоративних структур	153
<i>Олесенко І.С., Ситник Г.В.</i> Модель «Шість сигм»: перспективи застосування на підприємствах торгівлі	155

Сучасні моделі розвитку ресурсного потенціалу у сфері туризму та готельно-ресторанного бізнесу

<i>Газуда С.М., Ерфан В.Й.</i> Регіональні аспекти ресурсного потенціалу туристично-рекреаційного господарювання	158
<i>Головань Д.В.</i> Напрями розвитку туристичного бізнесу в Харківському регіоні	161
<i>Завідна Л.Д.</i> Формування системи стратегічної інформації підприємства готельного господарства	164

Колесникова А.М., Носач Л.Л. Сучасні проблеми готельно-ресторанного бізнесу в Україні та необхідність інноваційних розвитку 167

Лойко А.О., Носач Л.Л. Необхідність використання новітніх технологій у сфері туризму для боротьби з наслідками сучасної кризи 171

Narkūnienė R. The aspects of Lithuanian inbound tourism development 175

Стратегії забезпечення розвитку ресурсного потенціалу аграрних підприємств

Bezpartochna O., Britchenko I. Ukraine's accession to the WTO: consequences and prospects for agricultural enterprises 178

Газуда Л.М., Герцег В.А. Окремі аспекти державної підтримки сільського розвитку в Україні 182

Гула І.А., Химич І.Г. Необхідність впровадження інноваційних стратегій використання земельних ресурсів аграрними підприємствами 185

Газуда М.В., Стеців М.Р. Використання брендингу у сфері аграрного господарювання 187

Войчишена Ю.В., Давидова І.О. Перспективи конкурентоспроможності підприємств молочної промисловості в Україні 191

Левченко Р.А, Ільїн В.Ю. Ефективність формування ресурсного потенціалу аграрних підприємств 194

Березіна Л.М., Резнік А.В. Економічне значення калькуляції у системі управління витратами сільськогосподарських підприємств 196

Модернізація та розвиток підприємств транспорту та інфраструктури

- Новальська Н.І.* Моделювання та оптимізація технологічних процесів мультимодальних перевезень 199
- Маслій Н.Д.* Передумови формування інтегрованого транспортного простору регіонів України 202
- Жук Д.В., Артёмова А.В.* Можливості модернізації позиціонування авіакомпанії «Міжнародні авіалінії України» 204
- Коломієць В.В., Давидова І.О.* Управління змінами на підприємстві авіаційної галузі в контексті підвищення його міжнародної конкурентоспроможності 206
- Кіяшко Н.А., Ковальчук В.В.* Екологізація транспортної інфраструктури України 209
- Грибовський В.А., Ковальчук В.В.* Про розрахунок стержневих конструкцій залізничних будівель і мостів 211
- Берчук А.В., Ковальчук В.В.* Розвиток трубопровідного транспорту України 214

Правове забезпечення імплементації сучасних інноваційних стратегій та моделей господарюючими суб'єктами

- Алмаші І.М., Алмаші М.М.* Регулювання інноваційної діяльності представницькими органами місцевого самоврядування 217
- Бедзир В.С.* Нормативні проблеми інноваційного розвитку сфери туризму 220

Міжнародні економічні відносини в умовах євроінтеграційних викликів

- Артман М., Ярош П.* Влияние иностранного инвестирования на макроэкономическую стабильность Польши 223

<i>Britchenko I., Bezpartochnyi M.</i> Pandemic economy: current challenges and new risks	226
<i>Jamagidze L.</i> Non-tariff measures and Georgia-EU trade integration prospects	234
<i>Кобилянська А.В.</i> Визначення місця БРІКС як МРУ в сучасному глобальному економічному врядуванні	237
<i>Коробко Я.А., Жувагіна І.О.</i> Глобалізація в умовах сучасних міжнародних відносин	240
<i>Кузнєцова Ю.В., Артёмова А.В.</i> Індекс якості життя в Україні	242
<i>Петрик В.Л.</i> Масштаби розвитку та структура світового ринку авіаційних пасажирських перевезень в умовах глобальних трансформацій	245
<i>Царанкіна М.О., Смирнова Т.А.</i> Виклики світовій економіці в умовах пандемії	248
<i>Чаплицін І.К., Безпарточний М.Г.</i> Трансформаційні процеси в економічній системі України	250
<i>Shevchuk V.</i> Higher education institutions of Ukraine in the world ratings of the best universities	252

СУЧАСНІ ІННОВАЦІЙНІ СТРАТЕГІЇ ТА МОДЕЛІ УПРАВЛІННЯ РЕСУРСНИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ГОСПОДАРЮЮЧИХ СУБ'ЄКТІВ

СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО РОЗРОБКИ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ОРГАНІЗАЦІЇ

В.В. Абрамян, *Національний аерокосмічний університет імені М.Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут»*, студент 5-го курсу, спеціальність «Світова економіка»

І.О. Давидова, *Національний аерокосмічний університет імені М.Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут»*, професор кафедри економіки та маркетингу – науковий керівник

Сучасні умови господарювання характеризуються такими параметрами, як щорічне посилення конкуренції, динамічне насичення ринку, складність і багатоаспектність зовнішнього оточення, збільшення швидкості поширення кризових явищ, зниження ефективності застосування традиційних інструментів управління. У такій ситуації менеджерам стає все складніше своєчасно, гнучко і результативно реагувати на швидкоплинні і мало передбачувані чинники зовнішнього середовища. Ця обставина змушує представників науки і бізнесу активно шукати нові технології управління, використання яких дозволить підприємству зберегти фінансову стійкість в короткостроковому періоді і примножити економічні результати в довгостроковій перспективі незалежно від несприятливого впливу зовнішнього середовища [1].

Як реакція на динамічні і непередбачені зміни зовнішньої середовища, бізнес – середовища з'явилися теоретичні дослідження, в яких обґрунтовується необхідність переходу на нові парадигми стратегічного менеджменту. В якості конкретних теоретичних конструкцій, які ідентифікуються як особливо важливі в плані їх практичного застосування, можна виділити такі методологічні підходи:

1) Концепція «Стратегія блакитного океану» Ч. Кіма і Р. Моборна.

Ця концепція стратегічного управління бізнесом була сформульована в 2005 р. і до цього дня залишається однією з найпопулярніших у світі. Її основні положення зводяться до наступного:

– Увесь бізнес-простір складається з двох великих океанів: «червоного» і «блакитного». «Червоний океан» являє собою вже відому частину ринку, а «блакитний океан» - ту частину ринку, яка ще невідома. На освоєних традиційних ринках конкуренція постійно посилюється, а можливості отримання прибутку зменшуються. І навпаки, творче освоєння поки не відомих ринків створює особливі конкурентні можливості для отримання високого підприємницького доходу.

– Замість того, щоб в рамках «стратегії червоного океану» боротися за падаючий попит, на традиційних висококонкурентних ринках, краще використовувати «стратегію блакитного океану», створюючи нові ринки з низькою конкуренцією і зростаючим попитом.

– Ключовий елемент концепції «блакитного океану» - інновація цінності. Це створення особливого стрибка цінності для споживача і для самої компанії, принципово нова стратегія ведення бізнесу.

– «Стратегії червоного і блакитного океану» істотно різняться між собою [2].

2) Концепція динамічних здібностей Дж. Тиса, Г. Пізано і А. Шауена.

Дана концепція була розроблена в кінці ХХ століття як результат творчого розвитку ресурсного підходу до формування стратегій. Вона заснована на трьох ключових поняттях: ресурси, компетенції, динамічні здатності [3].

Ресурси трактуються як специфічні активи, які важкодоступні для інших фірм (торгові секрети, інженерний і управлінський досвід і т.д.). Компетенції – це відмінні внутрішньофірмові операції, які можливі завдяки об'єднанню спеціалізованих активів в управлінські кластери: управління якістю, системна інтеграція, оптимізація та ін. Продукти і послуги створюються на основі внутрішньофірмових компетенцій, а їх ринкові і фінансові перспективи залежать від динамічних здібностей фірми.

3) Концепція загальних цінностей М. Портера і М. Креймера.

Концепція розроблена в 2011р. Являє собою істотний теоретичний розвиток відомої концепції стейкхолдерів і зводиться

до наступних основних положень:

– для посилення конкурентоспроможності компанія повинна прагнути до забезпечення довгострокової гармонії між бізнесом і іншою частиною суспільства, створювати спільні для бізнесу і суспільства цінності;

– створення спільних цінностей розглядається не як додаткове «навантаження» на бізнес, а як головний зміст повсякденної фінансово-господарської діяльності компанії відповідно до встановленої стратегії ведення бізнесу;

– бізнес-діяльність, орієнтована [4] на досягнення загальних цінностей, принциповим чином відрізняється від діяльності компаній, які практикують реалізацію концепції соціальної відповідальності бізнесу.

Слід зазначити, що в останні десятиліття стратегічний менеджмент активно розвивається. Однак, за експертними оцінками, кожна з розглянутих вище концепцій, які отримали статус особливо важливих стратегічних концепцій, збереже цей статус ще як мінімум 5-10 років [5]. Дані стратегічні концепції вже досить успішно апробовані на практиці менеджменту не тільки зарубіжних, але й українських компаній. Необхідною умовою прийняття нових стратегічних концепцій виступає так звана «революція в умах», в ході якої відбувається перегляд традиційного серед менеджерів уявлення про те, як слід розробляти стратегії розвитку організації.

Усвідомлення того, що «злом є не конкурентний ризик сам по собі, а тільки той конкурентний ризик, який невірно оцінений, яким неправильно керують або який є небажаним» [6], стало основною суб'єктивною передумовою перегляду традиційних концепцій стратегічного менеджменту та виникнення альтернативних концептуальних підходів до розробки стратегій розвитку організації.

Список використаних джерел:

1. Дамодаран А. Стратегічний ризик-менеджмент: принципи і методики. Пер.с англ. / А. Домодаран. Москва: ВІЛЬЯМС, 2010. 496 с.
2. Кокурин Д.І., Волков В.С. Інноваційна економіка: підручник. / Д.І. Кокурин, В.С. Волков. Москва: Економіка, 2011. 532 с.
3. Крістенсен Клейтон, Рейнор Майкл. Вирішення проблеми інновацій в бізнесі. Як створити зростаючий бізнес і успішно

- підтримувати його зростання? Пер. з англ. / Клейтон Крістенсен. Майкл Рейнор. Москва: Альпіна Бізнес Букс, 2004. 290 с.
4. Мінцберг Г., Альстренд Б., Лемпел Дж. Школи стратегій: стратегічне сафарі. Екскурсія по нетрях стратегій менеджменту. Пер. з англ. / Г. Мінцберг, Б. Альстренд, Дж. Лемпел. СПб.: Пітер, 2000. 540 с.
5. Попов О.С. Розвиток світових концепцій сучасного стратегічного менеджменту / О.С. Попов // Менеджмент та бізнес-адміністрування. 2013. №1. С. 96-106.
6. Тис Д. Дж. Виявлення динамічних здібностей: природа і мікропідстав (стійких) результатів компанії / Д. Дж. Тис // Російський журнал менеджменту. 2009. №4. С. 32-45.

СТРАТЕГІЧНІ ІМПЕРАТИВИ ПОЛІТИКИ ЕКОЛОГІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ

***Н.М. Андрєєва**, Інститут проблем ринку та економіко-екологічних досліджень НАН України, головний науковий співробітник відділу економіко-екологічних проблем приморських регіонів, доктор економічних наук, професор*

Світовий досвід доводить, що створення сприятливих умов для розвитку й підвищення ефективності наукової та інноваційної діяльності є пріоритетним завданням державної інноваційної політики розвинених країн, адже вплив науково-технічної та інноваційної сфер на розвиток і зростання економічної системи набуває на сучасному етапі вирішального значення. Головним механізмом реалізації стратегічних цілей державної інноваційної політики є стимулювання наукової діяльності та інноваційного процесу. Вибір стратегічного розвитку України в напрямку євроінтеграції обумовлює необхідність відповідності параметрів економіки України параметрам економіки Європейського Союзу (ЄС).

За даними останнього оприлюдненого звіту Світового економічного форуму про глобальну конкурентоспроможність «The Global Competitiveness Report 2018», Україна посіла 83 позицію в рейтингу серед 140 досліджуваних країн. На позицію вище розташувалася Домініканська республіка – 82 місце, а

Македонія на 84 місці. Порівняно з даними минулого звіту Україна втратила 2 позиції, але таке порівняння є некоректним, оскільки у звіті за 2018 рік було змінено методику розрахунку індексу та його складові [1].

Наукомісткість промислового виробництва України перебуває на рівні 0,3 %, що на порядок менше від світового рівня. При цьому майже третина коштів, що витрачаються на інноваційну діяльність, припадає на закупівлю обладнання, тоді як на придбання прав на нову інтелектуальну власність або на проведення науково-дослідних та дослідно-конструкторських робіт витрати на порядок менші. Майже половина з інноваційних підприємств взагалі не фінансують проведення в інтересах свого виробництва наукових досліджень. Зазначимо, що слабкими сторонами України щодо інноваційної діяльності у міжнародних індексах визнаються: «екологічна сталість», інституції, захист прав інтелектуальної власності, стан розвитку кластерів, розвиток широкосмутового інтернету, інноваційне середовище. Тому дуже важливим є формування національної екологічної системи, що дозволить забезпечити впровадження міжнародної парадигми сталого розвитку в державі.

Національна екологічна інноваційна система це комплекс правових, фінансових і організаційних структур і механізмів, що забезпечують процес створення й поширення екологічних інновацій, виробництво й комерційну реалізацію наукових знань і технологій, спрямованих на охорону та збереження довкілля. Для виявлення особливостей екологізації інноваційного розвитку істотними є два аспекти. Перший пов'язаний з виявленням носіїв економічного та екологічного імперативів в структурі соціально-економічного управління. Другий – з визначенням траєкторії розвитку економіки з відображенням динаміки підходів до врахування екологічного чинника. Ці два аспекти набувають специфічних рис під впливом типу економіки, в якому вони розглядаються. Отже, в рамках усього господарського комплексу на макро- та мезо- рівнях можна виділити наступні важливі напрямки трансформаційних перетворень держави: структурна еколого-орієнтована перебудова вітчизняної економіки, формування екологічної свідомості та культури суспільства; зміна інноваційної політики з врахуванням екологічних пріоритетів, перехід до політики сталого розвитку та екологізації економіки.

Резюмуючи вищесказане констатуємо, що перехід до принципово нової інноваційної моделі сталого розвитку суспільства означає ясне розуміння екологічних проблем і переконаність в особистій відповідальності кожного за стан і майбутнє біосфери та людства і потребує вжиття невідкладних заходів щодо формування екологічної свідомості та культури. Саме ці питання в багатьох країнах є предметом уваги політичних еліт, а державними органами з регулювання безпеки у різних сферах визнана дієвим інструментом вирішення екологічних проблем. Тому пріоритетними завданнями на найближчу перспективу є:

1. Впровадження Концепції сталого розвитку в Україні та удосконалення Національного плану дій щодо її реалізації, спрямованих на втілення в реальну практику господарювання й суспільного життя принципів сталого соціально-економічного розвитку, з метою: забезпечення динамічного соціально-економічного зростання; збереження якості навколишнього середовища і раціонального використання природно-ресурсного потенціалу; задоволення потреб сучасних і майбутніх поколінь через побудову високоефективної соціально спрямованої економічної системи, здатної забезпечити ефективне використання трудових ресурсів, стимулювання науково-технічного прогресу, раціональне використання та відтворення природних ресурсів. Ці документи мають генерувати стратегії економічного розвитку, підвищення добробуту населення та запобігання екологічної деградації, визначити національні пріоритети та завдання забезпечення сталого розвитку.

2. Розробка концепції формування екологічної культури населення, яка визначить цілі, завдання, принципи формування гуманістичного відношення громадян до оточуючого природного середовища.

3. Забезпечення виконання програми впровадження концепції «Екологічної освіти», зокрема, введення екологічної освіти в систему вищої та середньої освіти в якості базового компоненту з відповідною розробкою всього необхідного методичного забезпечення.

4. Удосконалення податкової системи у напрямку стимулювання впровадження екологічних інноваційних інвестиційних проектів та програм.

Список використаних джерел:

1. The Global Talent Competitiveness Index 2019. URL: <https://gtcistudy.com/wpcontent/uploads/2019/01/GTCI-2019-Report.pdf>

АНАЛІЗ ВНУТРІШНЬОГО ТА ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА ПІДПРИЄМСТВА ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ ЙОГО РЕНТАБЕЛЬНОСТІ

*Д.В. Бабич, Національний аерокосмічний університет ім.
М. Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут»,
студент 5-го курсу, спеціальність «Економіка підприємства»*

*І.О. Давидова, Національний аерокосмічний університет ім.
М. Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут», завідувач
кафедри економіки та маркетингу, д. е. н., професор –
науковий керівник*

Для того, щоб встановити ступінь прибутковості роботи підприємства, застосовують показники рентабельності, які визначають ефективність діяльності компанії в цілому. Відповідно, підвищення рентабельності є метою будь-якого підприємства, а для здійснення цієї мети важливе значення мають фактори впливу на діяльність підприємства, які виявляються в ході аналізу внутрішнього і зовнішнього середовища підприємства.

Внутрішнім аналізом називається методична оцінка ключових внутрішніх особливостей підприємства. Внутрішній аналіз розпізнає і оцінює ресурси, можливості і основні компетенції в межах самої організації та є підсумком роботи чи бездіяльності керівництва.

Ресурсами виступають активи, якими володіє організація, для виконання будь-яких робочих операцій та процесів на підприємстві пов'язаних з визначенням бізнесу, бізнес-місією, цілями і задачами. Ці ресурси включають фінансові ресурси, фізичні активи, людські ресурси, нематеріальні ресурси і структурно-культурні ресурси.

Внутрішній аналіз виконується як спосіб визначити сильні і слабкі сторони організації, необхідні для прийняття правильних стратегічних рішень.

Аналіз зовнішнього середовища в стратегічному управлінні

відіграє життєво важливу роль в бізнесі, показуючи поточні та потенційні можливості або загрози поза компанією у зовнішньому середовищі. Зовнішнє середовище включає політичні, екологічні, технологічні і соціологічні події або тенденції, які можуть прямо або побічно вплинути на бізнес.

Зовнішнє середовище може бути оцінено за допомогою такого інструменту, як PEST-аналіз. Такий аналіз допомагає вивчити вплив політичних, економічних, соціальних і технологічних факторів зовнішнього середовища.

Аналізуючи вплив факторів, як зовнішньої так і внутрішньої середовища, використовують SWOT-аналіз – аналіз можливостей, загроз, сильних і слабких сторін компанії. Для більш детального аналізу зовнішнього і внутрішнього середовища краще підійде SPACE-аналіз, тут враховується більш широка інформація щодо факторів впливу і використовується більша кількість критеріїв оцінки.

Для створення ефективних стратегій підвищення рентабельності, організація повинна досліджувати внутрішні й зовнішні чинники впливу на організацію, так як на ефективність роботи і життєдіяльність організації впливають не тільки внутрішні процеси підприємства, а й зовнішні сили, які в більшій мірі впливають не тільки на саму роботу організації безпосередньо, але і саме на її внутрішнє середовище.

Лише на підставі даних, які отримані в результаті аналізу діяльності підприємства, враховуючи вплив факторів внутрішнього і зовнішнього середовища, організація зможе скласти і реалізувати заходи для підвищення рентабельності її діяльності.

Підприємству треба використовувати, розширювати та вдосконалювати свої сильні сторони, а також зменшувати, мінімізувати свої слабкі сторони, таким чином просуваючи свою конкурентну перевагу, щоб підвищувати свою рентабельність.

Саме конкурентні переваги мають значну вагу в підвищенні рентабельності підприємства, так як вони зберігають свою значимість в умовах змін середовища, невідтворюваних конкурентами. Від рівня стійкості конкурентних переваг залежить тривалість здатності гарантувати ринковому суб'єкту першість серед конкурентів.

Список використаних джерел:

1. Бабанский Ю. К. Конкурентоспособность предприятия. – СПб.: Феникс, 2002. – 640 с.
2. Демчук О. В., Ареф'єва С. Г. Прибуток та рентабельність підприємства: сутність, показники та шляхи підвищення // Проблеми економіки та менеджменту. – 2015. – № 8 (48). – С. 6–9.
3. Мельник, М. В. Комплексный экономический анализ: Учебное пособие / М.В. Мельник, А.И. Кривцов, О.В. Горлова. – М.: Форум: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 368 с.

DEVELOPMENT THE POTENTIAL OF HIGHER EDUCATION THROUGH GAMIFICATION

M. Bezpartochnyi, *Doctor of Economics, Professor at the Department of Economics and Marketing, National Aerospace University named after N. Zhukovsky "Kharkiv Aviation Institute"*

V. Riashchenko, *Professor, Dr.oec., Academician, Expert Science of Academy Latvia, ISMA University of Applied Sciences*

S. Plota, *Director, Latvia Culture College*

The emergence of learning tools using ICT changes the idea of mankind on how to acquire knowledge and encourages a rethinking of approaches to learning. Technology can make learning more personal (schedule, format, pace of learning, the list of subjects), create the conditions for students to not just assimilate new knowledge but also develop the ability to work with information. However, rapid technological change makes the education system to shift towards practical training: students and employers see no need to spend five-six years on fundamental theoretical training in higher education and training at the workplace. The researchers say that trend is the emergence of new professions and concerns the education system in general. So today and soon will be in demand teachers who are able to solve the following problem:

- creating educational trajectories;
- maintenance of pupil / student by educational trajectory;
- the development of online courses;
- development and maintenance of educational online platforms;
- organization of project work;

- game practice development of tools and methods;
- game of educational activities;
- development of virtual worlds for training;
- met competences development (teamwork, systemic thinking, lean production, etc.)
- development of cognitive abilities (memory, speed reading, concentration, etc.)
- learning productive states of consciousness;
- develop training programs and retraining of adults.

With the development of modern tools of information and communication technologies have changed significantly and educational technology. Some of them received new impetus through the creation of services that allow them to sell in a digital environment. There pedagogical approaches received new content, such as active learning involves active practical application of skills obtained in the teaching and learning activities, in particular in the form of workshops, games, solve applied problems of the real world, conduct their own research, the creation of collective projects. Using any games in the educational process (teaching or playing edutainment) stood out an independent approach with appropriate pedagogical techniques that are now rapidly developing in the direction of the development and use of computer games for learning. Thus, gamification is one of the current options for active learning approach based on the use of specially designed gaming environment with the means to motivate players (awards, badges, skill levels, creating a single history), including Web quests (Fig. 1.1). The peculiarities of these games are interactive, instant response action program on the student.

Active Learning → Game Learning → Gamification

Figure 1.1 Development of learning students in higher education

This approach is promising and widely used in general education. For higher education advisable to analyze the development of the pedagogical approach as distance learning, which involves the interaction of the teacher and the student and used at a distance from the XVIII century, when there was exchange of materials by mail. Significant changes occurred with the emergence of radio and television. But the real popularity of distance learning has become with the advent of the Internet and Web 2.0 technologies, where each user can create

online content. With the development of new technologies were teaching paradigm - eLearning (digital education, online learning) directly based on the use of ICT. E-learning can be classified by way of obtaining educational materials: synchronous (webinars, video conferencing, collaboration on documents) and asynchronous learning (e-mail, file sharing, podcasts, MOOC, etc.). The most popular in higher education today is mixed (hybrid) learning – the educational model that combines digital and traditional learning. With the blended learning students combine work in the classrooms of the institution to the handling of the material online. Within the e-learning paradigm stood out directions and approaches such as open educational resources (resource-oriented education); management system training and mobile learning designed to support distance education, but who have successfully used the conditions of the hybrid training; massive open online course; flipped classroom and others.

The ability to analyze large-scale data (Big Data) on the behavior of pupils and students and their progress in learning and gaming applications MOOC contributed to the personalized approach (adaptive learning), which is the development of individual and differentiated approaches.

Using the latest technology and event of this type allows solving several important problems at once:

- promote the economic development of the region;
- improving the competitiveness of students in the labor market due to their mastery of modern technologies and demand;
- experience teamwork and familiarity of future professionals from different fields;
- establish contacts with potential customers interested in specific projects based on technology "Internet of things";
- facilitate the implementation of demand in the labor market technologies in the education system by involving teachers and students to participate in the hackathon.

References:

1. Riashchenko V., Zivitere M., Bezpartochna O. (2018). Pedagogical managements as a road to successful international teaching and learning, Transformational processes the development of economic systems in conditions of globalization: scientific bases, mechanisms, prospects: collective monograph, edited by M. Bezpartochnyi, in 2 Vol. ISMA University, Riga, Landmark SIA, Vol. 1, pp. 32-344.

2. Shamshina T., Koryuhina C., Riashchenko V., Bezpartochna O. (2019). Gamification. Haven't we overplayed?, Organizational-economic mechanism of management innovative development of economic entities: collective monograph, edited by M. Bezpartochnyi, in 3 Vol. Higher School of Social and Economic, Przeworsk, Vol. 3, pp. 275-287.

ПРОБЛЕМИ ЕКОНОМІЧНОГО ОБГРУНТУВАННЯ УПРАВЛІННЯ БІЗНЕС-ПРОЕКТАМИ ПІДПРИЄМСТВ

Р.З. Будинський, *Національний університет «Львівська політехніка», аспірант кафедри менеджменту і міжнародного підприємництва*

Н.О. Шпак, *Національний університет «Львівська політехніка», професор кафедри менеджменту і міжнародного підприємництва, д.е.н., професор – науковий керівник*

Економічне обґрунтування управління бізнес-проектами підприємств слід трактувати як комплекс взаємодоповнювальних дій, мета яких – визначення оптимальної структури та величини витрат на здійснення такого управління. З-поміж усіх робіт у цьому напрямку пріоритетними є такі:

- визначення та оцінювання існуючого і потенційного ресурсного забезпечення для управління бізнес-проектами підприємств;
- установлення цілей економічного обґрунтування управління бізнес-проектами, визначальних чинників успіху цього процесу та його завдань;
- формування альтернативних заходів для досягнення цілей економічного обґрунтування управління бізнес-проектами;
- визначення доцільності реалізації кожного альтернативного заходу для досягнення цілей економічного обґрунтування управління бізнес-проектами та обирання оптимальних з них;
- ухвалення оптимізаційних заходів щодо витрат на управління бізнес-проектами;
- розроблення і затвердження плану заходів з економічного обґрунтування управління бізнес-проектами;
- впровадження заходів з економічного обґрунтування

управління бізнес-проектами.

Цілі економічного обґрунтування управління бізнес-проектами, визначальні чинники успіху цього процесу та його завдання диференціюються у межах тієї чи іншої компанії. Окрім того, такі цілі так чи інакше повинні враховувати інтереси різних груп стейкхолдерів бізнес-проекту. Доречно наголосити і на тому, що цілі економічного обґрунтування управління бізнес-проектами (зрештою, як і ключові чинники успіху такого процесу) можуть мати:

- елементний характер – стосуватись окремих елементів бізнес-проекту (наприклад, сировини, персоналу, якості, апаратного і програмного забезпечення тощо);

- частковий характер – відноситись до окремих напрямків управління бізнес-проектами (наприклад, зміст бізнес-проекту, його вартість, управління ризиками в його межах тощо);

- комплексний характер – стосуватись управління бізнес-проектами загалом.

Зміст плану заходів з економічного обґрунтування управління бізнес-проектами може мати різний рівень деталізованості. Такий план має містити у тому числі інформацію про конкретні статті витрат, а також про зміст заходів, які слід з цією метою реалізувати. Для забезпечення ефективності реалізації такого плану заходів необхідно обов'язково визначити відповідальних осіб, зазначивши для них терміни реалізації ініціатив.

Як свідчить вивчення теорії і практики, дієвість економічного обґрунтування управління бізнес-проектами багато в чому визначається достатністю необхідного ресурсного забезпечення. Обмеженість таких ресурсів часто є причиною застосування більш вузьких ініціатив, аніж попередньо очікувалось. Як відомо, ресурси дають змогу трансформувати можливості в очікувані результати.

Не менш важливою під час економічного обґрунтування управління бізнес-проектами здійснювати діагностування ефективності заходів у цьому напрямку, а також періодичне діагностування бізнес-проектів компанії загалом та конкретних бізнес-проектів зокрема. Такі види діагностування необхідні, щоб ідентифікувати сфери недостатньої ефективності управління витратами в межах бізнес-проектів. Причому, важливо перш за все звертати увагу на так звані «драйвери» витрат на управління бізнес-проектами.

Щоб оперативно отримувати усю необхідну інформацію під час

економічного обґрунтування управління бізнес-проектами, доволі часто на підприємствах відповідним посадовим особам та підрозділам надається широкий доступ до внутрішніх баз компанії, де обліковуються різні види витрат. Крім того, застосовуються стандартизовані шаблони та аналітичні звіти для відображення різної інформації. Це дає змогу у тому числі забезпечити і перманентність управління витратами на бізнес-проекування.

Розширює інформаційну базу економічного обґрунтування управління бізнес-проектами і дієва система управлінського обліку на підприємстві, яка традиційно функціонує паралельно з системою бухгалтерського обліку і частково інтегрується з нею через розгортання комплексу аналітичних звітів. Система управлінського обліку, як відомо, спрямована на забезпечення інформаційних потреб різних груп стейкхолдерів суб'єкта господарювання, а також виконує роль сигнальної системи щодо наявності певних відхилень (у т.ч. і щодо різних груп витрат у діяльності підприємства). Певну інформацію щодо витрат на управління бізнес-проектами можна отримати й з даних бухгалтерського обліку, зокрема, з первинних бухгалтерських документів.

ОСОБЛИВОСТІ ФІНАНСУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ БАНКАМИ В УКРАЇНІ

В.С. Васильєва, *Одеський національний економічний університет студентка 5-го курсу, спеціальність «Фінанси, банківська справа та страхування»*

В.В. Коваленко, *Одеський національний економічний університет, професор кафедри банківської справи, д.е.н., професор – науковий керівник*

Основним завданням фінансування інноваційної діяльності підприємств є науково-технічний прогрес, технологічна модернізація виробничих потужностей.

На сьогоднішній день активність інноваційної діяльності змінилась на головний фактор забезпечення високих показників економічного зростання, забезпечення конкурентоспроможності вітчизняної економіки. Протягом 2014-2018 років питома вага інноваційно активних підприємств в Україні становила 19,3% [1].

Якщо проаналізувати дані останніх років, то можна визначити, що саме питома вага підприємств, що впроваджують інноваційні процеси має тенденцію до постійного зростання (рис. 1.2).

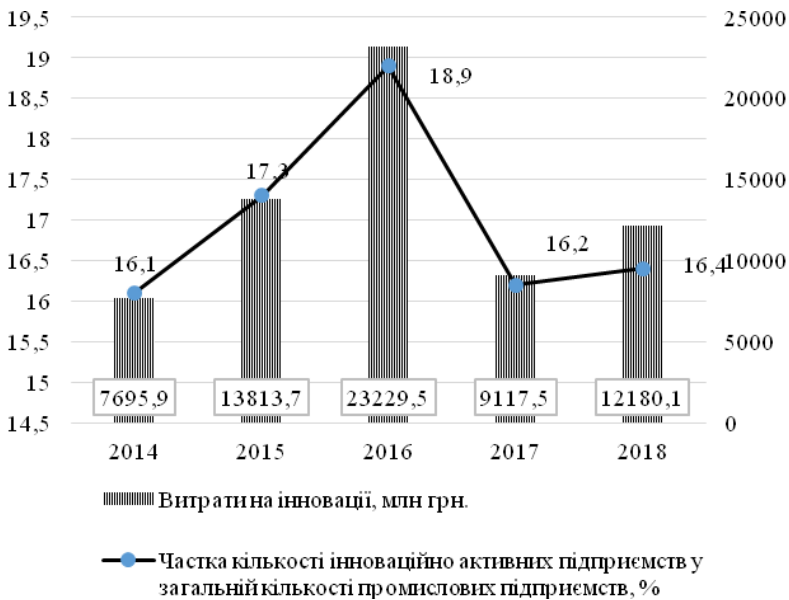


Рис. 1.2. Загальний обсяг витрат за напрямками інноваційної діяльності у 2014-2018 рр.

Джерело: [1]

В Україні інноваційна діяльність розвивається, повільно, але впевнено. Якщо порівняти 2018 рік з 2014 роком, то витрати на інноваційну діяльність зросли на 58% [2].

На сьогоднішній день інноваційна політика України має головне завдання – активізація інвестиційно-інноваційної діяльності та створення основної системи фінансового забезпечення, яка повинна опиратися на використання фінансових ресурсів із різними джерелами походження. Основне джерело фінансування – це вітчизняні банки. Інструмент фінансування – банківський кредит, а саме кошти, які надаються банком на встановлений строк для використання на визначені цілі.

Зауважимо, що в Україні спостерігається позитивна динаміка зростання банківської інноваційної діяльності. В інвестиційному процесі бере участь комерційний банк, який виступає за допомогою

механізмів кредитування. Основним інструментом повинні буди довгострокові кредити, але, на жаль, вони займають малу частку в загальному обсязі кредитних вкладень в Україні.

Але необхідно відмітити, що за 2019 рік показник інвестування банків у ціні папери та довгострокові інвестиції зріс на 4 % [3].

Для підтримки та розвитку ситуації щодо фінансового забезпечення інвестиційно-інноваційної діяльності необхідно: стимулювати створення спеціалізованих інноваційних банків на державному рівні, забезпечити ефективну реалізацію довгострокових кредитів фінансового оздоровлення економіки, забезпечити зменшення кредитних ставок для стимулювання інвестиційної діяльності; зниження ставки податку на ту частку прибутку банків, яка іде на фінансування інноваційно-інвестиційної діяльності, перегляну виробників на підтримку споживачів, що сприятиме більш рівномірному розподілі чистих заощаджень.

Також слід відмітити, позитивний вплив розвитку проектного фінансування банками інноваційної діяльності підприємств. В Україні сформований значний потенціал проектного фінансування, так як попит на фінансові ресурси постійно перевищує пропозицію.

На наш погляд, банківський інвестиційний бізнес в Україні почав розвиватися у позитивну сторону, але є ряд проблем, які не дають активно розвиватися. Якщо пробувати розвиватися в різних напрямках, шукати альтернативи щодо інвестицій, якщо залучати банки приймати участь у розвитку банківської інноваційної діяльності, то це тільки збільшить темп розвитку і буде мати позитивні результати.

Список використаних джерел:

1. Обстеження інноваційної діяльності в економіці України за період 2014–2018 років. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/express/expres_u.html.
2. Офіційний сайт Державної служби статистики України. Інноваційна активність [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2019/ni/ind_pp/zov_id_u.xls
x
3. Офіційний сайт Національного банку України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.bank.gov.ua>

THE ROLE OF STRATEGIC PLANS IN THE MODERNIZATION OF THE REGIONAL ECONOMY

B. Dergaliuk, *National technical university of Ukraine
“Igor Sikorsky Kiev Polytechnic Institute”*, Associate Professor of
Economics and Entrepreneurship Department,
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor

Contemporary regional policy should be based on strategic priority areas of reform and modernization of the regional economy, aiming at sustainable regional development, which at the same time includes the development of social, economic and environmental spheres of the regions.

Structural regional policy is usually concerned with economic policy, but it also affects social, environmental, and cultural development, which is directly related to economic shifts and the dynamics of economic growth.

It should be noted that the concepts of “economic development” and “modernization” are sometimes identical, but we agree with the view of scientists who believe that such identification is not correct, because not all developing processes are directly modernizing. M. Mikhalchenko rightly points out in this context, noting that “modernization orients society and its structures, spheres for improvement, advancement, development and realization of new goals, tasks, priorities, strategies. Modernization is a creative and transformative function of development. But it is specific – as a means of renewing society. Modernization is indeed an unfinished project and a project that never ends in a global dimension...” [1, p. 19].

Regional development should be based on the general concept of economic modernization and economic modernization strategy in regions of Ukraine. At the same time, an important aspect is that the goals, objectives and priorities of regional modernization must be in line with the goals, objectives and priorities of the industries and the country as a whole [2; 3].

Strategic plans for the modernization of the regional economy should take into account the specialization of the regional space, the features of development and the potential opportunities of the regions. It is important to establish close cooperation between regions to form new competitive regional entities, including the subregional level. The formation of new integrated economic macro-regions is a process that,

in the context of existing global changes, is inherent in world economic development.

Macro-regions created by structural modernization, in turn, become the key economic dominant where the classic factors of production and innovation are concentrated. The isolation of such macro-regions is a precondition for increasing their importance in global economic development.

Development, as a result of structural modernization of the regions, must be ensured by an appropriate institutional environment. This will contribute to the positive effects of the created macro-regions in the neighboring regions by spreading well-being and stimulating large-scale structural changes.

Structural modernization of regions includes: challenges to the need to improve the mechanisms of formation and functioning of the economic complex and social relations of the regions; challenges for changing economic and social process management. That is, the structural modernization of regions cannot be carried out without changes in the management of economic processes in accordance with the socially established values and priorities and opportunities of the regions. Changes in governance take place at both regional and national levels.

Structural modernization of regions depends on the potential and resources of the regions. Modernization shifts require changes in the management of economic processes, which can give impetus to change and increase their effectiveness.

References:

1. Mykhal'chenko, M. (2005), *Politychna real'nist' v Ukraini: transformatsiia, modernizatsiia, revoliutsiia?* [Political reality in Ukraine: transformation, modernization, revolution?], Suchasna ukrains'ka polityka. Polityky i politolohy pro nei, Kyiv, Ukraine.
2. Tul'chyns'ka, S.O. (2014), *Determinanty stanovlennia novoho rehionalizmu: teoriia, metodolohiia, praktyka* [Determinants of the emergence of a new regionalism: theory, methodology, practice], Vyd-vo «PP Vyshemyrs'kyj V.S.», Kherson, Ukraine.
1. Tul'chyns'kyj, R.V. (2018), *Determinanty stanovlennia novoho rehionalizmu: teoriia, metodolohiia, praktyka* [Determinants of the emergence of a new regionalism: theory, methodology, practice], Vyd-vo «PP Vyshemyrs'kyj V.S.», Kherson, Ukraine.

METHODOLOGICAL PRINCIPLES FOR ENSURING STRATEGIC MANAGEMENT OF THE FINANCIAL STABILITY OF THE BANKING SYSTEM

P. Havrylko, *Uzhgorod Trade and Economics Institute
of Kyiv National Trade and Economics University,
Director, Professor of the Department of Finance*
M. Lalakulych, *Uzhgorod Trade and Economics Institute
of Kyiv National Trade and Economics University,
Professor of the Department of Accounting and Taxation*

The banking system of each state, regardless of its economic model and organization of public relations, plays a crucial role in ensuring the flow of cash flows. It participates in the main functions implementation of the financial system by way: ensuring the stability of the monetary unit; ensuring the transfer of financial resources across time, across borders of countries and between individual industries, etc.; developing and providing risk ways to control; providing a mechanism for pooling financial resources and allocating them to individual entities; ensuring the smooth functioning of payment systems; ensuring the saturation of the market with price information [Hetmantsev, D. O., & Shuklina, N. H., 2007].

Sustainability of the economy development, including its important link - the banking system, is a key problem of today. The instability of national economies, the uneven economic development of individual countries, which is exacerbated by speculative banking operations, leads not only to national banking crises but also to be part of the global financial turmoil.

The ability of the banking system as a systematic formation in the dynamic conditions of a market environment to withstand external and internal threats, to ensure the conservation and return reliability of the deposits of legal entities and individuals, to fulfill their obligations in a timely manner in order to achieve the monetary policy target marks and ensure the financial security of the state should be considered as it financial stability.

Current banking practice requires assessing financial sustainability in the following areas: assessment of the macroeconomic situation and trends in the development of the banking system; assessment of the adequacy of the number of banks and the size of their branch network in terms of the extent to which the banking services are used by the public

and enterprises; monitoring of banks' activities; analysis of bank statements in accordance with the implementation of certain rules and regulations.

The key factors for influence on the stability of legal entities and households funds for the future should be: the general economic situation and access to credit resources, as well as the state policy regarding the industries that significantly affect on the level of free resources accumulation in enterprises and their structure by timing; investment climate in the country and the situation in foreign commodity markets; the general state of the banking system, as well as the exchange rate policy; the dynamics of citizens' incomes, which will largely depend on the economic situation in the country; development of the situation in alternative investment markets for citizens (stock, real estate, currency).

The main factors that determine the riskiness of domestic banks activity include: the quality of working assets, as well as the decline in liquidity of banking assets due to low solvency demand; low customer confidence, unstable constant part of liabilities, which are important factors that characterize the banking system's propensity to liquidity risk.

The choice of strategy for financial stability insuring is closely linked to the ability to making a rational decision. There are many definitions of the essence of strategic management in relation to the banking system, but the most common is that strategic management is the process of approval and implementing strategic decisions, the central link of which is a choice based on the comparison of available resource potential with the capabilities and threats of the environment [Kyrychenko, O., Hitlenko, I., & Yatchenko, A., 1999].

The purpose of strategic management of the financial stability of the banking system is to build such a dynamic system that would allow timely determination of the strategy and tools of realization of strategic guidelines for making financial decisions on ensuring financial stability in the context of situational states of certainty, uncertainty and risk of functioning of the banking system. The basic scheme of strategic management of financial stability of the banking system should include: choice of concept depending on the levels of ensuring financial stability; strategic analysis of factors affecting on financial stability; diagnostics of the banking system with determination of positive and negative processes of its dynamic development; formation of goals of strategic management of financial stability making a forecast of the development

of the banking system, ensuring strategic control over the fulfillment of the target guidelines in insuring of financial stability of the banking system.

Given the need to orient the system of state regulation to economic growth, the strategy of development of the domestic banking system should include: increasing level of its financial stability on the basis of avoiding systemic banking crises; improving the quality of the implementation by banking system of the functions of accumulation of household savings, funds of enterprises and their transformation into loans and investments; restoration and strengthening of confidence to the domestic banking system by investors; avoiding the use of the banking system in the practice of laundering of proceeds from crime.

Strategic management of the financial stability of the banking system involves a system of complementary decisions on the choice of rules, guidelines, directions, tools and rules that ensure the management of systemic components of financial stability, which are grouped into subsystems: methodological basis for ensuring financial stability, financial security, crisis management system, risk management.

References:

1. Kyrychenko, O., Hitlenko, I., & Yatchenko, A. (1999). *Bankivs'kyi menedzhment [Banking management]*: Tutorial. Kyiv: Fundamentals. [In Ukrainian].
2. Hetmantsev, D. O., & Shuklina, N. H. (2007). *Bankivs'ke pravo Ukrainy [Banking Law of Ukraine]*: Tutorial. Kyiv: Center for Educational Literature. URL: http://ebk.net.ua/Book/law/getmantsev_bpu/part2/201.htm. [In Ukrainian].
3. Kozmenko, S. M., Horina, S. O., & Andronov, O. M. (2000). Hlobalizatsiya bankivs'koyi diyal'nosti y rehional'ni interesy [Globalization of banking activities and regional interests]. *Finansy Ukrainy – Finance of Ukraine*, 9, 141–147. [In Ukrainian].

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ІМІДЖЕВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА НА РИНКУ ПРАЦІ В УМОВАХ ІНДУСТРІЇ 4.0.

В.П. Гатило, Національний аерокосмічний університет імені М.С. Жуковського «Харківський авіаційний інститут», старший викладач кафедри менеджменту

Іміджева стратегія підприємства на ринку праці в умовах Індустрії 4.0. виступає як один з інструментів досягнення цілей організації, що торкаються основних сторін її діяльності та орієнтовані на перспективу. Формування іміджевої стратегії вимагає цілеспрямованої систематичної роботи та стає необхідною умовою досягнення підприємством стійкості і позитивного ділового успіху.

Світовим економічним форумом було складено звіт *Readiness for the Future of Production Report 2018* [1], метою якого було визначення поточного рівня готовності країн до потенційних можливостей та викликів, які виникають під впливом змін у зовнішньому середовищі, що спричиняється у тому числі переходом до «Індустрії 4.0». Україна належить до країн, що зароджуються, тобто до країн, які мають слабкі поточні позиції в формуванні імідж стратегій підприємств на ринку праці.

Отже, враховуючи тенденції «Індустрії 4.0», багато прикладних питань, пов'язаних з процесом формування іміджевої стратегії підприємств на ринку праці усе ще вимагають конструктивного розв'язку. Для України актуальність цього питання набуває особливого значення, тому що діяльність підприємств на ринку праці формує основу сучасної ринкової економіки та визначає її конкурентоспроможність, а ефективність функціонування цього сектора є однією з передумов сучасного розвитку економіки в умовах Індустрії 4.0.

Можна виділити три основні моменти, що свідчать про доцільність переходу до Індустрії 4.0 [2]: 1. Можливість інтегрувати та краще керувати горизонтальними та вертикальними ланцюгами вартості. 2. Нові цифрові бізнес-моделі, що пропонують значну додану цінність для споживачів на основі індивідуальних рішень.

Ефективна іміджева стратегія на ринку праці в умовах Індустрії 4.0. робить підприємство більше привабливим для інвесторів,

підвищує його капіталізацію, дозволяє збільшити дохід, підсилює позиції при виході на нові ринки й забезпечує підтримку широких верств населення. За результатами досліджень Гарвардської Бізнес-школи, за останні 11 років, працюючи над іміджевою стратегією, підприємства по всьому світу підвищили свій дохід на 682%, прибуток на 756% та чисельність висококваліфікованого персоналу відповідно на 282%. У цей же час, підприємства, не приділяючи велику увагу цьому аспекту, отримали результати у 166%, 1% та 36% відповідно. [3]

Вчені відмічають, що зміна в процесі формування ефективної іміджевої стратегії підприємства на ринку праці в умовах Індустрії 4.0 обумовлена не тільки тим, що розширюються можливості алгоритмів, роботів та інших активів, відмінних від трудових ресурсів, а й тим, що підприємства владують багато сил і коштів в більш точне визначення стратегії та оптимізацію робочих місць, що приводить до змін попиту на робочу силу. В роботі Фрея та Осборна . [4] показано, що четверта промислова революція неминуче буде надавати фундаментальний вплив на процес формування іміджевої стратегії, на ринки праці і робочі місця у всіх країнах світу. Фактично в переважній більшості випадків злиття цифрових, фізичних і біологічних технологій, що забезпечує поточні зміни, сприятиме удосконаленню людського праці та когнітивної діяльності, тобто лідерам доведеться готувати кадрові ресурси, розвивати моделі освіти для роботи, а також створювати взаємопов'язані та інтелектуальні машини з постійно розширюються можливостями, що буде основою для формування іміджевої політики підприємств на ринку праці.

На сьогоднішній день практично кожна друга компанія в Україні стурбована своєю іміджевою стратегією на ринку праці. Розвиток іміджу на ринку праці в цій галузі для нашої країни є новою тенденцією, тоді як за кордоном це вже невід'ємна частина загальної стратегії компанії. В таких умовах особливої гостроти набуває необхідність дослідження процесу формування іміджевої стратегії підприємств на ринку праці в умовах Індустрії 4.0. в українських компаніях [5].

Отже, процес формування іміджевої стратегії підприємства на ринку праці відіграє важливу роль. Зважаючи на це необхідно більше часу і фінансових коштів підприємств приділяти на створення і підтримання позитивного іміджу на ринку праці, що дає ряд переваг: стабільні фінансові показники; збільшення рівня

довіри і лояльності; підвищується рівень конкурентоспроможності на ринку праці.

Таким чином, для успішного вирішення завдання цілеспрямованого формування іміджевої стратегії підприємства на ринку праці України в умовах Індустрії 4.0. необхідні: ретельний аналіз зовнішніх і внутрішніх умов діяльності підприємства, розробка цілей формування іміджевої стратегії та обґрунтування шляхів і засобів їх досягнення. Тобто об'єктивно необхідна розробка науково-методичних основ цілеспрямованого формування іміджевої політики підприємств.

Список використаних джерел

1. Readiness for the Future of Production Report 2018. Insight Report. (2018). In collaboration with A.T. Kearney. World Economic Forum. [weforum.org. Retrieved from http://www3.weforum.org/docs/FOP_Readiness_Report_2018.pdf.](http://www3.weforum.org/docs/FOP_Readiness_Report_2018.pdf)
2. Geissbauer, R., Schrauf, S., Koch, V., & Kuge, S. Industry 4.0 – Opportunities and Challenges of the Industrial Internet. PricewaterhouseCoopers Aktiengesellschaft Wirtschaftsprüfungsgesellschaft.
4. Селезньова О. О., Стренковська А. Ю., Євдокімова О. М. Ділова репутація як визначальний фактор формування бренду підприємства. Міжнародні економічні відносини та світове господарство Випуск 25, частина 2. 2019. С. 115-119.
3. Шваб К. Четвертая промышленная революция / К. Шваб ; пер. с англ. – М. : Изд-во «Э», 2017. – 208 с. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://cdn.eksmo.ru/v2/ITD00000000819325/read/full#features/7.](https://cdn.eksmo.ru/v2/ITD00000000819325/read/full#features/7)
5. Сорока О.В. HR-бренд: сутність та стан в Україні // Економіка і організація управління. 2016. № 3 (23). С. 293-301. URL: <http://jeou.donnu.edu.ua/article/view/2898>

FUNDAMENTALS OF FORMATION OF FINANCIAL POTENTIAL OF THE ENTERPRISE

T. Hushtan, *Uzhgorod Trade and Economics Institute of Kyiv National Trade and Economics University, Ph.D., Associate Professor of the Department of Commodity and Commercial Activities*

Building of an enterprise capacity is the process of identifying and creating a spectrum of entrepreneurial opportunities, its structuring, and building certain organizational forms for sustainable development and effective reproduction [2]. Given that financial potential is a complex economic system during the process of formation of enterprise potential, the following should be considered: the potential of the enterprise is a complex system of individual characteristics of its alternative components, that is, those that can in one way or another replace each other; the potential of the enterprise is not the result of simple summation of the elements, as it is inherently dynamic; the potential of the enterprise in the higher forms of its detection may change due to the appearance of new constituent elements; there is a need for a balanced optimum balance between the elements of financial potential that must function simultaneously and in the aggregate, since the patterns of development of enterprise capabilities can only be disclosed in their combination; the law of synergy of its elements is applied during the formation of the enterprise potential; the elements of the enterprise potential must correspond to the characteristics of products and services produced at the enterprise; components of the potential are subject to physical and technical and economic aging, as well as are sensitive to the achievements of scientific and technological progress, that is, they are objectively related to the functioning and development of the economic entity.

The process of formation of enterprise potential is a component of the economic system with inherent only certain regularities, namely integrity, integrativeness, communicativeness, hierarchy, equifinality [1]. Most domestic enterprises survive by finding short-term sources of financing, selling fixed assets, diversifying production. However, the poor performance of these methods, combined with the lack of a systematic approach, leads to a spraying of available financial resources and a loss of competitiveness. The systematic approach to financial management of economic growth in an enterprise requires understanding it as a combined development option in the form of sales

growth, gross revenue, return on equity and liquidity recovery, which is lost at the beginning of investing, with a combination of self-financing and external financing.

The basis of economic growth financing is the structure of sources of financing of investments organized within the framework of multichannel financing of public and private investment programs, projects and project financing as a whole. The full composition of possible sources of financing for investment projects is presented in Table 1.1.

Table 1.1

Potential composition of sources of financing of investment projects

Group	Type	Organizational structure of sources in the group
State resources	own	State budget. Local budgets. Extra-budgetary funds
	involved	Means of the state credit system and the state insurance system
	loan	Government borrowing
Resources of enterprises	own	Own investment resources of enterprises
	involved	Contributions, donations, sale of shares, issue of shares
		Investment resources of resident investment companies, including mutual funds
		Investment resources of resident insurance companies
		Investment resources of non-state resident pension funds
	loan	Banking, commercial, budgetary and special purpose loans
Investment resources of foreign investors. International financial institutions, institutional investors, enterprises		

Financing of investments in fixed assets (equipment, vehicles, machines) and in intangible assets (technologies, patents) is characteristic of large programs of support to countries and companies, which are in a deep crisis conditions. At the same time large-scale and long-term financing is carried out with the procedures of its cheaper (capital saving) with the dominance of external financing over internal. At the same time, financing of investments in current assets (stocks) is characteristic of the usual plans for maintaining the stability of current

activity, both in crisis and in the recovery conditions. In this case, small-scale and short-term financing is carried out without the procedures of its cheaper (capital saving) with the dominance of self-financing over external ones.

In order to stabilize the financing of economic growth, it is necessary to focus not only on the growth of profitability of equity capital, but also on the growth of the financial stability of the company in the long term.

One of the primary and most challenging tasks in financing of financial potential building is the variant choice of a combination of external and internal sources of financing. The main criteria for optimizing the combination of self-financing and external financing are the criterion of increasing the market value of enterprises and the value of capital, which reflects the cost of attracting financial resources (external financing and share capital) and takes into account payments to investors. The combination of sources and methods of financing in terms of maximizing the market value of the company and optimizing the value of total capital is reflected in the financial strategy.

References:

1. Brigham, U., & Gapenski, L. (1999). *Finansovyy menedzhment [Financial management]*. In 2 Vols. Translated from English. St. Petersburg. Vol. 2. P. 317-322. [in Russian].
2. Mytrofanov, H. V. (Ed.), Kravchenko, H. O., & Barabash, N. S., et al. (2002). *Finansovyy analiz [Financial Analysis]*. Kyiv: Kyiv National University of Trade and Economics. [in Ukrainian].

МЕТОДИЧНИЙ ПІДХІД ЩОДО ВИЗНАЧЕННЯ ВПЛИВУ ДІЙ АКЦІОНЕРІВ НА ПІДПРИЄМСТВА КОРПОРАТИВНОГО ТИПУ

О.М. Калініна, *Національний аерокосмічний університет імені М.С. Жуковського «Харківський авіаційний інститут»*, доцент кафедри менеджменту, к. е. н., доцент

Одним із головних елементів ресурсного потенціалу корпорації є кадровий. Від дій кадрів залежить процес розробки та реалізації стратегії, випуск продукції, пошук клієнтів, налагодження обладнання і багато інших дій. Також не треба недооцінювати

вплив або його відсутність іншого роду кадрового потенціалу, що уособлюється у вигляді мажоритарного або міноритарного акціонерів, акціонерів аутсайдерів або інсайдерів, на процеси прийняття корпоративних рішень.

Дії зазначених акціонерів на діяльність корпорації можуть бути оцінені як стимулятор або дестимулятор для отримання підсумкового фінансового результату майбутніх періодів або його збільшення чи зменшення.

Якщо акціонер очікує на отримання стабільних дивідендів від корпорації у звітному періоді в сучасних умовах підприємницької діяльності і екстрадивідендів при стабільній економіці – це може знизити суму нерозподіленого прибутку, так необхідного для реінвестування в реальний капітал корпорації, а, отже, вплинути на суму майбутнього прибутку або збитку. У цьому випадку відчутність впливу акціонера буде залежати від типу акціонера, тобто ступеня його зацікавленості в діяльності корпорації (акціонер-аутсайдер або акціонер-інсайдер) або можливості його впливу (міноритарний або мажоритарний акціонер).

Для підвищення ефективності діяльності корпорації через призму впливу на неї дій акціонерів автором було розроблено відповідні критерії для класифікації акціонерів (десять) та розраховано їх важливість для корпорації за методом MAI T. Сааті: вплив на корпорацію (вага 0,19), взаємозв'язок ключових інтересів акціонерів і корпорації (вага 0,22), спекулятивний інтерес (вага 0,02), залучення до менеджменту корпорації (вага 0,11), вдосконалення контролінгу для більш ефективного управління реальним капіталом (вага 0,12), можливість залучення додаткових фінансових ресурсів (вага 0,09), імідж акціонера (вага 0,06), зацікавленість в можливості обігу акцій на фондовій біржі (вага 0,09), ризик прийняття необґрунтованих, необдуманих рішень (вага 0,05), формування ефективної системи корпоративного управління (вага 0,05).

Наступним кроком було застосовано шкалу Харрінгтона та експертним шляхом визначено можливу поведінку акціонера в залежності від ступеня його зацікавленості або можливості впливу на корпорацію (табл. 1.2-1.5).

В таблицях 1.2-1.5 оцінка 5 відповідає значенню «дуже високий вплив», оцінка 1 – «дуже низький вплив».

Візуальне сприйняття рішень акціонерів здійснено за допомогою СМАРТ-методу.

Таблиця 1.2

Оцінка дій мажоритарного акціонера-аутсайдера

Акціонер-аутсайдер		Критерії									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Оцінки	1										1
	2										
	3										
	4		+	+	+		+		+	+	
	5	+				+		+			

Таблиця 1.3

Оцінка дій мажоритарного акціонера-інсайдера

Акціонер-інсайдер		Критерії									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Оцінки	1									+	
	2			+							
	3										
	4										
	5	+	+		+	+	+	+	+		+

Таблиця 1.4

Оцінка дій міноритарного акціонера-аутсайдера

Акціонер-аутсайдер		Критерії									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Оцінки	1	+			+	+	+		+	+	+
	2		+					+			
	3										
	4										
	5			+							

Таблиця 1.5

Оцінка дій міноритарного акціонера-інсайдера

Акціонер-інсайдер		Критерії									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Оцінки	1	+	+		+	+				+	+
	2								+		
	3							+			
	4			+							
	5						+				

За допомогою отриманих значень було розраховано підсумковий показник рішень кожного акціонера. Так, для мажоритарного акціонера-аутсайдера він становить 4,11, для мажоритарного акціонера-інсайдера – 4,76, міноритарного акціонера-аутсайдера – 1,35, міноритарного акціонера-інсайдера – 1,63.

Яким чином користуватися результатами запропонованого методичного підходу в якості стимулятора або дестимулятора на потенційний фінансовий результат корпорації буде детально висвітлено в наших подальших публікаціях.

Список використаних джерел:

1. Калініна О.М., Красніков В.М. Методичний підхід щодо оцінки впливу акціонера на діяльність корпорації // Сучасний управлінський інструментарій прийняття ефективних економічних рішень: колективна монографія / за загальною редакцією А.В. Дороніна. – Харків: Нац. аерокосмічний ун-т ім. М.Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут», 2019. – С. 292-302.
2. Саати Т.Л. Принятие решений. Метод анализа иерархий / Т.Л. Саати. – М.: Радио и связь, 1989. – 316 с.

ІНСТРУМЕНТИ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ В НАЦІОНАЛЬНОМУ ТА ГЛОБАЛЬНОМУ ЕКОНОМІЧНОМУ ПРОСТОРИ

О.В. Коваленко, *Інститут продовольчих ресурсів НААН,
завідувач відділу економічних досліджень та
інноваційного провайдингу, д.е.н., с.н.с.*

Л.О. Яценко, *Інститут продовольчих ресурсів НААН,
старший науковий співробітник, к.е.н.*

Поява нових цифрових інфраструктур, в тому числі бездротових мереж, мобільних пристроїв і технологій, зумовили радикальні зрушення у сфері інформаційних технологій, їх інтеграції в усі прояви соціально-політичного та економічного життя суспільства, формуючи нову парадигму міжнародної економіки – цифрову. Інформаційно-комунікаційні технології нині трансформували працю, освіту, управління, розваги та дозволя. Більшість

розвинених країн (зокрема США, Канада, Японія, Німеччина) просувають цифрову економіку в своєму суспільстві як стратегічну мету на найближчі десятиліття. Всеосяжний розвиток цифрових технологій повинен стати рушійною силою інновацій і для економік, що розвиваються.

Окремі сучасні дослідники розглядають цифрову економіку як глобальну мережу економічних і соціальних заходів, що реалізуються через платформи Інтернет, мобільні і сенсорні мережі. Зокрема Т. Мезенбург виділяє три основні компоненти концепції цифрової економіки: 1) підтримуюча інфраструктура (апаратне і програмне забезпечення, телекомунікації, мережі та ін.); 2) електронний бізнес (ведення господарської діяльності і будь-яких інших бізнес-процесів через комп'ютерні мережі); 3) електронна комерція (дистрибуція товарів через Інтернет) [1].

Цифрова економіка стрімко розвивається в глобальних масштабах. Вона є найважливішим двигуном інновацій, конкурентоспроможності та економічного зростання в світі. Експерти Єврокомісії зазначають, що цифрова економіка оцінюється в 3,2 трлн євро в групі країн «Великої двадцятки» і вже становить близько 8% світового ВВП, стимулюючи розвиток і створення робочих місць у цій сфері [2].

Ефективність застосування Інтернету полягає в тому, що з його допомогою створюється прибуток і додана вартість, підвищується продуктивність праці, але за межами фізичних обсягів продукції технологічного сектора. Наприклад, компанії традиційних галузей отримують до 75% вигоди завдяки онлайн-простору.

Нині в ТОП-10 країн з найбільш розвинутою цифровою економікою входять Норвегія, Швеція, Швейцарія, Данія, Фінляндія, Сінгапур, Південна Корея, Великобританія, Гонконг, США. Але при стрімкому поширенні інновацій, що постійно змінюють зовнішнє середовище, нинішній статус «цифрового лідера» не гарантує їм першість в майбутньому. Відкритість до інновацій і стимулювання їх впровадження допоможуть цим державам створити потенціал для подальшого зростання.

Важливою складовою формування інформаційного суспільства та цифрової економіки в країнах, що розвиваються, у тому числі і в Україні, є використання сучасних Інтернет та комп'ютерних технологій (ІКТ). Рівень розвитку ІКТ в країні можливо оцінити за показниками використання комп'ютерної техніки та телекомунікацій.

Кількість абонентів Інтернету в Україні станом на 1 січня 2020 року становила 68,6% від загальної чисельності населення, з них фізичних осіб – 61,2%.

Згідно з вибіркоvim дослідженням Державної служби статистики України, 95,4% підприємств у всіх регіонах країни використовують комп'ютери в своїй діяльності. Найвищий рівень комп'ютеризації мають підприємства сфери грошового посередництва, надання кредитів, страхування (99,6%). У сфері інформатизації та телекомунікації цей показник також високий – 97,8%, тоді як найменший рівень комп'ютеризації спостерігається в готельно-ресторанному бізнесі та діяльності з адміністративного та допоміжного обслуговування – 90,8 і 89,6% відповідно [3].

Із загальної кількості підприємств, які використовували комп'ютери, 62,7% – користувалися внутрішньою комп'ютерною мережею, а розширену внутрішню комп'ютерну мережу мало майже кожне шосте підприємство. Кожне четверте підприємство, яке здійснювало свою діяльність за допомогою комп'ютерів, мало функціонуючу домашню сторінку у внутрішній мережі і бездротовий доступ до цієї мережі.

Частка підприємств, що мали доступ до глобальної мережі Інтернет в 2019 році становила 98,2% від загальної кількості підприємств, які використовували комп'ютери, з них: малі – 94,3%; середні – 98,5%; великі – 99,7%. Всі організації (малі, середні й великі) широко застосовували можливості Інтернету для отримання банківських і фінансових послуг (96,6%); пошуку необхідної інформації (80,5%); отримання форм звітності (81,6%); виконання адміністративних процедур (40,5%) та ін.

Розвиток цифрової економіки в Україні має забезпечити реалізацію потенціалу нового економічного укладу для забезпечення національного добробуту згідно з цілями сталого розвитку України до 2030 року та входження країни в нову глобальну економічну систему. Разом з тим, цифрова економіка може нести й загрози, зокрема трансформацію ринку праці, що здатна призвести до відмови у використанні живої праці, росту безробіття, зупинки зростання заробітної плати, зниження продуктивності реального сектора та ін. Крім того, набуває актуальності також цифрова безпека, як наслідок кіберзлочинності та розповсюдження комп'ютерних вірусів.

Цифрова економіка є новою парадигмою економічного розвитку суспільства і потребує поглиблення досліджень для запобігання

загостренню проблем соціально-економічної нерівності.

Список використаних джерел:

1. Апалькова В.В. Концепція розвитку світової економіки в Євросоюзі та перспективи України. *Вісник Дніпропетровського університету*. Дніпропетровськ. 2015. Вип. 4. С. 9 – 18.
2. Коляденко С. В. Цифрова економіка: передумови та етапи становлення в Україні і у світі. *Економіка. Фінанси. Менеджмент: актуальні питання науки і практики*. Вінниця. 2016. № 6. С. 105-112.
3. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>

ТРЕНДИ ЦИФРОВІЗАЦІ ЯК ФАКТОР ІННОВАЦІЙНИХ ЗМІН У СУЧАСНІЙ ЕКОНОМІЦІ

М.Й. Ковач, *Ужгородський торговельно-економічний інститут Київського національного торговельно-економічного університету, доцент кафедри фінансів, к.е.н.*

Сучасна тенденція світового економічного розвитку спрямована на прискорення процесів нової індустріалізації, яка характеризується розвитком високотехнологічних виробництв. Перехід світової економіки від сировинної до інноваційної складає нову парадигму інноваційного економічного розвитку. Тому сьогодні актуальними стають нові моделі зростання економіки, які базуються на розвитку промислового виробництва в умовах тотального запровадження інноваційних технологій.

Досвід промислово розвинених країн світу свідчить про те, що основним драйвером економічного зростання стає не капітал і засоби виробництва, а знання, нові ідеї, які забезпечують продукування випуск інтелектуальної конкурентоспроможної продукції високої якості. Важливою складовою інноваційного розвитку економіки держави є її модернізація, у тому числі впровадження цифрових технологій.

Дослідження проблем переходу економіки від індустріальної до інформаційної, актуалізації впровадження цифровізації в економічному секторі, пошуків шляхів модернізації економіки

України за рахунок розвитку цифрового середовища проводили вчені Жекало Г.І., Коровайченко Н.Ю., Краус Н.М, Голобородько О.П, Краус К.М. та ін. Однак, стрімкий злет трансформаційних процесів у глобальному світі, цифровізація дедалі більшої кількості процесів у суспільстві та економіці спонукає до більш об'ємного проведення відповідних досліджень та обумовлює їх актуальність.

Високий ступінь автоматизації та цифрування робочих процесів вагомо впливає на створення конкурентного середовища як серед підприємств, компаній, так і серед багатьох країн, що призводить до значних змін у процесі трансформації підприємств. Такі зміни створюють нові виклики як для національних, так і європейських інституцій.

На відміну від розвинених європейських країн, США, Японії, Китаю, де великі компанії поступово інвестують у нові цифрові технології, Україна значно відстає від цих країн. Підприємствам не вистачає ресурсів і підтримки з боку держави для надання інфраструктури і технологій, необхідних для запуску процесів. Ще відсутній взаємозв'язок дослідницьких потужностей з промисловим сектором, слабе правове підґрунтя.

Цифровізація галузей призводить до зміни попиту на фактори виробництва. Як правило, вона підвищує факторну продуктивність окремих галузей виробництва і сфери послуг. Перехід на цифровізацію економіки суттєво впливає на ринок праці, так як з боку стейкхолдерів очікується масштабна трансформація вимог до фахівців. Вони пов'язані з появою нових робочих місць і втратою існуючих, що неоднозначно обумовлює перегляд розвитку виробничих відносин, регуляторної бази у сфері зайнятості.

Таким чином, можна визначити основні тренди цифровізації економіки:

1. Цифровізація забезпечує фундаментальні перетворення у всіх сферах життя і діяльності людей. Під впливом цифровізації докорінно змінюється ринок праці, управлінська діяльність, освіта, охорона здоров'я, просторовий розвиток.

2. Впровадження нових технологій дозволяють модернізувати сучасну медицину за рахунок постійного моніторингу стану здоров'я кожної людини. Швидкими темпами розвивається біоінформатика, біоніка, нейротехнології.

3. Цифровізація потребує формування нових компетенцій на ринку праці, що вимагає перебудову системи освіти. Розвиваються транснаціональні форми освіти і на глобальному освітньому ринку

формується висококонкурентне середовище, де співіснують як традиційні, так і нові провайдери освітніх послуг. Онлайн-технології та форми навчання, що базуються на них усе в більшій мірі стають частиною навчального процесу в освітніх закладах.

4. Цифрова економіка спрямовує трансформацію традиційних секторів економіки, сприяє виникненню нових ринків.

5. Нові бізнес-моделі стають клієнтоорієнтованими, що визначає їх структуру: від ціннісної пропозиції, спрямованої на задоволення потреб клієнта до потоків доходів. Джерелом створення вартості стає швидкісна обробка масиву даних, так як транзакції проходять в режимі онлайн.

6. Розвиток платформ відкритих даних, які стимулюють виникнення і поширення інноваційних бізнес-моделей в економіці. У фінансовій сфері втіленням цієї концепції є система Open Banking.

7. Головним параметром конкурентоздатності нових бізнес-моделей – швидкість виведення нового продукту на ринок.

8. Цифровізація стає причиною технологічних ускладнень та зникнення традиційних професій внаслідок автоматизації трудових операцій та появи нових професій.

Цифрова економіка – новий вид економічних відносин, яка у найближчий час стане провідним сегментом, драйвером росту і розвитку економіки. Для того, щоб бути конкурентоспроможним у сучасних економічних умовах підприємствам необхідно динамічно розвивати свої компетентності та залучати інвестиції в новітні технології, IT-технології.

Список використаних джерел:

1. Жекало Г.І. Цифрова економіка України: проблеми та перспективи розвитку. Науковий вісник Ужгородського національного університету. 2019. Вип.26.Ч.1. – С.56-60
2. Коровайченко Н.Ю. Передумови інтеграції України до єдиного цифрового ринку Європейського Союзу. Ефективна економіка. 2017. №6. – URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5648>.
3. 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/pdf/1_2018/8.pdf

ОСОБЛИВОСТІ МОТИВАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ В УМОВАХ ЕКОНОМІЧНОЇ КРИЗИ

В.Г.Кудлай, *Київський національний економічний університет ім. Вадима Гетьмана, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри економіки менеджменту агробізнесу*

Наростання глобальної економічної кризи актуалізує питання взаємовідносин в площині керівник – підлеглий. При цьому болючими є питання зменшення продуктивності праці і рівня оплати праці, зростання стресових ситуацій у взаємовідносинах між колегами і керівництвом, напруженого соціально-психологічного клімату в колективі, переоцінка традиційних цінностей, часткової зайнятості, зростання скорочення персоналу. Отже, це в цих умовах як ніколи, необхідно акцентувати увагу на розробці дієвих заходів щодо підвищення рівня мотивації персоналу. Різке зменшення фінансових можливостей підприємств впливає на пошук нових матеріальних і нематеріальних мотиваційних чинників персоналу. При цьому в пріоритеті є саме нематеріальні фактори мотивації персоналу, які необхідно індивідуально підбирати для кожного працівника, кожної посади на підприємстві.

Питання аналізу впливу різних мотиваційних факторів в умовах антикризового управління досліджували зарубіжні фахівці М. Армстронг, П. Друкер, П. Мартін, Ш. Річі та інші. Аналізу ролі мотивації персоналу в управлінському процесі, особливостям розробки і впровадженню антикризової моделі мотивації присвячені праці вітчизняних науковців і практиків Власенко О., Кудлай В., Пучкової С., Сардак О., Ясінської Й. та інших. Отже, науковий пошук адекватних стратегій мотивації персоналу в сучасних умовах невизначеності зовнішнього середовища та зменшення запасу міцності підприємств і організацій є актуальним і важливим. Слід зазначити, що накопичений досить потужний досвід антикризового управління в сфері мотивації персоналу як на вітчизняних так і в іноземних компаніях потрібно систематизувати і поширювати на практиці.

Посилення деструктивних кризових явищ в економіці в цілому впливає на зміни в економічній і управлінській діяльності підприємств. Відбувається перегляд основних засад мотиваційної політики, а також формування гнучкої мотиваційної політики на

основі ціннісного вкладу кожного працівника в ефективність підприємства та досягнення окреслених цілей. Невизначеність організаційних цілей на рівні підприємства – структурного підрозділу – працівника, дезорганізованість управління, нечіткий ланцюг командування та слабка структура звітності, відсутність можливостей застосування працівниками своїх кваліфікаційних компетентностей негативно впливає на мотиваційні установки персоналу. Тому досить важливо керівництву урегулювати вищезазначені позиції і чітко донести їх до кожного працівника. Залучення персоналу до формування стратегії і політики організації позитивно впливає до посилення зацікавленості працівників у підвищенні продуктивності праці. Отже, налагодження відкритої комунікації між вертикальними і горизонтальними ланками управлінської ієрархії, розвиток командної роботи, врахування пропозицій персоналу щодо вдосконалення роботи організації, в тому числі мотиваційної політики, є запорукою підвищення мотивації персоналу та подолання кризових явищ.

Роль керівника як лідера, мотиватора, який своїми професійними та організованими діями, активною позицією вселяє впевненість у можливість виходу з кризової ситуації набуває неабиякого значення. Керівник повинен продемонструвати персоналу чіткий і обґрунтований план виходу з кризи та бачення місця кожного працівника в цьому процесі. Мотиваційна політика повинна бути гнучкою та динамічною, направленою на збереження найбільш цінних для підприємства працівників. На підставі вищевказаного можна стверджувати, що перегляд критеріїв та розмірів в оплаті праці, зміна структури в оплаті праці, запровадження графіку гнучкого робочого дня, можливості віддаленої роботи, повинні відбуватись із врахування їх стимулюючої ролі для кожного окремого працівника, а також ціннісно-орієнтаційних поглядів кожної особистості.

Список використаних джерел:

1. Власенко О.С., Чарикова Ю.В. Мотивація персоналу в умовах кризи. Глобальні та національні проблеми економіки. 2017. Вип. 17.- С. 224–229.
2. Ковбас Г.І. Методика оцінки мотивації персоналу в умовах кризи. – Режим доступу: <http://ojs.dsau.dp.ua/index.php/efektyvna-ekonomika/article/view/2024>
3. Монастирська Г.В. Концептуальна модель мотивації

продуктивної праці / Г. В. Монастирська // Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія : Економічні науки. - 2011. - № 4(2). - С. 89-92. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvpushk_2011_4%2

4. Монастирська Г.В. Система оплати праці в НАН України: стратегія і особливості реформування: стратегія і особливості реформування // Вісник НАН України. 2019. № 10. – С.51-62.- Режим доступу: <https://doi.org/10.15407/vism2019.10.051>

5. Семикіна М.В. Мотивація ефективної зайнятості: проблеми, тенденції, вибір стратегії / Семикіна М.В., Іщенко Н.А., Родіонова М.О.; [відп. ред. Семикіна М.В.]. – Кіровоград: КОД, 2009. – 199 с.

6. Урманов Ф. Ш., Касімова А. А. Мотивація – основний чинник ефективності управлінської праці. Вісник Житомирського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки. 2017. № 4. С. 98–102.

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНОГО МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ ЕКОЛОГІЧНОЮ БЕЗПЕКОЮ

С.М. Лутковська, Вінницький національний аграрний університет, к.п.н., доцент, проректор з науково-педагогічної роботи, євроінтеграції та міжнародної діяльності, доцент кафедри адміністративного менеджменту та альтернативних джерел енергії

Організаційно-економічний механізм (ОЕМ) управління безпекою є частиною загальної системи економіки в цілому, з притаманними йому особливостями. Виділяють макро-, тобто управління в рамках економіки загалом, і мезорівень, що стосується окремих її секторів, галузей.

Метою ОЕМ управління природно-антропогенною та екологічною безпекою є узгодження економічних й екологічних інтересів суспільного виробництва: вертикальних – державних, регіональних, місцевих, горизонтальних – територіальних, відомчих, на рівні зв'язків між підприємствами тощо, а також встановлення порядку дій ефективного гарантування безпеки. Використання механізмів здійснюється за напрямками:

- зменшення шкідливого впливу на довкілля шляхом стимулювання природокористувачів;
- зниження енерго- й ресурсомісткості одиниці виробленої продукції внаслідок раціоналізації використання природних ресурсів;
- створення додаткових джерел фінансування природоохоронної діяльності за розрахунок коштів, отриманих від екологічних зборів та платежів.

Завданням організаційно-економічного механізму управління є зміцнення і посилення природно-антропогенної та екологічної безпеки країни.

Організаційно-економічний механізм екологічної безпеки будується на певних принципах, серед яких [1, 2]:

- *Наукової обґрунтованості*
- *Економічної відповідальності*
- *Комплексності* (системності, всебічного охоплення ситуації)
- *Господарського розрахунку*
- *Платності користування природними ресурсами*

Організаційно-економічний механізм управління природно-антропогенною та екологічною безпекою можна розглядати в широкому і вузькому сенсі. Відповідно до першого це система заходів, що стосуються гарантування безпеки населення, природокористування, охорони навколишнього природного середовища та передбачає спільні організаційно-адміністративні та економічні заходи.

У *вузькому сенсі* організаційно-економічний механізм включає власне економічні заходи без адміністративного впливу. Наприклад, споживачі готові платити більше за екологічно чисті продукти, що стимулює сільськогосподарських виробників їх виготовляти.

Вищезазначений механізм містить два обов'язкових елементи управління: організаційний та економічний, які прийнято називати конститутивно-ключовими компонентами, або підсистемами чи складовими. Організаційний елемент забезпечує процес функціонування екологічної безпеки та підкріплюється нормативно-правовою, організаційно-технічною, соціально-культурною та інформаційною складовими [3–4].

Слід зазначити, що організаційна складова будь-якої системи управління спрямовує поведінку учасників та діє у межах,

встановлених правилами. Це об'єкт досліджень макро- і мікроекономіки, теорії управління та інших галузей науки.

Економічна складова організаційно-економічного механізму визначає передумови функціонування фінансово-економічних відносин між учасниками процесу гарантування екологічної безпеки. Ефективність економічної підсистеми забезпечується при умові тісної взаємодії та взаємовпливу з організаційною, через *інституалізацію складових системи та механізмів їх організаційної взаємодії*: підпорядкованість, повноваження, права, обов'язки, регулярність та форми організаційних зв'язків [5; 6; 7].

Задача економічної складової механізму управління природно-антропогенною та екологічною безпекою складна своєю подвійністю: з одного боку, необхідно задоволення ресурсної потреби для підйому економіки, з іншого – збереження запасів ресурсів для майбутніх поколінь.

Список використаних джерел:

1. Ілляшенко І.О. Формування організаційно-економічного механізму стратегічного управління природно-техногенною та екологічною безпекою на засадах сталого розвитку [Електронний ресурс] / І.О. Ілляшенко // Ефективна економіка. – 2013. – № 1. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1713>.
2. Фролова А.В. Формування організаційно-економічного механізму управління забезпеченням екологічної безпеки держави : [Електронний ресурс] / А.В. Фролова // Проблеми системного підходу в економіці. – 2011. – № 4. – Режим доступу: http://archive.nbuv.gov.ua/ejournals/pspe/2011_4/Frolova.
3. Федорчак О. Зміст, структура та класифікація механізмів державного управління / О. Федорчак : [Електронний ресурс] // Ефективність державного управління. – 2008. – № 14/15. – Режим доступу : http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Edu/2008_14_15/fail/Fedorchak.pdf.
4. Мізюк В.В. Фактори формування та особливості функціонування організаційно-економічного механізму забезпечення авіаційної безпеки / Мізюк В.В. : [Електронний ресурс] // Проблеми підвищення ефективності інфраструктури. – 2010. – № 26. – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/ppei/2010_26/Mizuk.pdf.
5. Pylypiv V. Institutional principles of balanced nature management in the context of environmental and natural-technogenic safety / V.

Рулупів, А. Обиход, І. Шляшенко // Науковий журнал «Економічний часопис-XXI». – К.: ТОВ ВКП «СТ-друк», 2015. – № 9-10. – С. – 98–102.

6. Яненко І.Г. Синергетичний ефект застосування організаційного ресурсу на різних рівнях управління інноваційною діяльністю / І.Г. Яненко // Економіка і прогнозування. – 2011. – № 2. – С. 82–92.

7. Val-Woźniak T. Інструменти інноваційності в процесах зближення рівнів розвитку країн Європейського Союзу / Т. Val-Woźniak. – Спільний європейський економічний простір: Гармонізація мегарегіональних суперечностей; за наук. ред. Д. Лук'яненка, В. Чужикова.— К.: Інститут сучасного підручника. — С. 314-324.

ГАРМОНІЗАЦІЯ СОЦІАЛЬНО-ТРУДОВОГО, ЦИФРОВОГО ТА СТАЛОГО РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ: ПРОБЛЕМИ ТА НАПРЯМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

О.Ф. Новікова, *Інститут економіки промисловості НАН України, д.е.н., професор, заступник директора з наукової роботи*

О.В. Панькова, *Інститут економіки промисловості НАН України, к.соц.н., доцент, зав. сектором економічної соціології*

Надання Україною гідних відповідей на зовнішні та внутрішні виклики потребують гармонійного сполучення трьох складових, які визначають та обумовлюють сучасний та майбутній стан країни щодо цифрового, соціально-трудового та сталого розвитку. Саме Глобальні цілі сталого розвитку сподвигли Україну на певні конструктивні дії щодо їх адаптації до національних особливостей і сприяли розробці національних Цілей сталого розвитку України на період до 2030 року. Три фундаментальні принципи, на яких базуються 17 Глобальних цілей і 169 завдань розвитку є базовими для дій та реалізації в усьому світі та в Україні зокрема. Перший – універсальність та неподільність цілей, які спрямовані на покращення життя всіх людей у всіх країнах. Другий – інтегрованість політик, яка передбачає взаємодію, координацію, узгодженість соціальної, економічної та екологічної політик. Третій принцип – це інклюзивність на засадах «нікого не залишити

осторонь». Він орієнтований на подолання нерівності та дискримінації в усіх формах та сферах. Розробка за кожною національною ціллю сталого розвитку кількісних індикаторів її досягнення є запорукою формування науково-обґрунтованої, довгострокової Стратегії сталого розвитку України з механізмами та інструментами її реалізації. Але високий рівень наукових та організаційно-управлінських здобутків із запровадженням в системі господарювання України принципів сталого розвитку не сприяли активізації його запровадження ні в економічній, ні в соціальній, ні в екологічній сферах. Правової бази зі сталого розвитку в Україні так і не створено. Не був прийнятий розроблений проект Стратегії сталого розвитку України, спрямований на реалізацію Цілей сталого розвитку України на період до 2030 року. Хоча у 2019 році було схвалено Указ Президента України «Про цілі сталого розвитку до 2030 року» (від 30.09.2019 р. № 722/2019), але він не сприяв зміні ситуації на краще.

На сьогодні перед глобальним світом та національними системами постають нові глобальні виклики, пов'язані з *цифровим розвитком*, в основі якого - всебічне впровадження цифрових технологій у виробничу, соціально-політичну, адміністративну та споживчу діяльність, в усі сфери життєдіяльності людини та суспільства. Новітні виклики, пов'язані з переходом до Індустрії 4.0., з одного боку, створюють нові можливості, з іншого боку, вони продукують нові ризики та загрози. Вся міжнародна спільнота прагне до прискорення темпів запровадження цифровізації економіки. І це вдається переважній більшості розвинених країн світу, де цифрові трансформації за своєю швидкістю не мають аналогів для порівняння. Україна теж стала на цей шлях цифровізації економіки та суспільства. Так, у 2018 р. Кабінетом Міністрів України було схвалено Концепцію розвитку цифрової економіки та суспільства і План заходів її реалізації на 2018-2020 роки. У 2019 році було створено нову урядову структуру – Міністерство цифрових трансформацій України. Проте на сьогодні діяльність із запровадження та розвитку цифрової економіки в Україні відбувається без зорієнтованості на стратегічне планування, без врахування тих наслідків, до яких може призвести форсована цифровізація на соціально-трудоу сферу, на ринок праці та зайнятості. Слід враховувати, що Україна має свої особливості щодо переходу до Індустрії 4.0, яка швидко не буде

відбуватися через низький ресурсний потенціал та певний застій в її просуванні. Також вже зараз треба брати до уваги факт масового повернення наших заробітчан (українських трудових мігрантів) із закордону через пандемію COVID-19, що значно збільшить навантаження на ринок праці, поповнить армію безробітних.

Соціально-трудоий розвиток в системі державного управління зайняла неприйнятну позицію відторгнення. За роки незалежності вітчизняний інститут праці втрачав свою вагомість та пріоритетність, а зараз перебуває у невизначеному стані. В усіх Програмах діяльності урядів заходи з розвитку трудового потенціалу та соціально-трудої сфери не приймалися та не розв'язувались. Це стосується і чинної Програми діяльності уряду, а нової програми Уряду, який почав функціонування з березня 2020 року, ще не має. У Цілях сталого розвитку України на період до 2030 року є зв'язок з сферою праці у Цілі 8 – Повна продуктивна зайнятість, гідна праці та економічне зростання. В цілому, сталий, соціально-трудоий та цифровий розвиток для системи державного управління України в теперішній час мають різну пріоритетність, різну значущість, перевага віддається економічним інтересам, вигодам всупереч всім трьом фундаментальним принципам сталого розвитку

Трансформації соціально-трудої сфери України в умовах цифровізації економіки на засадах сталого розвитку потребують формування системи стратегічних напрямів, які вкрай необхідні для якісного та ефективного управління соціально-трудоим, цифровим та сталим розвитком. Вони повинні бути органічно вбудовані у ключові стратегії розвитку України.

Таким чином, уніфікована структура стратегічних напрямів щодо гармонізації соціально-трудоого, цифрового та сталого розвитку в Україні має містити наступні сегменти:

- стратегічні напрями досягнення Цілей сталого розвитку України на період до 2020-2030 рр. з врахуванням трансформацій цифрового та соціально-трудоого розвитку;
- стратегічні напрями розвитку соціально-трудої сфери з врахуванням потреб прискорення цифровізації економіки та необхідності мінімізації й попередження ризиків та небезпек, пов'язаними з цифровими трансформаціями;
- стратегічні напрями формування державної політики зайнятості за умов цифровізації економіки;
- стратегічні напрями щодо подолання ризиків та небезпек у

сфері праці та зайнятості, викликаних наслідками пандемії COVID-19.

СФЕРА ЗАЙНЯТОСТІ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ: ЗАГРОЗИ ТА ПРІОРИТЕТИ ДЛЯ УКРАЇНИ

О.В. Панькова, *Інститут економіки промисловості НАН України, к.соц.н., доцент, зав. сектором економічної соціології*

О.Ю. Касперович, *Інститут економіки промисловості НАН України, гол. економіст*

Безпрецедентна глибина, масштабність та динаміка змін в економічному та суспільному житті під впливом цифрової трансформації поки що не дають можливості для чіткого визначення сталих тенденцій і побудови достовірних прогнозів щодо потенційних позитивних та негативних наслідків процесів, що відбуваються під впливом цифровізації. В той же час вже виокремлюються певні сфери соціально-економічного життя, де основні тренди щодо впливу цифрової трансформації вже в цілому визначились. Однією з таких сфер є сфера праці та зайнятості. Саме питання і проблеми, пов'язані з сутнісними змінами у сфері праці внаслідок цифрової трансформації глобальної економіки, їх наслідків для національних економік набувають особливої актуальності в сучасних умовах та потребують адекватного та оперативного реагування з боку урядів та бізнесу.

З методологічної та світоглядної точки зору значним здобутком вітчизняної науки є концепт «Праця 4.0.», який являє собою трудову парадигму, що іманентна новій економіці, мережево-цифровим, інформаційно-комунікативним технологіям та Індустрії 4.0 [1]. Для того, аби органічно вписатися у вимоги платформи «Праця 4.0» мережевий працівник будь-якої професії має бути інтелектуально просунутим, відповідальним, самостійним, здатним працювати в команді (проекті), готовим до змін, володіти професійними компетентностями, що іманентні вимогам нової (цифрової) економіки [1, с. 22]. Основні тренди та тенденції змін у сфері праці в умовах цифрової трансформації полягають у тому, що більш суттєвими є зміни не стільки зайнятості (автоматизація та подальший стрибок безробіття), скільки переміщення робочої сили

між секторами економіки, зміни змісту праці професій, що безпосередньо впливатиме на зміни попиту на кваліфікаційні компетенції працівників. В цьому контексті становище України ускладнюється тим, що країна включена до процесів міжнародного виробництва та обміну на основі асиметричної моделі, яка зумовлює периферійний статус національної економіки. Окремим видом соціальних ризиків є зміни у співвідношенні форм зайнятості, умов праці у напрямі зростання частки тимчасової, часткової зайнятості, зайнятості через цифрові платформи, масштабів аутсорсингу тощо, що вимагає вироблення нових підходів щодо захисту прав працюючих, балансування напрямів стимулювання економічної активності та забезпечення соціальної захищеності [2, с. 41].

На цей час рейтингові позиції України у міжстраних порівняннях ключових чинників, що впливають на розвиток сфери праці та зайнятості в умовах цифровізації (виміри технологічної готовності, наявний людський потенціал та його динаміка, освіта та інші важливі параметри) є доволі суперечливими. З точки зору результатів зазначених міжстраних порівнянь перспективи України щодо успішної цифровізації економіки та суспільства виглядають на даний момент помірно оптимістичними. Але загальна оцінка ситуації відчутно погіршується, якщо здійснити її у більш широкому контексті - з урахуванням економічної, соціальної та соціально-демографічної ситуації. В разі залучення до аналізу більшої кількості параметрів перспективи України виглядають загрозливо: через динаміку обсягу та якості трудового потенціалу, зовнішню трудову міграцію, стан системи науки, освіти, рівень якості державного управління країна може виявитись неспроможною скористатись можливостями цифровізації та забезпечити свою конкурентоздатність. Наявний рівень загроз і тенденції переводять в Україні питання сфери праці в умовах цифрової трансформації до категорії критичних для національної безпеки.

В цьому контексті цілком своєчасним та актуальним є затверджений Кабінетом Міністрів України нормативно-правовий документ «Основні напрями реалізації державної політики у сфері зайнятості населення та стимулювання створення нових робочих місць на період до 2022 року» [3]. Але в цілому, цей вкрай важливий та змістовний документ залишився поза контекстом фундаментального впливу цифрової трансформації на сферу праці

та зайнятості. Цифровізація в ньому фактично не згадується і, відповідно, не знаходить належного відображення ні в зазначених напрямках, ні у відповідних завданнях щодо їхньої реалізації. В певному сенсі слід зазначити, що виокремлені в документі напрями зорієнтовані на наслідки та фактично залишають поза полем зору їхню першопричину, пов'язану із впливом цифрової трансформації. Зважаючи, що ключовим напрямом змін у сфері праці України внаслідок цифровізації є суттєва зміна затребуваних роботодавцями знань, вмінь і навичок працівників, саме формування у робітників необхідних компетенцій (в тому числі цифрових, соціальних, соціально-психологічних, когнітивних) заслуговує значно більшої уваги та має стати одним з ключових пріоритетів розробки та реалізації державної політики у сфері зайнятості населення.

Список використаних джерел:

1. Колот А. М. «Праця 4.0» як модель та платформа нової (цифрової) економіки. / Сфера зайнятості і доходів в умовах цифрової економіки: механізми регулювання, виклики та доміанти розвитку : зб. тез доп. учасників Міжнар. наук.-практ. конф.; 23–24 жовт. 2019 р. / М-во освіти і науки України, ДВНЗ «Київ. нац. екон. ун-т ім. В. Гетьмана»; [редкол.: А. М. Колот (голова) та ін.]. – Київ: КНЕУ, 2019. С. 13-28. [Електронний ресурс] URL: https://ir.kneu.edu.ua/bitstream/handle/2018/31176/Sz_19-1.pdf.
2. Панькова О.В., Касперович О.Ю. Диспропорції соціально-економічного розвитку в умовах цифровізації: проблеми та ризики для ринку праці України // Ринок праці та зайнятість населення. - 2019, № 3(59). С. 35-44
3. Розпорядження Кабінету Міністрів України «Про затвердження Основних напрямів реалізації державної політики у сфері зайнятості населення та стимулювання створення нових робочих місць на період до 2022 року» від 24 грудня 2019 р. № 1396-р. [Електронний ресурс] - URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1396-2019-%D1%80>.

ЛОГІСТИЧНЕ УПРАВЛІННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛІЗАЦІЄЮ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ АКТИВНОГО ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ

*О.В. Полоус, Національний авіаційний університет,
доцент кафедри економіки повітряного транспорту, к. е. н.*

Рада логістичного управління США визначає логістику, як «процес планування, здійснення і управління ефективним, економічним пересуванням і зберіганням сировини, матеріальних цінностей, що знаходяться у виробництві, готових виробів і відповідна інформація від пункту походження до пункту споживання для відповідності вимогам споживача» [1, 2].

Під логістичним управлінням мається на увазі інтеграція і координація діяльності підприємства таким чином, щоб кінцеві ринки обслуговувалися найбільш ефективним і економічним чином. Головна мета логістики полягає саме в забезпеченні «наявності» чогось необхідного (матеріалів, послуг, транспортних засобів, людського капіталу та ін.). Подальшим розвитком поняття «наявність» в західній літературі є визначення мети логістики як «послуги клієнту». Дана ідея охоплює всі контакти між постачальником і клієнтом з точки зору фізичного виконання замовлень. Важлива риса цих зусиль - взаємозалежність: якщо один вид діяльності виявився невдалим, дестабілізував робочі навантаження в суміжних сферах і дав низькі результати, то не має успіху система в цілому.

У сучасних економічних системах інновації поширюються на освіту, охорону здоров'я, соціальну сферу, культуру, що і створює умови для формування принципово нового типу господарювання, де основна роль належить знанням, а приріст ВВП забезпечується в основному за рахунок випуску і реалізації наукомісткої продукції. У світлі цих завдань потрібною є подальша модернізація науки і освіти, істотне підвищення якості вищої освіти на основі збільшення ефективності наукових досліджень в університетах.

Насібян С.С стверджує, що в новій інноваційній економіці найбільший прибуток дають ті види діяльності, які пов'язані з інтелектуальними компонентами: інтелектуально-креативними ресурсами, результатами наукових досліджень, дослідно-конструкторськими розробками, використанням прав на інтелектуальну власність та ін. [3].

Під інтелектуалізацією в світлі логістичного управління підприємством доцільно розуміти безперервний процес отримання інформації, її примноження, перетворення і обробку для знаходження оптимального рішення в управлінні на даний момент часу, що вимагає спеціальних механізмів адаптації та еволюції організацій та інститутів інформаційного суспільства. Інтелектуалізація реалізується на основі процесів комплексного розвитку, прогресивності, творчості виражається в самоорганізації, раціональності та постійному навчанні. Особливого значення набуває в цьому контексті процес прийняття рішення, пошуку і вибору найбільш оптимального з них, яке відповідає критеріям, обраним при постановці завдання [4].

В результаті аналізу процесів розробки і прийняття рішень психологи виявили безліч особливостей поведінки людей, психологічних феноменів. Найбільш відомими і важливими психологічними феноменами групових рішень є: феномен позитивного зсуву ризику, феномен деформації індивідуального мислення при груповому рішенні, ефект складу групи і ін. [5]. Значним відкриттям для сфери прийняття рішень є особливості трансформації інтелектуального потоку в процесі мислення людини при прийнятті рішень групою в ході аналізу ситуації і вибору оптимального рішення.

Обмін ідеями, стратегічними рішеннями і поглядами на майбутнє піднімає загальний рівень обізнаності та розуміння в організації існуючих проблем, сприяє зміцненню почуття згуртованості і створює відчуття приналежності до команди, яка прагне до досягнення спільної мети. Обмін інтелектуальними потоками знань особливо важливий в таких критичних ситуаціях, як вихід компанії на новий ринок, запуск проекту або презентація нової лінії товарів або послуг, що надаються.

Логістичне управління підприємством стикається з складними соціально-значущими територіально-галузевими системами, які знаходяться в постійній зміні, в яких відбувається взаємодія складних, багатофакторних і нестационарних поточкових процесів. В результаті з'являються нові проблеми, завдання, питання, вирішення яких не передбачалося існуючою системою управління, тому виникає необхідність створення нових підходів в управлінні або внесення корективів в існуючі системи управління.

Отже, нова управлінська філософія модернізації та інтелектуалізації базується на визнанні концепції зростання

відкритості організацій, успіхи яких знаходяться не стільки всередині підприємств, скільки закладені в економічному, соціальному, науково-технічному та політичному оточенні, і вони повинні чинити відповідний вплив на зазначене середовище для досягнення своєї вигоди. «Нова управлінська парадигма» передбачає відмову від систем управління, які орієнтовані на виробництво, а не на ринок.

Список використаних джерел:

1. Лапыгин Ю.Н. Стратегический менеджмент: учеб. Пособие. М.: ИНФРА-М, 2007. 236 с.
2. Левиков Г.А. Управление транспортно-логистическим бизнесом.у. пособие. 3-е изд., исп. и доп. М.: ТрансЛит, 2007. 224 с.
3. Насибян С.С. Концептуальные принципа и механизмы формирования интеграционной системы непрерывного образования на примере банковской деятельности: дис ...д-ра экон. наук: 08.00.05 / С.С. Насибян [Место защиты: ГОУВПО «Академия народного хозяйства»]. М., 2009. 300 с.
4. Цыганов В.В., Бородин В.А., Шишкин Г.Б. Интеллектуальное предприятие: механизмы овладения капиталом и властью (теория и практика управления эволюцией организации). М.: Университетская книга, 2004. 767 с.
5. Мейер М. В. Оценка эффективности бизнеса. пер. с англ. А.О. Корсунский. М.: Вершина, 2004. 272 с.

ОБГРУНТУВАННЯ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ЕКОНОМІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Ю.Л. Прончак*ов*, *Національний аерокосмічний університет імені М. С. Жуковського «Харківський авіаційний інститут», декан факультету програмної інженерії та бізнесу, к. т. н., доцент*

І.О. Давидова, *Національний аерокосмічний університет імені М. С. Жуковського «Харківський авіаційний інститут», завідувач кафедри економіки та маркетингу, д. е. н., професор*

Господарська діяльність у сфері вищої освіти спирається на інтелектуальні та людські ресурси. У складі економічного потенціалу вищої освіти людські ресурси формують потенціал

вищого рівня ієрархії, який може бути реалізованим у випадку ефективного залучення базових інтелектуальних ресурсів. Рівень потенціалу людських ресурсів системи вищої освіти (педагогічного складу, керівників підрозділів, відділень або факультетів, допоміжного персоналу) зможе суттєво вплинути на розвиток інноваційної економіки шляхом підготовки висококваліфікованих фахівців для ринку праці. Відтак актуальними стають питання гармонійного розвитку людського та інтелектуального потенціалу вищої освіти.

Економічний потенціал вищої освіти на національному рівні представляє собою синергетичну сукупність окремих складових (ресурсний, інноваційно-інформаційний, інтелектуальний потенціал, потенціал, інфраструктурний потенціал), яка здатна виробляти освітні і наукові продукти відповідної якості та обсягу, з метою задоволення потреб у відтворенні національного інтелектуального капіталу.

Економічна ефективність освіти виявляється через підвищення продуктивності праці, зростання рівня заробітної платні більш освічених працівників, доходів від самозайнятості, підвищення прибутку та в кінцевому підсумку може бути оцінена зміною величини національного доходу. Якщо в оцінках на мікрорівні за результати системи освіти приймаються доходи індивідів, то оцінка на макрорівні передбачає визначення впливу освіти на обсяг національного доходу, ВВП. У сучасних умовах ефективність витрат на освіту може визначатись низкою показників (приріст національного доходу в абсолютних або відносних величинах, у середньому за рік та періоди, сумарно за рік та періоди та ін.). Підвищення кваліфікації працівників (за рахунок середньої та вищої освіти) забезпечує приріст національного доходу пропорційно приросту рівня освіти. Зміна національного доходу відбувається за рахунок двох факторів: зміни абсолютної кількості зайнятих або підвищення продуктивності праці внаслідок якісних змін продуктивних сил за рахунок використання інтелектуального капіталу.

Варто зазначити, що один інтелектуальний ресурс може мати низку можливостей, які по різному здійснюють вплив на вартість і формують набір конкурентних переваг [1, с. 129]. Прагнення освітніх організацій до реалізації стратегій зростання при регламентації державними обмеженнями числа одержувачів освітніх послуг, а відповідності послуг освітнім стандартам – це

мінімальний рівень їх якості – викликає розширення асортименту освітніх послуг. При насиченості ринку та повному використанні технології можливості для розвитку інтелектуального потенціалу освіти належать саме інтелектуальним людським ресурсам. Серед нематеріальних складових економічного потенціалу вищої освіти можливості для формування інтелектуального потенціалу відображені в організаційних інтелектуальних ресурсах, можливості до його реалізації – у ресурсах відносин, а саме – у клієнтських ресурсах. Розвиток економічного потенціалу вищої освіти стримується недосконалістю мотиваційних механізмів для учасників освітньої діяльності, відсутністю міцних взаємин з представниками бізнес-співтовариств, низьким рівнем інформованості про перспективи ряду освітніх програм. Професійний підхід до засобів просування освітніх послуг до споживача, проведення маркетингових досліджень, формування планів маркетингової та комунікаційної діяльності, ефективна рекламна діяльність; аналіз економічної діяльності освітньої установи – є факторами і ресурсами розвитку потенціалу навчального закладу.

В умовах підвищення вимог ринку праці до якості вищої освіти; розвитку в результаті четвертої промислової революції систем і технологій, що змінюють методи створення і передачі знань; тенденцій до скорочення фінансування освіти управління економічним потенціалом вищої освіти з метою розвитку виступає як пріоритетне підвищення якості вищої освіти [2].

Управління економічним потенціалом полягає у визначенні найбільш гармонійного цільового співвідношення між параметрами, що підлягають максимізації (у нашому випадку – між складовими потенціалу), та вибору шляху їх нарощування спочатку у напрямку досягнення цільового співвідношення, а потім у напрямку збереження цього співвідношення.

Для України характерним є достатньо високий рівень вищої освіти, однак він не трансформується у високі показники соціально-економічного розвитку (приріст національного доходу).

Особливу роль у системі управління економічним потенціалом освітніх систем для постійного вдосконалення системи вищої освіти посідає надання спеціалізованих знань і навичок; поширення багатопараметричних систем рейтингування у вищій освіті; надання глобальних компетенцій і навичок; участь академічного капіталу в інноваційних процесах.

Список використаних джерел:

1. Бауліна Т.В. Інтелектуальний капітал: стратегічний ресурс трансформації національного господарства: монографія / Т.В. Бауліна. – Київ-Херсон: ПП Вишемирський В.С., 2009. – 276 с.
2. Supporting Investment in Knowledge Capital, Growth and Innovation: OECD 2013. – [Electronic resource]. – Available at: http://www.oecdilibrary.org/industry-and-services/supporting-investment-in-knowledge-capitalgrowth-and-innovation_9789264193307-en.

ВИКОРИСТАННЯ CRM СИСТЕМ В ТУРИСТИЧНІЙ СФЕРІ

Н.А. Рибкін, *Національний аерокосмічний університет імені М.С. Жуковського «Харківський авіаційний інститут»*, студент 4-го курсу, спеціальність «Маркетинг»

А.В. Артемова, *Національний аерокосмічний університет імені М. С. Жуковського «Харківський авіаційний інститут»*, доцент кафедри економіки та маркетингу, к. т. н, доцент – науковий керівник

Туристична сфера зараз є однією з найбільш перспективних і швидкозростаючих. У даний час найкращим рішенням для успішного ведення туристичного бізнесу є CRM-системи, основною ідеєю яких є, постановка клієнта в самий центр підприємницької діяльності компанії. Дуже важливо, щоб клієнт відчував себе комфортно при взаємодії з компанією. Комфорт клієнта, то які емоції компанія дарує, часто є важливішим ціни, знижок та інших матеріальних цінностей. Особливо в такій сфері як туристична, куди клієнт звертається за відпочинком і якщо він на етапі планування відпустки відчуває себе не комфортно, відчуває негативні емоції, то у нього складається враження, що відпочинок буде таким же. Якщо фірма не може забезпечити клієнта цієї приємною атмосферою, то в зв'язку з великою конкуренцією знайдеться фірма, яка забезпечить клієнту відсутній комфорт [1].

З'являються нові технології, які дозволяють підвищити якість, швидкість і результативність роботи з клієнтом, позитивно впливають на функції управління і побудови взаємин. Такою

технологією є CRM-системи. CRM - це нове покоління в сфері обслуговування. Цей механізм передбачає створення таких умов, при яких потреби клієнта є найвищим пріоритетом фірми. Така технологія призначена для тих компаній, які не бояться вкладати гроші, в сучасні технології, які збільшують продажі, підвищують продуктивність менеджерів і допомагають відслідковувати ефективність рекламних компаній. Ці всі переваги допомагають зробити хороший підйом в діяльності підприємства [2].

Впровадження CRM-систем в туристичний бізнес це важливий, але далеко не перший крок при побудові компанії, яка орієнтується на клієнта. Ця програма стане хорошим доповненням до вже існуючих процесів, висуне ці процеси на новий більш ефективний рівень і дозволить поглянути на ведення взаємин з клієнтами з іншого боку.

CRM-система - це програмне забезпечення, набір додатків, що автоматизують процеси взаємин компанії з клієнтом і дозволяють збирати, зберігати і обробляти інформацію про нього. Впровадження CRM-систем веде за собою більш ефективне управління взаємовідносинами з клієнтом, але тільки при наявності правильних цілей і стратегії підприємства. В першу чергу, CRM-система призначена для аналізу, вона дає інформацію, на основі якої фірма вже буде свою стратегію і опрацює подальшу діяльність [3].

В основі концепції CRM-систем лежить, зворотне «ринкове» мислення. Що має на увазі дії «виробничого» мислення в зворотному порядку. В першу чергу, береться до уваги зацікавленість клієнта з приводу того чи іншого товару. Потім, вже виходячи з потреб клієнта, шукаються фактори виробництва.

Головними цілями CRM є, поліпшення роботи з клієнтами, налагодження бізнес процесів і автоматизація відділу маркетингу. Але для повного поняття роботи CRM-систем, варто ознайомитися докладніше з їх перевагами: вирощування клієнтської бази. З цією технологією, інформація про клієнта залишається в системі. Підвищується ефективність ідентифікації, взаємодії та набуття нових клієнтів. CRM-програми допомагають сконцентрувати ресурси і час на найбільш перспективних галузях ринку; не тільки пошук нових клієнтів, а ще утримання і підвищення активності вже існуючих. Своєчасно покупець отримує пропозиції про затребувані продукції, знижки. Обслуговування існуючих клієнтів стає набагато краще, простіше і швидше; більш якісна робота з

клієнтською базою. Клієнтська база ведеться з поділом доступу і більш високим рівнем безпеки; зниження небезпеки появи нових проблем через людський фактор співробітників, які можуть забувати, недопрацьовувати, погіршувати справи фірми через своїх особистих проблем. При роботі з CRM-це не можливо, так як вона завжди надходить лише на основі складеного плану; крім «забудькуватості» співробітників компанії, CRM впливає на клієнта. Нагадуючи інформацію, яку покупець міг забути в силу своєї неухважності: безперервний контроль над роботою менеджерів і персоналу. Перегляд інформації про те, скільки клієнтів привів або втратив кожен менеджер; при вигляді докладної статистики, можна в процентному вигляді подивитися, скільки відбувається продажів або приходить клієнтів при тому чи іншому впливі на них і в якій кількості [4].

Крім переваг, як і будь-який інший системі, в роботі CRM є так само і недоліки. Основні недоліки часто пов'язані не самою роботою CRM, а з неправильним підходом до впровадження і використання.

Список недоліків: не завжди швидке і якісне освоєння технології персоналом. На освоєння CRM в повному обсязі може піти чимало часу, а з ним клієнтів і продажів; знову ж, людський фактор. Людина думає не як машина і може здійснювати непередбачувані, вдалі дії, яке CRM згенерувати не може; збій в роботі CRM може зупинити всю роботу, цього можна уникнути, якщо при виборі CRM знайти якісного розробника, який забезпечує оперативну і якісну технічну підтримку.

Підводячи підсумки, можна сказати, що туристична галузь, як і інші орієнтовані на максимальне задоволення клієнтських потреб, потребує CRM-системах.

Список використаних джерел:

1. Золото С. Подробиці з життя CRM-додатків //PCWeek.-2001
2. Албітов А., Соломатін Е. Все про CRM: [Customer Relationship Management] / А. Албітов, Е. Соломатін - Інформація та бізнес, 2002
3. Незалежний CRM-портал [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.crmonline.ru>.
4. арданов А.З. Экономические эффекты от внедрения CRM [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.cfin.ru>.

УПРАВЛІННЯ ТРУДОВИМИ РЕСУРСАМИ МЕДІАГАЛУЗІ В УМОВАХ СВІТОВОЇ КРИЗИ

О.А. Сухорукова, *Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського», доцент кафедри менеджменту видавничо-поліграфічної галузі, к.е.н., доцент*

Медійна галузь динамічно розвивалася впродовж останнього десятиріччя, і в цілому демонструвала стабільні темпи зростання [1]. Світова криза, пов'язана з пандемією коронавірусу, вплинула на галузь неоднозначно: внаслідок заходів ізоляції значно зросло медіаспоживання, що в окремих випадках супроводжувалося ростом передплати та доходів [2]; проте більшість учасників світової медіагалузі (книговидавництво, газетне та журнальне виробництво, рекламна діяльність, інтернет-медіа) зштовхнулися з значним скороченням доходів, що зв'язано з різким зменшенням рекламних надходжень; відмовою від випуску друкованої версії газетно-журнальних видань через проблеми з виробництвом та логістикою; скасуванням івентів, що стали істотним джерелом грошових надходжень медіа впродовж останнього десятиріччя.

Серед поширених рішень, що дозволяють світовим медіа оптимізувати витрати - скорочення кількості видань або відмова від їх випуску; відмова від некомерційних видань та закриття медійних проєктів; коригування стратегії (наприклад, тимчасова відмова від виходу на міжнародний ринок).

З метою скорочення видавничих та редакційних витрат оптимізуються й витрати на персонал. Впливові медіапідприємства розвинених країн (Financial Times, The Guardian, The Telegraph, Condé Nast), вдаються до таких заходів: скорочення на 10-20% основної заробітної плати вищого керівництва; редакційного персоналу; середньої ланки управління; скасування/заморожування бонусів у поточному фінансовому році; скорочення відрахувань у пенсійній фонд[3]; неоплачувані відпустки працівників тривалістю від 1 до 4 місяців (подекуди у відпустки спрямовують працівників, заробітна плата яких перевищує певний встановлений рівень); реорганізація робочого графіка (перехід на неповний робочий тиждень); скорочення частини персоналу, зокрема, тих працівників, що не є членами профспілкових об'єднань.

Оголошення підприємств щодо здійснення таких заходів

свідчать про відкритість кадрової політики, прагнення дотриматися встановлених принципів корпоративної культури, звести до мінімуму чутки, що негативно впливатимуть на HR-бренд підприємства. Аналогічні заходи (щоправда, без активного публічного анонсування) реалізують і вітчизняні медіапідприємства.

Ключовими проблемами управління персоналом, в цих умовах є: дотримання законодавчих вимог щодо звільнення персоналу; використання ефективних нематеріальних заходів мотивації праці, що ґрунтуються на персоналізації, грамотних психологічних підходах; збереження складу працівників, що вносять максимальний внесок у створення медіапродукту та функціонування підприємства; підтримка соціально-психологічного клімату та креативного потенціалу працівників. Щодо підходів та методів організації праці актуальними питаннями є:

- виведення поза штат частини персоналу та укладання угод на умовах фрілансу (багатьма медіапідприємствами подібна тактика реалізовувалася і раніше);

- використання більш ефективних технічних та програмних засобів дистанційної роботи;

- пошук більш ефективних методів спільної діяльності (створення медійного продукту та командування в умовах дистанційної роботи);

- адаптація працівників до поточної ситуації; запровадження адекватних методів оцінювання та контролю;

- навчання персоналу продуктивним методам роботи в дистанційних умовах;

- розробка відповідної управлінської документації, що регламентує умови роботи, розподіл обов'язків та відповідальність.

Зауважимо, що опанування зазначеними підходами і надалі (у посткризових умовах) є передумовою зниження витрат, оскільки дистанційна робота дозволяє знизити витрати на оренду, комунальні платежі, амортизацію основних засобів тощо. В той же час підвищуються вимоги до персоналу у частині самоорганізованості, використання ефективних інструментів тайм-менеджменту, самооцінювання.

На нашу думку, важливим питанням наразі є також формування бачення і альтернативних стратегій розвитку підприємства з врахуванням динаміки розвитку економічної кризи, тривалості

карантинних заходів, можливості їх повторення, стану медійного середовища. Це стосується, зокрема, і кадрової стратегії, як довгострокової програми дій, спрямованих на збереження та розвиток трудового потенціалу підприємства. В будь-яких умовах, актуальними є проблеми: розробки або коригування принципів управління персоналом, встановлення цілей кадрової діяльності, гнучкого кадрового планування, організаційного проектування (оптимізація організаційної структури); формування кадрового резерву та відбір працівників, планування оптимальної системи їх мотивації та формування команди.

Список використаних джерел:

1. Perspectives from the Global Entertainment and Media Outlook.2018-2022. – Режим доступу: <https://www.pwccn.com/en/entertainment-media/publications/global-entertainment-and-media-outlook-2018-2022/perspectives-from-gemo-2018-2022.pdf>
2. ‘We’re looking at this as an opportunity’: Bloomberg Media CEO Justin Smith’s optimistic scenario for media’s recovery. – Режим доступу: <https://digiday.com/media/were-looking-at-this-as-an-opportunity-bloomberg-media-ceo-justin-smiths-optimistic-scenario-for-medias-recovery/>
3. FT and Guardian cut pay of senior staff. – Режим доступу: <https://www.ft.com/content/0069d422-da44-4d06-ae5b-766836bfda6e>

ІННОВАЦІЇ В МАРКЕТИНГУ ТА МОДЕЛІ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ГОСПОДАРЮЮЧИХ СУБ'ЄКТІВ

ІННОВАЦІЇ В МАРКЕТИНГУ ЯК СПОСІБ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ НА РИНКУ

Л.В.Гальченко, *Національний аерокосмічний університет імені
М. С. Жуковського «Харківський авіаційний інститут»,
студентка 4-го курсу, спеціальність «Маркетинг»*

А.В. Аргьомова, *Національний аерокосмічний університет
імені М. С. Жуковського «Харківський авіаційний інститут»,
доцент кафедри економіки та маркетингу,
к. т. н, доцент –науковий керівник*

В умовах економічних та політичних тенденцій на світовому ринку конкуренція господарських суб'єктів нагадує перегони, в яких лідером є команда з більшим кошиком інновацій в маркетингу. Інноваційний маркетинг – концепція маркетингу, згідно з якою організація повинна безперервно удосконалювати продукти та методи маркетингу [1, с.203].

Маркетинг інновацій поділяється на три види:

1. Нові методи ведення бізнесу.
2. Створення новаторських товарів чи послуг.
3. Пошук нової цільової аудиторії.

З кожним роком технічний прогрес приближує виробників, підприємства до споживачів, велика кількість каналів збуту та нових площадок для реклами створює можливість для розширення уявлення про маркетинг але саме це й підвищує конкуренцію на ринку.

Розберем фактори, які стануть ефективною інновацією найближчим часом.

Інтерактивний контент. Користувачі мережі втомилися від лінійного монотонного контенту, їм хочеться стати активним учасником процесу і отримати свою цінність від перегляду реклами (якщо вже вони витрачають на це свій дорогоцінний час). Саме він приносить найбільший відсоток конверсії і підвищену зацікавленість аудиторії.

Месенджери як інструмент бізнесу. Візьмемо для початку Facebook. В одному зі своїх звітів компанія повідомила, що 2,5 мільярда користувачів їх соціальної мережі щомісяця відправляють понад 8 мільярдів повідомлень в рамках бізнес-комунікації. WeChat, в свою чергу, має майже 1,5 мільярда постійних користувачів, з яких зареєстровані як бізнес одиниці 1,5 мільйона. Як показує статистика компанії, 83% акаунтів використовуються, в тому числі, для вирішення ділових питань. Як месенджери допомагають бізнесу: налагодження контактів і побудова ділових відносин; інформування клієнтів про продукт їх бізнесу; збільшення продажів; запрошення людей на заходи; забезпечення підтримки клієнтів. А споживачі отримують бонуси у вигляді оперативного вирішення своєї проблеми і прямого доступу до офіційних представників компанії.

Вивчення аналітики ринку. У минулому році Рон Берман, професор з маркетингу Пенсільванського університету, провів цікаве дослідження на тему коректної роботи з аналітикою. Воно показало, що 57% маркетологів неправильно обробляють дані і, можливо, роблять неправильні висновки, які потім стоять компаніям великих грошей.

№ 0 в пошукових системах. Ще кілька років тому Google створив нову функцію для свого пошукача – Featured Snippets, яка в 2018-2019 роках залишалася дуже недооціненою маркетологами. Ось ця, так звана, позиція №0 знаходиться зверху над позицією №1 пошукової системи Goggle, а це означає, що користувач бачить її найпершою в стрічці видачі. Найчастіше контент цієї позиції може містити згусток корисної інформації (як відповідь на запит користувача), список, цитати і навіть фото.

Підводячи висновки, можна виділити, що значення інновацій в маркетингу визначають постійні зміни споживчого попиту та збільшення конкуренції на світовому ринку.

Список використаних джерел:

1. Казанцев А. К. Основы инновационного маркетинга. Теория и практика. Учебник для вузов. 2-е издание, переработанное и дополненное / А. К. Казанцев. – М.: Экономика, 2008. – с. 200-204.

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ БРЕНДИНГУ ЯК ІНСТРУМЕНТУ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

*Г.В. Долга, Чернівецький торговельно-економічний інститут
КНТЕУ, ст. викладач кафедри менеджменту і туризму, к.е.н.*

Ускладнення умов економічного відтворення та загострення конкуренції, а також перспективи, що відкриваються у зв'язку з приєднанням України до світового економічного простору, спонукають підприємства до створення й використання оригінальних засобів індивідуалізації, як власне суб'єкта господарювання, так і продукції, яка ними виробляється. Одним з найбільш ефективних засобів продуктової диференціації є брендинг. Впровадження брендингу, як сучасної маркетингової технології, нині є однією з ключових умов розвитку підприємств.

В умовах зростаючої уніфікації товарів та послуг, коли їх індивідуальні споживчі властивості втрачають свою унікальність, при необмеженому виборі (пропозиції) конкуруючих товарів, підприємства стають подібними, тому уміння виокремитись з ряду конкурентів, показати свої відмінності стає все більш важливою і необхідною основою їх позиціонування. Таким чином, в сучасному світі ефективна комунікація між споживачем і виробником відбувається за рахунок технології створення і впровадження бренду, яка отримала назву брендинг. Брендинг (від англ. branding) – це процес, спрямований на створення та позиціонування унікального образу компанії, її продуктів і послуг [1, с. 168]. Брендинг є філософією керування підприємством, товарними потоками, людськими ресурсами тощо, заснованою на соціально-психологічних законах, які дозволяють впливати на свідомість споживачів з метою збільшення прибутковості підприємства через торгіву марку, її назву, упаковку, історію, репутацію та спосіб рекламування. Використання технологій брендингу дозволяє підприємствам забезпечувати гнучку основу для підвищення її конкурентоспроможності, формувати поінформованість та прихильність споживачів, збільшувати вартість підприємства та покращувати його імідж, розширювати ринки збуту та обсяги продажу продукції. Кінцевою метою брендингу є створення бренду, який, завдяки своїй унікальній зовнішній формі, внутрішньому змісту та посланню максимально відповідає очікуванням споживача, сприймається цільовою

аудиторією цілісно й чітко, привертає увагу і викликає довіру та бажання купити товар чи послугу [2].

Проаналізувавши критеріальні ознаки існуючих визначень брендингу, можна зробити висновок, що брендинг є технологією управління створенням у свідомості споживачів унікального іміджу (образу) за рахунок маркетингової комунікативної підтримки атрибутів його ідентифікації та диференціації з метою задоволення очікувань споживачів відносно даних цим брендом обіцянок, що призводить до створення довгострокових конкурентних переваг, утворення додаткової вартості та вибудовування взаємин зі споживачами. У своєму розвитку брендинг, щодо його визначення і розуміння, в якості технології маркетингу пройшов певну еволюцію, що вплинуло на процес його становлення – від товарної, фірмової і споживчої концепцій до концепції управління життєдіяльністю бренда (бренд-менеджменту) [3, с. 50]. Важливою складовою щодо ефективного просування на продуктові ринки новітніх технологій брендингу та управління цим процесом є використання бренд-менеджменту. Виробники продукції починають активно його застосовувати тоді, коли розуміють, що реальними творцями брендів є не вони, а їх споживачі, оскільки бренди існують тільки в свідомості споживачів, і, без управління їх емоційною прихильністю, вони функціонують на ринку тільки як товари, послуги та підприємства, а не бренди. Більш сучасними слід вважати такі технології брендингу, як побудова індивідуальності бренду, що ґрунтується на прагненні людини до самореалізації як особистості (індивідуальності), та технологія залучення споживачів в бренд, в основі якої лежить прагнення людини бути причетною до чогось важливого, відчувати з кимось єдність в цій причетності. Ці прагнення й бажання, в свою чергу, базуються на таких характеристиках особистості, як сприйняття й індивідуальність. На думку А.Уіллера, побудова індивідуальності бренду – це обіцянка, головна ідея, репутація і очікування, які складаються в умах людей відносно індивідуальності продукту або компанії. Це потужний, але нематеріальний актив, який створює емоційні зв'язки між виробником (продавцем) та споживачем. Індивідуальне сприйняття певних товарів реалізується у значенні, що їм приписується. Сприйняття товару може бути засновано на власному досвіді, особистих враженнях, зібраній інформації, рекламі, думках друзів чи колег. Цей процес відбувається на індивідуальному рівні, звідки випливає, що кожний об'єкт має

різний образ у кожної окремої людини. Справа в тому, що люди діють так, як вони вважають правильним, істинна реальність, що б вона не означала і як би вона не визначалась, відіграє менш значну роль в маркетингу, ніж та реальність, що людьми сприймається. Саме ця реальність формує середовище, в якому діє конкретне підприємство [4, с. 286].

У результаті проведеного дослідження, доведено, що бінарна природа брендингу зумовлює необхідність тлумачити його з позиції споживача і виробника як маркетингову технологію реалізації індивідуальних уявлень та очікувань цільової аудиторії у специфічні споживчі властивості товарів, у образне сприйняття (бачення) диференціальних характеристик бренду, що створюють додану вартість і трансформуються для споживачів у сталі цінності, а для власників бренду – у капіталізацію торгової марки за рахунок лояльності цих споживачів.

Список використаних джерел:

1. Котлінська Ю. Г. Проблеми та перспективи становлення брендингу в Україні / Ю. Г. Котлінська // Економіка. – 2011. – № 3. – С.167–171.
2. Євдокименко В. К. Трансформація системи маркетингу та брендингу країн, регіонів, міст. (Електронний ресурс). – Режим доступу: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/Nvbdfa/2012_2/iev_dokum.pdf.
3. Житар О. Л. Місце брендингу територій у маркетингу / О. Л. Житар // Економічний простір. – 2010. – № 42. – С.45– 55.
4. Нагорняк Т. Л. Брендинг територій: спроба аналізу засад дослідження / Т. Л. Нагорняк // Історичні та політологічні дослідження. – 2012. – № 2 (50). – С. 282-288.

МЕТОДИЧНИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОМ В ДІЯЛЬНОСТІ ОПТОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

- О.С. Лістрова**, *Національний аерокосмічний університет імені М. С. Жуковського «Харківський авіаційний інститут», доцент кафедри економіки та маркетингу, к. т. н., доцент*
- О.О. Матвієнко**, *Національний аерокосмічний університет імені М. С. Жуковського «Харківський авіаційний інститут», старший викладач кафедри економіки та маркетингу*
- Т.В. Соломина**, *Національний аерокосмічний університет імені М. С. Жуковського «Харківський авіаційний інститут», асистент кафедри економіки та маркетингу*

Діяльність оптових підприємств України має суттєве значення для національної економіки. Минулого року оптова торгівля забезпечила 13,2% від усього ВВП України і посіла за цим показником перше місце серед усіх секторів економіки.

На сьогодні всі оптові компанії приділяють велику увагу управлінню маркетинговою діяльністю. Адже підприємницькі рішення без глибокого маркетингового обґрунтування призводять до збитковості і нестабільної роботи більшості оптових підприємств. Маркетингові методи та інструменти допомагають підприємствам нарощувати товарообіг, залучати постійних клієнтів, бути відомими в ділових колах, збільшувати прибуток.

В умовах постійних турбулентних змін ситуації на ринку посилюється актуальність вибору відповідного методичного інструментарію управління маркетингом в діяльності підприємств оптової торгівлі.

Дослідженням маркетингової діяльності оптових підприємств присвячені роботи таких авторів, як О.М. Азарян, Л.В. Балабанова, М.Г. Безпарточний, А.В. Войчак, С.М. Ілляшенко, А.А. Мазаракі, В.П. Пономарев, С.М. Романов, С.М. Самборський, М.Г. Чумаченко, О.О. Шубін, М.І. Щадов, Л.О. Юзик та ін.

В маркетинговій діяльності оптових підприємств значне місце повинно відводитися аналізу продажів на ринку. Також необхідно постійно аналізувати і збирати різну інформацію про внутрішній стан підприємства і показники його ринкової діяльності, про споживачів, обсяг і структуру попиту, про потенційних і існуючих клієнтів – підприємства роздрібної торгівлі, постачальників, про

рівень цін, про нові товари та інші тенденції товарного ринку, про конкурентів. Для прийняття важливих рішень доцільно проводити маркетингові дослідження. З метою повного ознайомлення з ситуацією на товарному ринку, тенденціями зміни попиту і пропозицій можуть застосовуватися кабінетні дослідження, організовані, як аналіз даних періодичних видань, статистичних даних, інформації про внутрішній стан оптового підприємства.

В оптовій торгівлі цінова політика підприємства забезпечує загальні принципи встановлення цін на свої товари і послуги. Необхідно враховувати, що рівень цін є одним з серйозних критеріїв прийняття рішення про співпрацю з боку роздрібних торгових фірм. Оптове підприємство має визначити рівень надбавки до закупівельної ціни товарів з таким розрахунком, щоб оптові ціни в більшій мірі задовольняли клієнтів-роздрібні торгові фірми, з одного боку, і забезпечували прибутковість діяльності – з іншого. Встановлюючи ціни, підприємства оптової торгівлі мають орієнтуватися на встановлені ціни конкурентів, рівень своїх витрат і попит. В рамках ціноутворення оптові підприємства також можуть запропонувати своїм клієнтам систему знижок. Наприклад, надання знижки «сконто» за оплату товару готівкою або за дострокове здійснення платежів.

Збутова політика оптового підприємства пов'язана з розробкою системи оптових продажів, вибором територіального розташування складів, визначенням методів продажів і рішень щодо прийому і обробки замовлень, пошуком дистриб'юторів і налагодженням з ними договірних відносин. Зазвичай, розробляється перелік послуг для клієнтів і умови їх надання.

Оптові підприємства можуть надавати клієнтам послуги з доставки та експедирування товару, можливість відтермінування платежів, вибір готівкового чи безготівкового типу розрахунку, а також консультативні послуги (допомога у формуванні асортименту, організації роздрібною продажу і т. п.), пов'язані з рекламуванням товару (надання рекламних POS-матеріалів, брендovanого холодильного обладнання, брендovаних меблів для торгівельних залів; організація локальних акцій зі стимулювання збуту, тощо).

Для збільшення обсягу продажів і підвищення рівня популярності оптового підприємства розробляється маркетингова комунікаційна політика. З цією метою підприємства використовують різні види маркетингових комунікацій – рекламу,

стимулювання збуту, зв'язки з громадськістю. В оптових підприємствах рекламна діяльність може бути пов'язана з впливом як на кінцевий попит, так і на роздрібних посередників.

Таким чином, в умовах сьогодення оптовим підприємствам варто приділяти увагу вибору відповідного методичного інструментарію управління маркетингом, який забезпечить конкурентоздатність таких підприємств та бажану частку ринку.

Список використаних джерел:

1. Як торгують найбільші компанії-оптовики в Україні (рейтинг). URL: <https://minfin.com.ua/ua/2019/10/11/39345060/>
2. Безпарточний М.Г. Використання реінжинірингу при оптимізації бізнес-процесів підприємств оптової торгівлі регіону. Регіональна економіка. 2018. № 2(88). С. 80-88. URL: http://re.gov.ua/doi/re2018.02.080_u.php
3. Оптова торгівля в Україні: монографія / ред. А.А. Мазаракі. Київ: Київський національний торговельно-економічний університет, 2016. – 208 с.
4. Оптова торгівля. Статистична інформація. Сайт Державної служби статистики України. 2018. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>

ТРАНСФОРМАЦІЯ МАРКЕТИНГУ В УМОВАХ ЕКОНОМІКИ СПІЛЬНОЇ УЧАСТІ

С.М. Мельніков, *Національний аерокосмічний університет імені М.Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут», доцент кафедри економіки та маркетингу, к.т.н.*

В останнє десятиліття у світовій економіці спостерігається такий тренд як економіка спільної участі. Вона отримала своє стрімке втілення з розвитком цифрових технологій.

Економіка спільної участі (англ. Sharing economy) є соціоекономічною системою, заснованою на спільному користуванні людськими та фізичними ресурсами. До цієї системи іноді включаються (або розглядають як споріднені із нею) такі поняття, як мережева економіка (mesh economy) або спільне споживання (collaborative consumption).

Транзакції в економіці спільної участі подібні до оренди або

прокату, в яких один учасник платформи може за плату надати в користування свою машину, квартиру або будь-який інший об'єкт. Для позначення цього процесу використовують поняття «ділитися» (яке і склало основу для назви цієї системи в англійській мові – sharing economy)

Шерингова економіка стає предметом наукових дискусій і однією з важливих тематик для наукових досліджень

Є кілька причин, чому шеринг-економіка стала актуальною саме зараз. Одна з них – зростання чисельності населення. За прогнозом ООН, до 2050 року на планеті житимуть 9,3 млрд. людей. Особливо складна ситуація виникне в мегаполісах. Шерингова економіка має на увазі більш екологічне поведінку споживачів, економію простору і ресурсів

У розвинених країнах простежується зростаюче розшарування суспільства і саме розрив в доходах став головною рухомою силою шеринга. Спільна економіка дає можливість користуватися благами тут і зараз без використання кредитів, які розтягуються на довгі роки.

Цифрові мобільні технології дали можливість реалізувати концепцію шеринга на практиці, прибрати бар'єри. В Україні ж явище шерингу поки що досить нове і тільки починає набирати обертів. Тому набуває актуальність питання щодо розгляду того, як працює економіка спільного користування в нашій країні. Основними суб'єктами шерингової економіки виступають шерингові інтернет-платформи – он-лайн-майданчики для обміну різноманітними споживчими цінностями. Такі платформи і формують ринок шерингу. Найбільша кількість європейських шерингових платформ налічується на теренах Великобританії, Франції, Іспанії, Німеччини, Голландії, а також у Швеції, Польщі, Італії та Бельгії

Новою моделлю споживання вже охоплені транспорт (компанії Uber і BlaBlaCar), з'омне житло (компанія Airbnb), трудові ресурси (компанії TaskRabbit і Homejoy), освіта (компанія Udemu та ін.

У зв'язку з цим повинні змінитися маркетингові підходи і практики.

Необхідно розглянути вплив економіки спільного споживання на ефективність управління чотирма маркетинговими процесами: інновації, брендінг, споживчий досвід і конкуренція.

У традиційній економіці прагнення до диференціації за допомогою інновацій широко розглядається як основа успіху. На

відміну від цього, економіка спільного використання в значній мірі спирається на інновації бізнес-моделі (тобто різні способи, за допомогою яких платформи отримують вигоду від транзакцій між постачальниками і користувачами), а не на інновації продуктів. Необхідно з'ясувати, чи грає вирішальну роль інновації продуктів.

В літературі з брендінгу розглядаються бренди як цінні активи, які повинні захищатися і управлятися фірмою і чітко доведені до відома потенційних клієнтів. Однак бренди, мабуть, грають істотно іншу роль і, отже, можуть виявитися більш складними в управлінні у економіці спільного використання. Можна припустити, що бренди можуть втратити деяку владу, оскільки споживачі отримують доступ до товарів (брендам) через платформу обміну.

На додаток до управління брендами традиційні фірми також керують взаємодією з клієнтами у всіх точках контакту протягом усього шляху. Однак традиційні інструменти і стратегії можуть бути менш ефективними в економіці спільного використання, в якій призначений для користувача досвід часто тягне за собою доступ до пропозиції, яке належить іншому споживачеві, який здає в оренду свою надлишкову цінність.

У традиційній економіці процес присвоєння вартості включає в себе конкуренцію з іншими фірмами за час, енергію і гроші споживача. В економіці спільної участі більшість платформ спільного використання ресурсів повинні конкурувати не тільки з іншими платформами, але також і з традиційними фірмами.

Економіка спільної участі надає можливість задавати нові питання і розробляти нові структури. Ця можливість особливо цікава, тому що економіка спільної участі має відношення до всіх аспектів маркетингу, включаючи поведінку споживачів, споживацьку культуру і емпіричне моделювання, а також до розроблення нових стратегій.

Список використаних джерел:

1. Економіка спільної участі [Електронний ресурс] – Вікіпедія, 2020. – Режим доступу: https://uk.wikipedia.org/wiki/Економіка_спільної_участі.
2. А.О. Гура, Т.Г. Гуцан, Д.В. Сотніков Можливості та перспективи розвитку шерингової економіки в Україні [Текст] – Збірник наукових праць Харківського національного педагогічного університету імені Г.С. Сковороди «Економіка», 2018, вип. 18.
3. Giana M. Eckhardt, Mark V. Houston, Baojun Jiang, Cait Lambertson,

Aric Rindfleisch, and Georgios Zervas. Marketing in the Sharing Economy. – [Електронний ресурс], Режим доступу: <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/0022242919861929>

ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ СОЦІАЛЬНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ ЯК ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ІТ-ПІДПРИЄМСТВА

*І.І. Свидрук, Львівський торговельно-економічний
університет, професор кафедри менеджменту, д. е. н., доцент*

Сучасні підприємства намагаються використовувати всі можливості для підтримки стабільної позиції на ринку. Метою діяльності підприємств ІТ-галузі стає не лише виробництво і продаж високотехнологічного продукту, але і довгострокове налагодження співпраці із стейкхолдерами, що вимагає підвищеної уваги до суспільно-значимих потреб. Корпоративна соціальна відповідальність розглядається нами як управлінська концепція поєднання цілей розвитку бізнесу та соціально значимих цілей для збільшення вартості компанії.

ТОВ «СофтСерв-Консалтинг» (м. Львів) було засноване як розробницький центр концерну SoftServe (м. Форт Майерс, США). Підприємство є членом Центру «Розвиток КСВ» – найбільшої в Україні експертної спільноти соціально відповідального бізнесу [3]. За 17 років діяльності було сформовано високий імідж організації, який дає потенційним клієнтам впевненість про якісне і своєчасне виробництво продукції. Завдяки віртуальній побудові материнської компанії і використанню комунікаційних можливостей глобального інформаційного середовища Інтернет відбувається обмін інформацією між науковими підрозділами США і Європи, що працюють над спільними проектами, здійснюються програми соціального волонтерства.

Матрична структура зародилася в SoftServe при виході на світовий ринок, де горизонтальні комунікації забезпечують координацію в роботі відділів та підрозділів, а вертикальна структура – традиційне управління всередині них. Ядро моделі віртуального комунікаційного процесу (рис. 2.1) ґрунтується на інформаційних технологіях та узгоджує всі організаційні аспекти,

від управління процесами розробки програмного забезпечення до стратегічного менеджменту і програм соціальної відповідальності.

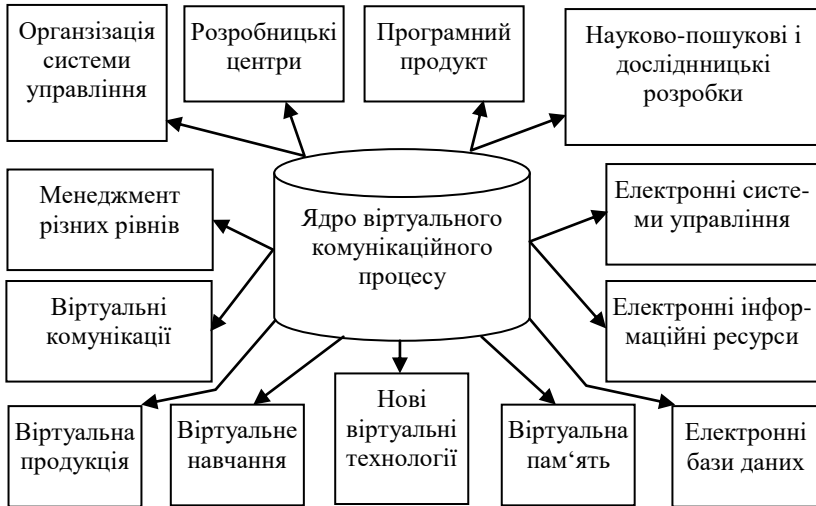


Рис. 2.1. Система інформаційного забезпечення віртуальної організації SoftServe

Неформальні канали комунікації існують паралельно, але не залежать від рівня ієрархії та об'єднують усіх працівників компанії традиціями корпоративної культури. Через цю мережу також переміщається щоденна оперативна інформація, яка не має безпосереднього відношення до бізнес-процесів організації.

Позитивним є намагання менеджерів вищої ланки не зупинятися у своєму розвитку на досягнутому і дбати про постійне і своєчасне самоудосконалення, практикуються відрядження кращих працівників на навчання у закордонні аутсорсингові компанії. Менеджери вищих ланок стають все більш компетентними, а досвід, отриманий під час роботи дозволяє вирішувати ще складніші завдання.

Програми навчання запроваджуються SoftServe не лише для власного персоналу, а і для сторонніх осіб в рамках соціальної відповідальності бізнесу. Зокрема, у 2019 р. було анонсовано довготривалий соціальний проект: 90% дисконт студентам на усі зовнішні освітні події, організовані компанією. Завдяки цій програмі українські студенти змогли взяти участь у IT Weekend

Ukraine 2019 – однієї з найбільших щорічних ІТ-конференцій в Україні. Загалом щороку SoftServe організовує понад 150 навчальних конференцій, мітапів, воркшопів різної тематики.

Ще одним інноваційним соціально значимим проектом SoftServe є співпраця із студентами вищих навчальних закладів через низку освітніх проектів. Зокрема, SoftServe IT Academy – це проект, завдяки якому вони отримують можливість здобути знання та навички для старту в ІТ-галузі. Місія академії полягає в наданні допомоги студентам і молодим фахівцям в отриманні знань і розширення досвіду, а також отримання сертифіката міжнародного ІТ-фахівців. Ця освітня платформа щороку забезпечує двомісячне безкоштовне навчання і професійну адаптацію для близько тисячі студентів, кращим з яких потім пропонується працевлаштування в компанії.

Таким чином, управління соціальною відповідальністю дозволяє SoftServe залучати до ІТ-розробок найуспішнішу талановиту молодь, творчий потенціал якої дозволяє організації займати високі конкурентні позиції на ринку. Сьогодні це одна з найбільших компаній з розробки програмного забезпечення у Східній та Центральній Європі, лідер України 2018 р. за обсягами приросту персоналу в ІТ-галузі.

Список використаних джерел:

1. Kadlubeck, M. The Essence of Corporate Social Responsibility and the Performance of Selected Company. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*. 2015. Vol. 213. P. 509-515. doi:10.1016/j.sbspro.2015.11.442.
2. Lee Y.-J., Yoon H. J., O'Donnell, N. H. The effects of information cues on perceived legitimacy of companies that promote corporate social responsibility initiatives on social networking sites. *Journal of Business Research*. 2018. Vol. 83. P. 202-214. doi:10.1016/j.jbusres.2017.09.039.
3. SoftServe. Гейміфікація як інструмент управління персоналом. URL: <https://www.softservebs.com/uk/solutions-2/gejmifikatsiya-nematerialna-motivatsiya/>

УПРАВЛІННЯ МАТЕРІАЛЬНИМИ ПОТОКАМИ В СИСТЕМІ ЛОГІСТИЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВА

Н.В. Трушкіна, *Інститут економіки промисловості
НАН України (м. Київ), старший науковий співробітник відділу
проблем регуляторної політики і розвитку підприємництва, к.е.н.*

У сучасних умовах господарювання логістична діяльність підприємств потребує трансформації підходів до управління матеріальними потоками.

На підставі аналізу існуючих теорій логістичного менеджменту [1-5 та ін.] встановлено, що нині відсутнє єдине бачення поняття «матеріальний потік» і його основних складових. Наукові погляди вчених на сутність матеріального потоку є достатньо різними.

У результаті узагальнення різноманітних точок зору до формулювання матеріального потоку підприємства [6-7] їх умовно систематизовано за 10 класифікаційними ознаками: ключова категорія теорії логістичного менеджменту; об'єкт управління логістичною діяльністю; сукупність товарно-матеріальних цінностей; множина елементів (ресурси, матеріали, обладнання, готова продукція, відходи); сукупність різних товарів, що рухаються від постачальників до споживачів; продукція у речовій формі; сукупність матеріальних запасів; потік різних видів ресурсів; сукупність логістичних операцій, процесів, ланок; предмети праці.

З огляду на вищевикладене пропонується застосовувати комплексний підхід до визначення терміна «матеріальний потік», який дає можливість відобразити безперервний рух сукупності необхідних видів ресурсів (матеріальні ресурси, продукція незавершеного виробництва, виробничі та товарні запаси, готова продукція, промислові відходи) на підприємстві при послідовному здійсненні всього переліку процесів логістичної діяльності (матеріально-технічне забезпечення, складування матеріальних ресурсів, виробництво продукції, формування виробничих і товарних запасів, обслуговування різних категорій споживачів, транспортування та збут готової продукції, рециклінг промислових відходів).

Після визначення поняття «матеріальний потік» важливим є уточнення сутності терміна «управління матеріальним потоком».

Базуючись на концептуальних положеннях і власних результатах дослідження, запропоновано авторське трактування терміна «управління матеріальними потоками» як безперервного ітеративного процесу, який здійснюється через реалізацію всього переліку функцій управління рухом матеріальних потоків на підприємстві (рис. 2.2).

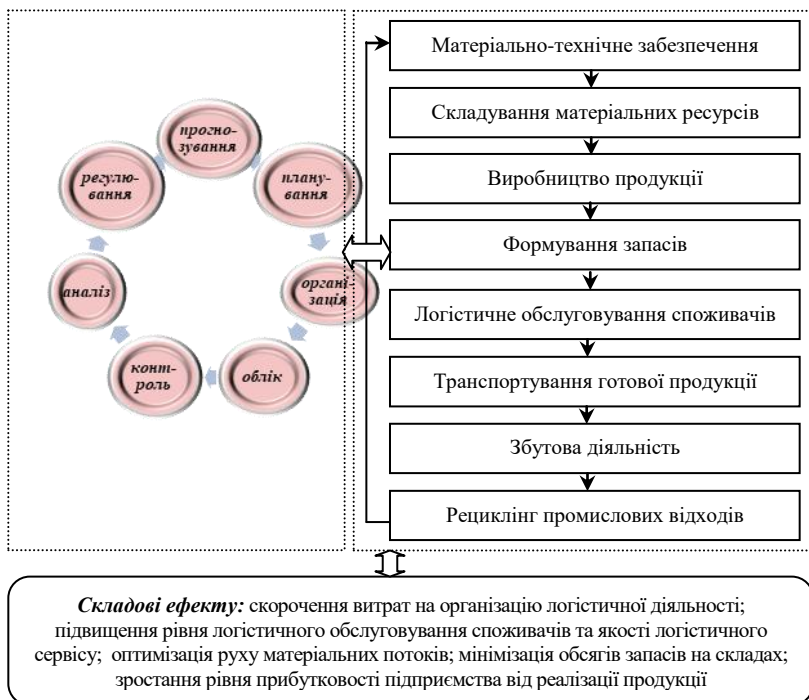


Рис. 2.2. Основні елементи поняття «управління матеріальним потоком на підприємстві» (запропоновано автором)

Отже, відмінністю авторського підходу до формулювання поняття «управління матеріальним потоком» від існуючих є те, що враховується весь перелік функцій управління в системі логістичного менеджменту підприємства.

У подальших наукових дослідженнях планується визначити зміст терміна «система управління матеріальними потоками на підприємстві» та розробити організаційно-економічний механізм управління матеріальними потоками на підприємствах з урахуванням галузевої специфіки.

Список використаних джерел:

1. Huemer L. Supply Management: Value creation, coordination and positioning in supply relationships. *Long Range Planning*. 2006. Vol. 39. No. 2. P. 133-153. DOI: 10.1016/j.lrp.2006.04.005.
2. Бауэрсокс Д. Дж., Клосс Д. Дж. Логистика: інтегрування ланцюг поставок. 2-е изд. Москва: Олимп-Бизнес, 2017. 640 с.
3. Xu S. The concept and theory of material flow. *Information Systems Frontiers*. 2008. No. 10(5). P. 601-609. DOI: 10.1007/s10796-008-9113-4.
4. Крикавський С.В., Васильців Н.М., Фалович В.А. Матеріальні потоки у логістиці промислового підприємства: монографія. Львів: Вид-во Львівської політехніки, 2015. 252 с.
5. Krolczyk J.B., Krolczyk G.M., Legutko S., Napiorkowski J., Hloch S., Foltys J., Tama E. Material flow optimization – a case study in automotive industry. *Technicki Vjesnik*. 2015. Vol. 22. No. 6. P. 1447-1456. DOI: 10.17559/TV-20141114195649.
6. Залознава Ю.С., Трушкіна Н.В. Удосконалення управління матеріальними потоками на вугільному підприємстві. *Вісник економічної науки України*. 2018. № 1 (34). С. 36-41.
7. Трушкіна Н.В. Матеріальні потоки в логістичній діяльності підприємства: теоретичний аспект. *Економічні інновації: зб. наук. праць*. Одеса: Ін-т проблем ринку та економіко-екологічних досліджень НАН України, 2020. Т. 22. Вип. 1(74). С. 140-151. DOI: 10.31520/ei.2020.22.1(74).

МЕХАНІЗМИ ФІНАНСОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ГОСПОДАРЮЮЧИХ СУБ'ЄКТІВ

ФІСКАЛЬНІ ДИСБАЛАНСИ УКРАЇНИ, СПОСОБИ ЇХ ФІНАНСОВОГО ВИРІВНЮВАННЯ

К.П. Індус, *Ужгородський торговельно-економічний інститут
КНТЕУ, доцент кафедри фінансів*

Кризові явища в суспільній та політичній сфері в Україні зумовили загострення фіскальних ризиків, що супроводжуються погіршення соціально-економічного становища, ускладненням умов для ведення бізнесу, соціальною напругою та посиленням нестабільності сектору державного управління. Наслідком цього стало нагромадження фіскальних дисбалансів та державного боргу до рівня, який загрожує поступальному розвитку економіки. Тому особливості актуальності набувають питання пов'язані із способами збалансування державних фінансів.

На сьогодні наявна значна кількість проблемних питань що визначення причин та особливостей фіскальних дисбалансів в Україні, виділення показників їх оцінки, аналізу їхнього впливу на економічні процеси та визначення напрямків їх ефективного вирівнювання. Від вирішення цих проблем залежить фінансово-економічне становище України та її розвиток.

Однією із фундаментальних проблем сучасного функціонування економіки України є існування фіскальних дисбалансів, що безпосередньо впливають на поступальний розвиток країни. Виклики, які зумовлені зовнішніми та внутрішніми загрозами, зокрема тимчасовою втратою контролю над частиною території в останні роки, та зростанням боргового навантаження поглибили розбалансованість бюджетної сфери [3, с. 52].

Основними тенденціями, які характеризують розбалансованість вітчизняної бюджетної системи, на нашу думку, є:

- високий рівень перерозподілу ВВП через бюджетно-податкову систему;
- зростання обсягів дефіциту сектору загального державного управління (СЗДУ);

- зменшення частки капітальних видатків та збільшення поточних видатків, зокрема непродуктивних видатків;
- погіршення виконання державою функцій соціального захисту та соціального забезпечення громадян за рахунок бюджетних коштів;
- достатньо високі видатки державного бюджету на збалансування Пенсійного фонду України;
- неухильне збільшення трансфертної залежності місцевих бюджетів від державного бюджету.

В Україні наявний високий рівень дисбалансів державних фінансів. Зокрема, зростання обсягів ВВП відбувається, переважно, за рахунок інфляції, а не за рахунок нарощування виробництва. У той час, як номінальний ВВП зріс у 2018 році в порівнянні з 2017 роком на 19,9%, приріст реального ВВП становить лише 3,2%.

Для України характерним є високий рівень перерозподілу ВВП через державні фінанси. Так, частка перерозподілу ВВП за доходами у 2018 році склала 27,8%, що на 9,2% вище аналогічного показника попереднього року. Така ситуація, в першу чергу, свідчить про зростання фіскального тиску на економіку, що негативно впливає на інвестиційний клімат у країні та ускладнює ведення бізнесу [1, с. 138].

Найбільша питома вага у доходах державного бюджету належить податковим надходженням (понад 75%) та неподатковим надходженням (понад 20%). Разом з тим, доходи від операцій з капіталом, кошти від урядів зарубіжних країн та міжнародних організацій, цільові фонди та трансферти становлять біля 1% усіх надходжень до державного бюджету. Така ситуація свідчить про фіскальну спрямованість вітчизняної бюджетної системи [2, с. 81].

Для фінансового вирівнювання фіскальних дисбалансів, на нашу думку, в Україні необхідно запровадження наступних заходів:

1) зменшити фіскальний тиск на економіку та забезпечити стабільність податкового законодавства. Це дало б змогу створити сприятливий клімат для ведення бізнесу в Україні та залучити як внутрішні, так і зовнішні інвестиції в економіку;

2) здійснювати розподіл видатків більш ефективно, тобто втрати бюджету повинні бути мінімальними, в той час як кількість та якість суспільних благ повинна наближатися до свого максимально можливого значення. При цьому виконання державних закупівель повинно бути прозорим з урахуванням принципів конкуренції;

3) збільшити частку капітальних видатків бюджету, а саме

інвестувати кошти в розбудову інфраструктури, що дасть можливість забезпечити розвиток реального сектору економіки. Що, у свою чергу, позитивно впливатиме на рівень безробіття, оскільки будуть створюватися додаткові робочі місця. Це дозволить сформувати додаткові кошти до бюджету у майбутньому, за рахунок надходжень від податку на доходи фізичних осіб та єдиного соціального внеску, який формує доходи Пенсійного фонду України;

4) продовжити процес децентралізації бюджетної системи шляхом подальшого зміцнення дохідної частини місцевих бюджетів та зменшення їх трансфертної залежності;

На сучасному етапі в економіці України наявна значна кількість фіскальних дисбалансів. Здебільшого вони зосереджені у структурі доходів та видатків Державного бюджету та у фінансуванні місцевих бюджетів. Такий стан негативно впливає на фінансовий, економічний та соціальний розвиток держави. Тому важливим є запровадження фінансового вирівнювання, які повинні мати комплексний характер і охоплювати значну частину бюджетних відносин.

Список використаних джерел:

1. Іванова А. М. Фіскальні дисбаланси в Україні та шляхи їх подолання/ А. М. Іванова// Вісник ОНУ імені І. І. Мечникова. - 2019. - Т. 21. - Вип. 7-1 (49). - С. 137-42.
2. Кудряшов В. Фіскальні дисбаланси і заходи щодо їх обмеження в ЄС/ В. Кудряшов// Економіка України. - 2016. - № 10. - С. 79-96.
3. Сучасна парадигма фіскальної політики України в умовах формування суспільства сталого розвитку: [монографія] /за наук. ред. А. Крисоватого. - Тернопіль : ТНЕУ, 2017. - 460 с.

БОРГОВІ РИНКИ В УМОВАХ НЕЦИКЛІЧНИХ ВИКЛИКІВ

В.В. Корнєєв, *Державний науково-дослідний інститут інформатизації та моделювання економіки, д.е.н., професор*
Ю.Ю. Вергелюк, *Університет ДФС України, к.е.н., доцент*
М.О. Ганцяк, *Державний науково-дослідний інститут інформатизації та моделювання економіки, аспірант*

Сьогодні, в умовах наростання кризових загроз специфічного «економіко-біологічного» типу, виникають питання щодо передбачуваності природи їх виникнення і очікуваних наслідків збитків. «Шок, з яким ми стикаємось, не є циклічним» - заявив нещодавно екс-очільник ЄЦБ Маріо Драгі [1]. Суспільний катаклізм сьогодення в переплетені медико-економічних проблем, має стохастичну нециклічну природу, і це робить фактично неприйнятними стандартні підходи і витрати для їх вирішення.

Кризові нециклічні прояви знаходять своє відображення у швидких, інколи обвальних, цінових дисбалансах вартості активів та інфраструктурних послуг, у т.ч. вартості продуктів харчування. При цьому має місце зростання рівня безробіття, зниження доходів населення та погіршення макроекономічних параметрів. Наявність різних ресурсів життєзабезпечення стає найважливішою умовою антикризової протидії.

Закономірною, в такому випадку, є необхідність у збільшенні державних видатків для підтримки соціально-економічного розвитку. У поточному кризовому періоді посилюються очікування і передбачення зростання обсягів державних запозичень, оскільки при ресурсодефіцитності державного бюджету фінансування зростаючих видатків може відбуватися лише за рахунок операцій на боргових ринках. Світ стає «більш залежним від фіскальної, а не грошово-кредитної політики, і це означає більш високу дохідність облігацій, і більші премії за ринковий ризик ...» [2]. Зростаючі частки державного боргу у фінансуванні дефіциту бюджету набувають ключової економічної характеристики.

Умови функціонування боргових ринків в такі періоди ускладнюються: учасники-реципієнти ресурсів виявляються не готовими до зміни цін на боргові активи, попит на які не задовольняється наявною пропозицією. Реакція різних суб'єктів боргових та інших ринків на кризові прояви може підсилювати, або

ж згладжувати економічні потрясіння. Банки та інвестиційні фонди можуть стабілізувати ринок, реагуючи майже лінійно на зміни цін. Натомість, страхові компанії та пенсійні фонди купують цінні папери, коли їх ціни падають, і навпаки. У той час як інвестиційні фонди і банки продають цінні папери, які торгуються з дисконтом і ціни на які падають, вони купують цінні папери, які торгуються з премією і ціни на які ростуть. Така контрциклічна політика розміщення резервів страхових компаній та пенсійних фондів може стабілізувати ринки кожного разу, коли ціни відхиляються від фундаментальних показників [3]. Саме тому, для стабілізації ситуації необхідно здійснювати пруденційний нагляд за професійною діяльністю учасників фінансового ринку.

Заходи адаптації боргових ринків до умов нециклічних викликів перебувають у межах підготовки і реалізації попереджувальних антикризових заходів. Адже, регуляторні стимули, – такі як зниження процентних ставок, зниження податків, пакети державних витрат (у тому числі військові витрати) і будь-які заходи щодо підтримки ділової активності, попри їх спонукальні акценти, можуть стати набагато менш ефективними, ніж очікувалося.

Враховуючи масштабність наслідків нециклічних криз та переважно глобальний характер, припускається, що для того, щоб уникнути негативного впливу факторів та вийти з кризи, країни, що постраждали повинні відмовитись від моноцентристської антикризової політики. Натомість, пропонується необхідність поширення стандартної економічної мети максимізації корисності індивідів на реальність "соціального капіталу" як всередині країн, так і між ними. Обґрунтовує дану теорію з математичним підтвердженням Дідьє Сорнетт [4].

Актуальність превентивних заходів щодо розгортання кризових явищ на боргових ринках на сьогодні дискутується внаслідок непередбачуваності масштабів вірусної пандемії та витрат на її переборення. Країни витрачають значну частку свого ВВП на такі цілі (США, наприклад, найбільше з поміж інших країн – 10% ВВП). Проте, наявність розривів між розвиненими та емерджентними країнами світу в можливостях фінансувати свої нагальні потреби, «викривлює» структуру боргових ринків, і сприяє розширенню каналів поширення криз.

Таким чином, одним із викликів глобалізації фінансових ринків та економік в цілому є пошук механізмів пристосування до

негативних наслідків нециклічних змін. Такі нециклічні зміни в більшості носять масштабний характер, швидко поширюються і вражають економіки більшості країн. Складність ситуації на боргових ринках перш за все зумовлюється необхідністю їх розширення в умовах ресурсної обмеженості. Тому злагоджені заходи антикризової протидії з використанням боргових інструментів розширення балансу центробанків та фінансових установ – дієвий спосіб мінімізації негативних кризових явищ та їх наслідків.

Список використаних джерел:

1. Draghi M. We face a war against coronavirus and must mobilise accordingly // Financial Times, March 25, 2020. URL: <https://www.ft.com/content/c6d2de3a-6ec5-11ea-89df-41bea05720b>
2. McCormick J. Four ways that coronavirus has changed capital markets // Financial Times, March 30, 2020. URL: <https://www.ft.com/content/4d2711c9-c373-4038-a2cd-b0fd41a9bcc1>
3. Timmer Y. Cyclical investment behavior across financial institutions. Working Paper Series. 2016. №18. URL: https://www.organisationmsi.org/docs/travaux/Cyclical_investment_behavior_across_financial_institutions_en_by_Yannick_Timme_Jul2016.pdf (дата звернення: 30.03.2020).
4. Sornette D. Why stock markets crash? URL: <https://pdfs.semanticscholar.org/1e66/1c86a5207d0a8b3a900e4fa333c1b8b3c09d.pdf>.

НАПРЯМКИ ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ РЕГІОНУ

В.В. Лебедченко, *Національний аерокосмічний університет імені М.С. Жуковського «Харківський авіаційний інститут»*,
ст. викладач кафедри економіки та маркетингу

Л.І. Косухіна, *Національний аерокосмічний університет імені М. С. Жуковського «Харківський авіаційний інститут»*,
асистент кафедри економіки та маркетингу

Регіон є одним із ключових об'єктів організаційно-економічних і політико-правових відносин, спрямованих на організацію регіональної економіки, формування сприятливих умов життя й

задоволення потреб населення з урахуванням специфіки його розвитку. Диспропорційність соціально-економічного розвитку регіонів неухильно зростає. Це проявляється, зокрема, через локалізацію центрів економічного зростання в обласних центрах, великих промислових містах, центрах фінансових послуг, транспортно-транзитних розв'язках. Натомість посилюються прояви «периферійності» розвитку на рівні сільських і віддалених територій [1].

Економічна безпека регіону – це можливість і здатність економіки регіону поетапно покращувати якість життя населення на рівні загальноприйнятих стандартів, протистояти впливу внутрішніх і зовнішніх загроз при оптимальних витратах усіх видів ресурсів і раціональному використанні природних чинників, забезпечувати соціально-економічну і загальнополітичну стабільність. Задля забезпечення безпечного регіонального розвитку необхідно детально визначити та врахувати основні дестабілізуючі чинники та загрози, які перешкоджають соціально-економічному розвитку регіонів держави шляхом розробки відповідного механізму забезпечення такої безпеки [2].

По суті, механізм забезпечення економічної безпеки слід розглядати як сукупність управлінських, економічних, організаційних, правових і мотивованих заходів і способів, що забезпечують досягнення найбільш високих значень економічної безпеки. Іншими словами механізм забезпечення економічної безпеки регіонів України має бути комплексом економічних, екологічних, правових, геополітичних і інших умов, які покликані забезпечувати:

- захист життєво важливих інтересів країни і її територій відносно ресурсного потенціалу;
- передумови для збереження і виживання регіональних структур України в умовах можливої кризи і майбутнього розвитку;
- конкурентоспроможність регіонів на внутрішніх і світових ринках і стійкість фінансового положення країни;
- створення внутрішньої і зовнішньої захищеності від дестабілізуючих дій;
- умови для стійкого і нормального відтворення громадських процесів [3].

Механізм забезпечення економічної безпеки регіону повинен відповідати наступним вимогам:

– функціонувати в межах існуючого нормативно-правового поля; забезпечувати надійний захист національних і регіональних економічних інтересів;

– надавати можливість до прогнозування і своєчасного відвернення загроз та несприятливих процесів в економічній безпеці регіону;

– ефективно функціонувати як у звичайних, так і в надзвичайних ситуаціях;

– мати чітку структуру і функціональне розмежування органів законодавчої, виконавчої та судової гілок влади [3].

Жоден проект чи механізм стратегії управління не може бути виконаний без належного аналізу загроз, наявних чи латентних, які можуть надходити як із внутрішнього джерела, так і із зовнішнього. В цілях забезпечення економічної безпеки регіону необхідно досягти переважання інтересів регіонального розвитку над інтересами окремих підприємств і організацій, враховувати інтереси усіх учасників процесу регіонального розвитку.

Державна стратегія в даній області повинна створити умови для економічного зростання виробництва, високої конкурентоспроможності продукції, підтримати науково-технічний потенціал, не допустити зниження рівня життя населення до порогових значень, зберегти соціально-економічну стабільність в суспільстві. Необхідно розробити спеціальний інструментарій, використання якого дозволило б визначити і вибрати найбільш прийнятні варіанти забезпечення економічної безпеки регіону з урахуванням особливостей кожного регіону.

Разом з тим очевидно, що державна політика по забезпеченню економічної безпеки регіонів наряду з прямим впливом на негативні економічні процеси має умовою також створення умов для «включення» захисних механізмів, що базуються на ринковому саморегулюванні і перешкоджають розвитку дестабілізуючих тенденцій [4]. В цьому сенсі не менш важливим є комплексне продовження і завершення інституційних перетворень, що створюють базу для ефективного функціонування ринкових механізмів. У середньо- та довгостроковому періодах укріплення безпекового простору української економіки залежатиме від створення сприятливих умов для проведення політики безпеки і стабільності в рамках усього макроекономічного середовища.

Список використаних джерел:

1. Овчаренко О.В., Дубницький В.І., Безпека та стійкість регіональних економічних систем. Науковий вісник Ужгородського національного університету. № 25 (2). 2019. С. 16-20
2. Ковальська Л.Л., Савош Л. Економічна безпека регіону: оцінка та механізми забезпечення. Економічний форум. 2014. № 4. С. 89-95.
3. Дикань В.В., Александрова О.Ю., Механізм забезпечення економічної безпеки регіону: сутність, складові, напрями дії. Вісник економіки транспорту і промисловості № 58, 2017. С. 18-25.
4. Лебедченко В.В. Забезпечення економічної безпеки держави: Монографія / під заг. ред. В.В. Лебедченко. – Харків: ПВПП «Слово», 2014. – 168 с.

ДО ПИТАННЯ УПРАВЛІННЯ У СФЕРІ СОЦІАЛЬНОЇ БЕЗПЕКИ

***Р.П. Підлипна**, Ужгородський торговельно-економічний інститут КНТЕУ, професор кафедри обліку та оподаткування*

Соціальна безпека виступає ключовою передумовою як соціального так і економічного прогресу країни.

Основу соціальної безпеки становить «захищеність життєво важливих інтересів людини, громадянина, суспільства, за якої забезпечуються соціальний прогрес та економічний розвиток, своєчасне виявлення, запобігання і нейтралізація реальних та потенційних загроз національним інтересам у соціальній сфері, зокрема у сфері соціальної політики та пенсійного забезпечення, міграційної політики, охорони здоров'я, освіти, культурного розвитку населення тощо» [1].

В системі ефективного державного управління соціальна безпека суспільства має виступати вагомим пріоритетом і забезпечуватися відповідними механізмами реалізації (організаційно-управлінськими, правовими, економічними, інформаційно-комунікативними, фінансовими, кадровими). Це дозволить зміцнити соціальну безпеку людини, спільноти, держави. [2].

Виходячи з цього соціальну безпеку суспільства доцільно

розглядати на трьох рівнях, які між собою нерозривно поєднані та перебувають у безперервній взаємодії та є взаємообумовленими, як соціальна безпека індивіда, суспільства на рівні держави, соціуму на міждержавному рівні. Доцільно зауважити, що між рівнями соціальної безпеки можна виокремити горизонтальні зв'язки. Це обумовлено тим, що між різними державами виникають соціально-економічні взаємовідносини, а отже, здійснюється взаємний вплив на рівні соціальної безпеки. Аналогічний взаємозв'язок спостерігається також й на інших рівнях: на рівні регіонів (міжрегіональні відносини) та на рівні окремих громадян. Вертикальний зв'язок між рівнями та підсистемами соціальної безпеки спрямований у двох напрямках: висхідний зв'язок – фундаментальну основу соціальної безпеки суспільства становить соціальна безпека окремої особи; низхідний зв'язок – постійно перебуваючи у соціумі та контактуючи із іншими членами суспільства людина/громадянин прямо узалежнюється від рівня соціальної безпеки вищого рівня – суспільства.

Структурно-функціональна схема системи соціальної безпеки складається із таких елементів: суб'єктів забезпечення соціальної безпеки; об'єктів соціальної безпеки; принципів формування, направлених на попередження та нейтралізацію загроз національним інтересам у соціальній сфері та забезпечення національних інтересів у соціальній сфері; механізмів та інструментів державної політики щодо забезпечення соціальної безпеки. При цьому важливим є орієнтація на міжнародні соціальні стандарти якості та рівня життя.

Основні пріоритети забезпечення соціальної безпеки мають особливу значущість для держави та індивіда. Практична їх реалізація сприятиме, з одного боку – підвищенню ефективності управління соціальною безпекою, а з іншого – розвитку громадянського суспільства в Україні та становленню реальної демократії.

Для ефективного управління всіма рівнями соціальної безпеки виникає необхідність у розробці досконалого механізму узгодження можливостей суспільства на міждержавному рівні з потребами інтересів суспільства на рівні держави та індивіда при умові формування системи пріоритетних інтересів з урахуванням адресності.

Список використаних джерел:

1. Благун І.Г., Кушнірчук Ю.М., Підлипна Р.П. Соціальне страхування : навч. посіб.; Львів. держ. ун-т внутр. справ. Львів : СПОЛОМ, 2015. 270 с.
2. Сидорчук О.Г. Соціальна безпека: державне регулювання та організаційно-економічне забезпечення : монографія / О.Г. Сидорчук. — Львів : ЛРІДУ НАДУ, 2018. — 492 с.

ЕФЕКТИВНІСТЬ ЛІЗИНГОВОГО ІНВЕСТИВАННЯ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Л.П. Рибаківа, Ужгородський торговельно-економічний інститут КНТЕУ, доцент кафедри обліку та оподаткування
М.І. Симочко, Ужгородський торговельно-економічний інститут КНТЕУ, старший викладач кафедри обліку та оподаткування

Діяльність у формі лізингу технічних засобів можна розглядати як інструмент інвестування підприємства. Оцінка лізингового проекту є необхідною для прийняття рішення щодо його фінансування. Повнота аналізу ефективності значною мірою обумовлюється використанням сучасних принципів і методів його проведення [1]. Статичні методи, не враховуючи часового фактору, зводяться до аналізу показників періоду окупності та облікової норми прибутку. Натомість дисконтні враховують чинник часу, відображаючи сучасні принципи оцінювання ефективності. При цьому рішення про запровадження міжнародної діяльності у формі лізингу технічних засобів залежить від багатьох факторів (табл. 3.1).

З метою спрощення аналітичних процедур у системі аналітичного дослідження наперед визначається норма дисконту для інвестування коштів в лізинговий проект і яка, у свою чергу, визначається середньою чи граничною вартістю капіталу, процентними ставками, необхідною нормою дохідності на вкладені кошти, а також визначаються потоки грошових коштів на початок і кінець кожного періоду реалізації проекту.

Таблиця 3.1

Фактори впливу на управлінські рішення щодо іноземного інвестування

Фактори пропозиції	Фактори попиту	Політичні фактори
витрати на виробництво логістика наявність ресурсів доступ до технологій	доступ споживачів до товарів (послуг) підприємства маркетингові переваги використання конкурентних переваг мобільність замовників	можливість обійти торговельні обмеження інституційне стимулювання економічного зростання

Наведемо кілька рекомендацій щодо розрахунку ефективності лізингового проекту. Через недостатність вітчизняного досвіду оцінювання економічної ефективності лізингових операцій, варто приділити увагу вивченню зарубіжних рекомендацій для ефективності лізингових операцій на ринку [4]. В цілому оцінювання лізингового проекту пропонуємо проводити за формулою:

$$Вл < \sum_{t=1}^n \frac{Чn_i}{Кл_i}, \quad (3.1)$$

де: $Вл$ – вартість предмета лізингу; $Чn_i$ – чистий прибуток i -го періоду; $Кл$ – лізинговий коефіцієнт; t – строк лізингу; i – періоди договору лізингу ($i = 1, 2, \dots, n$).

Наведена нерівність показує ефективність лізингового проекту. Якщо значення $Кл$ перетворює нерівність у рівність (гранична ефективність лізингового проекту), то слід враховувати ступінь ризику реалізації проекту, тобто укласти з лізингоодержувачем заставний і страховий договори [2]. Відзначимо, що оцінювання ефективності лізингового проекту виключно на основі запропонованої нерівності є недостатнім, доцільно також використовувати показники, що застосовуються для оцінювання ефективності інвестицій [3]. Порівняння вартості майна, що надається у лізинг, з його кредитною вартістю, дозволяє учасникам лізингової угоди оцінити можливі податкові пільги як для лізингодавця, так і лізингоодержувача:

$$V_{кр} = VT + \frac{Пп}{Ппод} - Пкр.ам. \quad (3.2)$$

де: $V_{кр}$ – вартість купівлі на умовах кредиту; VT – вартість товару; $Пп$ – платежі за процентами; $Ппод$ – прибутковий податок; $Пкр.ам.$ – податковий кредит на прискорену амортизацію.

$$V_{л} = \frac{Пп - (Пкр.ін + 3) \times T}{Ппод} + 3B, \quad (3.3)$$

де: $V_{л}$ – вартість об'єкта лізингу; $Пп$ – щорічні платежі за договором лізингу; 3 – знижки лізингоодержувача; T – строк дії лізингового договору; $Ппод$ – податок з прибутку; $3B$ – залишкова вартість об'єкта лізингу (майна).

Розрахунок ставки фінансового лізингу варто здійснювати для порівняння умов, що пропонуються кредитором, з умовами лізингової пропозиції для визначення найвигіднішого варіанта:

$$C_{фл} = \frac{A \times T}{\frac{1}{2}(ПВ + 3B)}, \quad (3.4)$$

де: $C_{фл}$ – ставка фінансового лізингу; $Пп$ – щорічні платежі за договором лізингу; A – амортизація обладнання без урахування платежів за послуги лізингодавця нефінансового характеру; $ПВ$ – первинна вартість майна; $3B$ – залишкова вартість майна.

Використання запропонованої системи показників дозволить українським підприємствам значно підвищити ефективність лізингових угод завдяки якісному відбору проектів.

Таким чином, визначення ефективності лізингових проектів варто здійснювати не лише за допомогою класичних показників оцінювання інвестування, але й імплементувати міжнародний досвід у цій галузі. Варто особливо звернути увагу на потенційні вигоди для лізингоотримувача, граничну ефективність лізингового проекту.

Список використаних джерел:

1. Грідіна Г. Фінансовий лізинг: проблеми та перспективи розвитку в Україні. Path of Science. 2017. № 9. С. 3019-3025. doi:

10.22178/pos.26-2.

2. Завора Т. М. Проблеми та перспективи розвитку ринку лізингових послуг в Україні. Економіка і регіон. 2015. №3 (52). С. 8-14.

3. Левченко О. А. Фінансово-кредитний механізм активізації лізингової діяльності в Україні: автореф. дис. ... канд. екон. наук 08.00.08. Київ: ДВНЗ "Ун-т банківської справи", 2019. 24 с.

4. Zhang Y., Zhai L., Sun H. Does the level of financial leasing matter in the impact of bank lending on economic growth: Evidence from the global market (2006–2016). Finance Research Letters. 2019. Vol. 30. P. 352-359. <https://doi.org/10.1016/j.frl.2018.10.020>.

МОНІТОРИНГ РИЗИКІВ ВТРАТИ ВАРТОСТІ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ В СИСТЕМІ ФІНАНСОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ

О.О. Серета, *Східноукраїнський національний
університет імені Володимира Даля, старший викладач
кафедри фінансів та банківської справи*

Зростання ступеня впливу ризиків на вартість суб'єктів господарювання пов'язано з динамічністю економічної ситуації в країні і кон'юнктури фінансового ринку, появою інноваційних інструментів залучення капіталу.

Під ризиком втрати вартості суб'єктів господарювання розуміється імовірність виникнення збитків, додаткових втрат, недоотримання запланованих доходів унаслідок виникнення внутрішніх і зовнішніх подій що негативно впливає на ринкову вартість суб'єктів господарювання.

До основних факторів, які генерують загрози втрати вартості суб'єкті господарювання відносяться: волатильність ринкових цін, стабільність національної валюти, інфляція, доступність фінансування, вартість джерел формування капіталу, ефективність використання капіталу суб'єктів господарювання.

Моніторинг ризиків втрати вартості суб'єктів господарювання є одним із основних елементів системи фінансового контролінгу, орієнтованого на фінансове регулювання.

Поняття «моніторинг» в широкому сенсі слова - це система

постійного спостереження за процесами і тенденціями, що мають місце в зовнішньому та (або) внутрішньому середовищі підприємства з метою досягнення запланованого результату; або як вимірювання результатів; або як процес збирання та обробки інформації, спрямований на оцінювання програм, вибір стратегій розвитку чи вироблення політики підприємства [70; 71; 72; 73].

Під моніторингом ризиків втрати вартості розуміємо регулюючу підсистему фінансового контролінгу, сформовану з метою постійного спостереження за процесами і тенденціями змін зовнішнього та внутрішнього середовища суб'єкту господарювання для прогнозування настання ризикових подій та впровадження комплексу заходів щодо їх попередження, мінімізації або зниження негативних наслідків.

В якості об'єктів моніторингу ризиків втрати вартості суб'єкту господарювання визначено фінансовий потенціал, інвестиційну привабливість, стратегію фінансового регулювання розвитку суб'єктів господарювання, їх фактори та ризики.

Основними цілями моніторингу ризиків втрати вартості суб'єкту господарювання є проведення постійних досліджень за об'єктами та спостереження зміни умов зовнішнього середовища підприємства, виникнення ризик-факторів з метою адаптації до них або усунення їх негативного впливу на створення вартості. Таким чином, збільшується ймовірність обґрунтування управлінських рішень щодо підвищення фінансового потенціалу, інвестиційної привабливості та ефективності реалізації стратегії фінансового регулювання розвитку суб'єктів господарювання.

Основними завдання моніторингу ризиків втрати вартості є:

1. Постійне спостереження за досягненням стратегічних цілей фінансового регулювання розвитку суб'єктів господарювання;

2. Накопичення інформації щодо змін бізнес-середовища, виявлення загроз та можливостей зростання ринкової вартості суб'єктів господарювання.

3. Формування системи індикаторів для дослідження ризиків.

4. Виявлення факторів та ймовірності виникнення ризиків, що впливають на зміни фінансового потенціалу, інвестиційної привабливості та стратегії фінансового регулювання розвитку суб'єктів господарювання.

5. Оцінювання впливу ризиків на ринкову вартість;

6. Розробка заходів щодо підготовки, коригування стратегії і завдань відповідно до виявлених ризиків.

Аналітичне забезпечення моніторингу ризиків втрати вартості суб'єктів господарювання включає ідентифікацію ризиків, аналіз і оцінку комплексу ризиків, вибір інструментарію управління ризиками в межах допустимого рівня.

Потенційними подіями, які слід розглянути під час оцінки ризику є: незадовільні показники, що характеризують вартість суб'єкту господарювання, брак джерел позикового або власного капіталу, неприпустимі втрати вартості, несподівані втрати вартості підприємства, недостатня ліквідність, неефективне використання капіталу. На відміну від традиційних підходів до управління фінансовими ризиками, більший акцент пропонується зробити на пом'якшенні впливу зазначених ризиків, з огляду на високий ступінь вразливості вартості суб'єктів господарювання від цих факторів. При цьому головні джерела ризиків повинні бути чітко визначені й підлягати пильному моніторингу, а моделі аналізу ризиків у доповнення до традиційного аналізу, необхідно доповнювати інструментарієм стрес-тестування до широкого кола непередбачуваних, але можливих ризиків.

Таким чином, запровадження моніторингу ризиків втрати вартості суб'єктів господарювання дозволить приймати обґрунтовані управлінські рішення щодо підвищення фінансового потенціалу, інвестиційної привабливості та ефективності реалізації стратегії фінансового регулювання розвитку суб'єктів господарювання.

Список використаних джерел:

1. Білик Г. Г. Моніторинг фінансового стану підприємства як інструмент управління. *Наукові праці*. Вип. 51. Т. 64. 2007. С. 65–70.
2. Плікус І. Й. Система моніторингу для фінансового прогнозу діяльності підприємства. *Фінанси України*. 2003. № 4. С. 35–44.
3. Морозов А. О., Косолапов В. Л., Колосов В. Є. Інформаційне і аналітичне забезпечення системи моніторингу *Науково-технічна інформація*. 2002. № 3. С. 18-23.
4. Бланк И. А. Финансовый менеджмент. Киев : Ника-Центр, Эльга, 2005. 656 с.

ШЛЯХИ ЗДЕШЕВЛЕННЯ ДЖЕРЕЛ ФОРМУВАННЯ ОБОРОТНИХ АКТИВІВ ПІДПРИЄМСТВ

В.Ю. Смочко, *Ужгородський торговельно-економічний інститут Київського національного торговельно-економічного університету, доцент кафедри фінансів, к.е.н.*

Наслідком рецесії для вітчизняних підприємств стала гостра нестача оборотних активів, що знижує фінансову стійкість підприємств та посилює загрози банкрутства. Оборотні засоби є найбільш мобільною частиною авансованої вартості; перебуваючи в постійному русі та здійснюючи кругообіг, вони забезпечують безперервність процесу виробництва та платіжно-розрахункових операцій.

Відповідно до міжнародних стандартів фінансової звітності, актив – це ресурс, контрольований суб'єктом господарювання в результаті минулих подій, від якого очікують надходження майбутніх економічних вигід для суб'єкта господарювання. Щодо облікового аспекту активи є ресурсами підприємства у вигляді конкретних елементів господарського обороту. Національні стандарти бухгалтерського обліку акцентують увагу на наявності двох основних умов: суб'єкти господарювання повинні мати право власності на активи та можливість отримання економічної вигоди від їх використання в майбутньому. [1]

Хоча загалом на сьогодні не існує єдиної думки щодо економічної сутності поняття «оборотні активи», однак, узагальнюючи, можна зазначити, що оборотні активи – це грошові кошти та їх еквіваленти, що у використанні не обмежуються, а також інші активи, призначені для реалізації чи споживання протягом операційного циклу.

Джерела формування оборотних активів значною мірою визначають ефективність їх використання. Встановлення оптимального співвідношення між власними і залученими джерелами, зумовленого специфічними особливостями кругообігу капіталу на підприємстві, є важливим завданням системи управління. Достатній мінімум власних і позикових коштів має забезпечити безперервність руху оборотних активів на всіх стадіях кругообігу, що задовольняє потреби виробництва в матеріальних і грошових ресурсах, а також забезпечує своєчасні і повні розрахунки з постачальниками, бюджетом, банками та іншими

ланками. Недостатність джерел формування оборотних коштів призводить до недофінансування господарської діяльності та до фінансових ускладнень.

Якщо на підприємстві виникають проблеми з несвоєчасним надходженням коштів за відвантажену продукцію, нагромадженням на складі нереалізованої готової продукції, несвоєчасним і неповним виконанням договірних зобов'язань постачальниками та через інші обставини, що спричиняють потребу в додаткових коштах, то підприємство вимушене залучати фінансові ресурси у вигляді короткострокових банківських та інших кредитів. Однак підприємство може дозволити собі кредит лише тоді, коли відсотки за ним не перевищують рентабельність (прибутковість) бізнесу.

Дорогі кредити суттєво гальмують економічний розвиток, ускладнюють ведення бізнесу, а опосередковано навіть збільшують трудову та бізнес-міграцію. У вітчизняних банках вартість запозичень для бізнесу в 2017-2018 р. коливалася від 14,3% до 20,9% річних, а в 2019 р. - від 15,7% до 19,6% річних (для населення – майже вдвічі більше) [2]. Важко сподіватися на покращення конкурентоспроможності національної економіки, якщо в єврозоні, приміром, середній розмір відсоткових ставок для бізнесу та населення становить 1,5-1,6% річних.

З III-го кварталу 2019 р. НБУ почав активніше пом'якшувати монетарну політику з метою підтримки економіки. Станом на кінець квітня 2020 р. облікова ставка в порівнянні з квітнем минулого року знизилася у 2,2 рази - до 8% (рис. 3.1), в результаті чого очікується зниження вартості запозичень для бізнесу до 11-12%.

Паралельно уряд розробив та запроваджує державну програму «Доступні кредити 5-7-9%», одна з головних цілей якої - повернути українців з-за кордону. Програма передбачає кредит для власної справи на суму до 1,5 млн. грн на п'ять років за певних умов: 5% - для нового та діючого бізнесу з виручкою до 25 млн. грн, який створить мінімум два робочі місця; 7% - для бізнесу з виручкою до 25 млн. грн, який не створить робочі місця; 9% - для діючого бізнесу, який має виручку 25-50 млн. грн. (за кожного найнятого працівника ставка буде знижуватися на 0,5%, але кінцева не може бути меншою 5% річних). Комісія банку не може перевищувати 1%. [3]

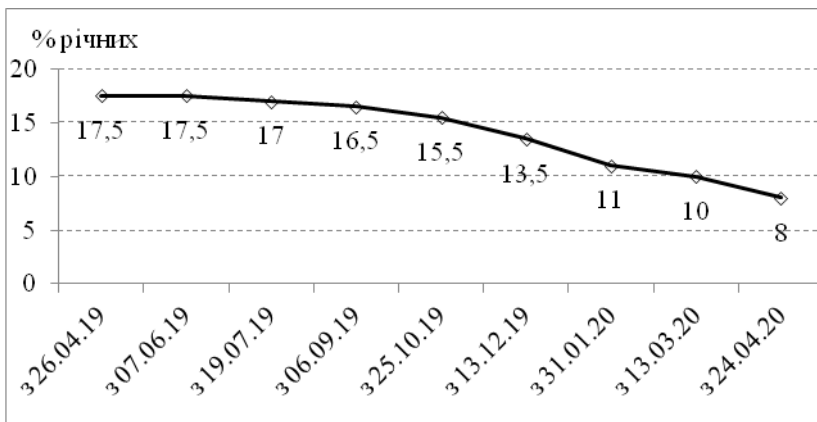


Рис. 3.1. Динаміка облікової ставки НБУ (побудовано автором за даними [2])

Однак кредитна програма передбачає і власний внесок учасника в проєкті, що кредитується: для діючого бізнесу - від 20% від суми проєкту, а для новоствореного бізнесу - від 30% від суми проєкту. Ускладнює механізм отримання кредиту й те, що банки-партнери програми вимагають матеріальну заставу під кредит. Для фінансування урядової програми «Доступні кредити 5-7-9%» в державному бюджеті на 2020 рік передбачено 2 млрд. грн. Мінфін розраховував на видачу 50 тис. позик за рік, однак за місяць банки видали лише 97 кредитів. [4]

Список використаних джерел:

1. Дебет-кредит: Український фінансово-бухгалтерський портал. URL: <https://dtk.com.ua/>
2. Національний банк України. URL: <https://bank.gov.ua/monetary/stages/archive-rish>
3. Доступні кредити 5-7-9%. Державна програма. URL: <https://5-7-9.gov.ua/>
4. Як "доступні кредити 5-7-9%" виявилися недоступними для нового бізнесу: Економічна правда від 6.03.2020. URL: <https://www.epravda.com.ua/rus/publications/2020/03/6/657777/>

ОСНОВНІ КОНТЕНТИ КОНЦЕПТУАЛІЗАЦІЇ ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОГО МЕХАНІЗМУ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ

Т.О. Ставерська, *Харківський державний університет
харчування та торгівлі,
доцент кафедри фінансів та обліку, к.е.н., доцент*

Концепція сталого розвитку вважається панівною ідеологією ХХІ ст., що пояснюється усвідомленням світовою спільнотою необхідності забезпечити узгодження інтересів сучасності й майбутнього таким чином, щоб економічне зростання здійснювалося на раціональних засадах, з урахуванням принципової обмеженості наявних ресурсів і важливості гармонізації зв'язків між економічною, соціальною й екологічною системами [1, с. 13].

Концептуалізація має відбивати теоретичний базис контентів когнітивного формування фінансово-економічного механізму забезпечення сталого розвитку підприємств торгівлі, зокрема мету, принципи, суб'єктність, пріоритетні завдання, стратегічні інтенти, методи їх досягнення та компоненти забезпечення (рис. 3.2). Відповідно, основні контенти концептуалізації формування механізму полягають у такому:

1. Сталий розвиток підприємства являє собою процес синергії раціонального використання економічних, матеріальних, трудових та інших ресурсів із системою управлінських заходів, спрямованих на забезпечення еколого-економічної безпеки та соціального захисту за умов дотримання принципів економічної обґрунтованості, доцільності, адаптивності, економічної сталості та СЕЕ відповідальності, що визначає основну мету концепції.

2. Забезпечення сталого розвитку підприємств торгівлі має ґрунтуватися на галузевому ієрархічному структуруванні рівнів фінансово-економічних відносин, згідно з яким підприємство є однією базових ланок послідовного розвитку «підприємство → галузь → регіон → держава».

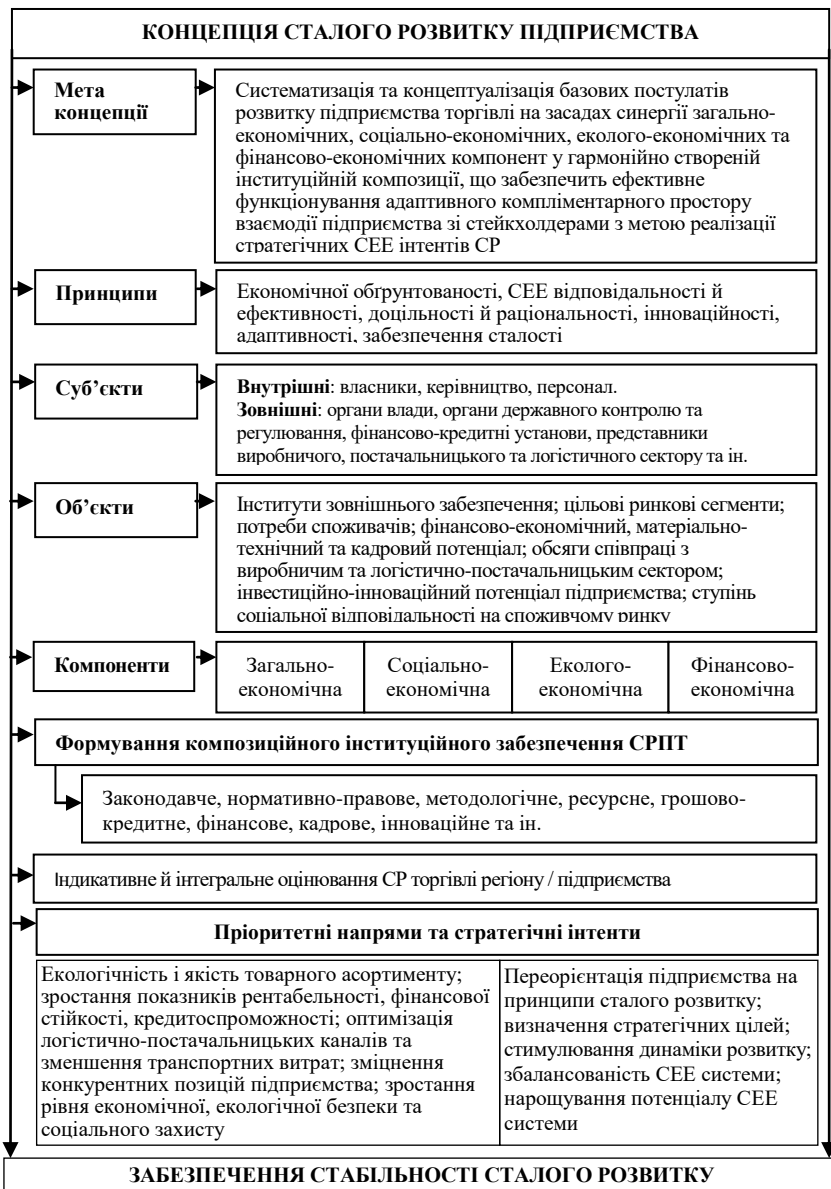


Рис. 3.2. Концептуальна модель формування фінансово-економічного механізму забезпечення сталого розвитку підприємства торгівлі

3. Для підприємства торгівлі більш змістовним є критеріальний розподіл економічної детермінанти на загальноекономічні, еколого-економічні, соціально-економічні та фінансово-економічні компоненти забезпечення сталого розвитку, що, у свою чергу, визначає прийоми й методи оцінювання (індикативне та інтегральне) розвитку.

4. Суб'єкти та об'єкти механізму обумовлюють формування композиційного інституційного забезпечення сталого розвитку підприємства торгівлі, що базується на галузевому ієрархічному структуруванні трансформації правил та традицій поведінки інститутів забезпечення (держава, регіон, АТО, логістично-постачальницький та виробничий сектор, споживачі) в контексті формування свідомої необхідності функціонування в умовах, спрямованих на гармонізацію економічного, соціального й екологічного розвитку суспільства.

5. Згідно з поставленою метою формування механізму, визначено пріоритетні напрями дії механізму (екологічність і якість товарного асортименту; зростання показників рентабельності, фінансової стійкості, кредитоспроможності; оптимізація логістично-постачальницьких каналів та зменшення транспортних витрат; зміцнення конкурентних позицій підприємства; зростання рівня економічної, екологічної безпеки та соціального захисту) як поточні цільові орієнтири та стратегічні інтенти (переорієнтація підприємства на принципи сталого розвитку; визначення стратегічних цілей; стимулювання динаміки розвитку; збалансованість СЕЕ системи; нарощування потенціалу СЕЕ системи) як перспективні цільові орієнтири концепції.

Список використаних джерел:

1. Кузьміна О. С. Аналіз підходів до трактування поняття «сталий розвиток підприємства» / О. С. Кузьміна // Вісник Хмельницького національного університету. – 2015. № 5, т. 1. – С. 13–21.
2. Ставерська Т. О. Концептуалізація формування економічного механізму забезпечення сталого розвитку підприємства торгівлі // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг : зб. наук. пр. – Харків : ХДУХТ, 2019. – Вип. 2 (30). – С. 68-77

ПОДАТКИ НА СПОЖИВАННЯ В СИСТЕМІ ФІСКАЛЬНИХ ВАЖЕЛІВ УКРАЇНСЬКОЇ ЕКОНОМІКИ

Ю.І. Турянський, Львівський регіональний інститут державного управління Національної академії державного управління при Президентові України, доцент кафедри економіки, д. е. н., доцент

Використання непрямих податків як інструментів фіску призводить до неоднозначних наслідків в українській економіці, порушує її загальну фінансову рівновагу. Водночас вони відіграють провідну роль у системі доходів державного бюджету, виступають вагомим фінансовим гарантом виконання державою економічних, соціальних, оборотних, управлінських, міжнародних та низки інших функцій. Використання в Україні непрямих податків можна вважати важливим кроком на шляху формування сучасної податкової системи.

Податок на додану вартість – це один із найбільш поширених, але одночасно складних та суперечливих податків. ПДВ є одним з найважливіших джерел доходів Державного бюджету України, про що свідчать дані, наведені на рис. 3.3.

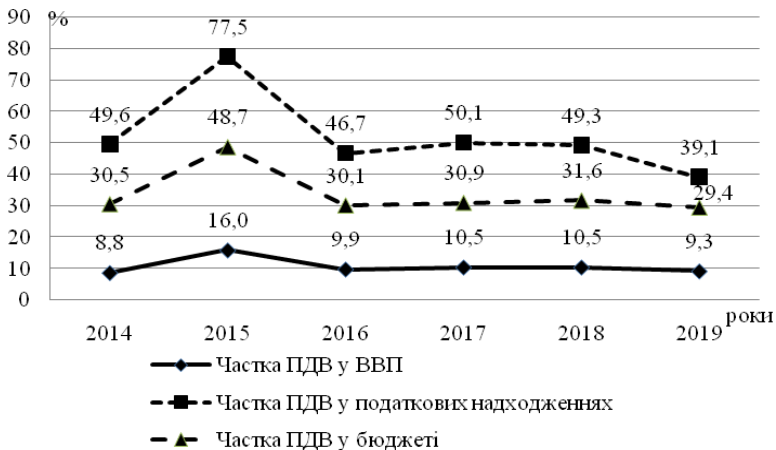


Рис. 3.3. Динаміка фіскальної значущості ПДВ у 2014-2019 рр., % (побудовано за даними [1, 2, 3])

Переваги ПДВ перед іншими формами універсальних акцизів, полягають у наступному: ПДВ не завдає дискримінації платникам залежно від їхньої ролі та місця в господарському процесі; податок є нейтральним щодо переміщення товарів і послуг, розміщення ресурсів; дозволяє уникнути подвійного оподаткування; накопичено певний досвід адміністрування податку, що дало можливість вдосконалення правових норм, методів його обчислення та стягнення.

Повноцінне використання ПДВ як ефективного фіскально-економічного важеля обмежуються негативним впливом низки чинників. По-перше, відносно високий рівень оподаткування, який в підсумку перекладається на кінцевих споживачів – населення країни і бюджетну сферу, за умов економічної нестабільності збільшує темпи інфляції та скорочує обсяги суспільного виробництва, оскільки зростання товарних цін негативно позначається на платоспроможному попиті [5]. По-друге, за базою обчислення ПДВ посідає проміжне становище між податком на прибуток і податком на сукупний оборот, оскільки від першого він відрізняється на величину прибутку і нарахованих шляхом перенесення на ціну продажу амортизаційних відрахувань, а від другого – на вартість придбаних і використаних у поточній господарській діяльності товарно-матеріальних цінностей (робіт, послуг). Як наслідок виникає різновекторність інтересів платників і держави в процесі нарахування та сплати податку. По-третє, важливими чинниками, що формують податок, є галузеві та технологічні особливості окремих виробництв. По-четверте, ПДВ як правонаступнику податку з обороту за неповністю сформованого ринкового середовища притаманні недоліки останнього, які трансформуються в нові фіскальні форми, наповнені старим змістом.

Менш вагомими є частки акцизного податку та мита. Зокрема, частка акцизного податку не перевищує 16 %, частка мита коливається в межах 6-7,5 % [1, 3]. В умовах інтеграції української економіки у європейський економічний простір зростає роль та вага мита як регулятора зовнішньоекономічної діяльності [4]. Загальна економічна нестабільність та неефективна податкова політика у сфері митного регулювання є наслідком дії таких чинників: нестабільністю митно-тарифного регулювання та недосконалістю правової бази; відсутністю довгострокової зовнішньоекономічної стратегії; низьким рівнем ефективності

системи інформаційного забезпечення зовнішньоекономічної діяльності, що визначає процес прийняття рішень у цій сфері на всіх рівнях управління. Удосконалення митно-тарифного податкового регулювання передбачає здійснення таких заходів: адаптація митно-тарифного регулювання до міжнародних норм, методик і правил; розробка довгострокової стратегії зовнішньої торгівлі, вдосконалення експортно-імпоротної політики, забезпечення оптимального рівня конкуренції.

Залишається невирішеним питання оптимальної кількості податкових ставок. Згідно з критерієм соціальної справедливості, доцільно товари розкоші оподатковувати за підвищеними ставками, а товари першої необхідності – за зниженими або й не оподатковувати взагалі. На користь диференційованого оподаткування свідчить і світовий фіскальний досвід. Водночас, враховуючи особливості розвитку національної економіки з притаманним їй фінансовим механізмом, особливий акцент слід зробити на пропорційному одноканальному оподаткуванні доданої вартості.

Список використаних джерел:

1. Державна податкова служба України. Загальнодержавні податки за 2014-2019 рр. URL: <https://www.tax.gov.ua/podatki-ta-zbori/zagalnoderjavni-podatki/>.
2. Державна служба статистики України. Макроекономічні показники за 2014-2019 рр. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
3. Міністерство фінансів України. Макрофінансові показники. за 2014-2019 рр. URL: <https://minfin.com.ua/ua/>.
4. Савченко А. М., Блищик Л. В. Аналіз рівня податкового навантаження в контексті імплементації європейських стандартів у національну економіку України. Економіка та держава. 2018. № 5. С. 93-96.
5. The World Bank. Total tax and contribution rate (% of profit): All Countries and Economies. 2019. URL: <https://data.worldbank.org/indicator/IC.TAX.TOTL.CP.ZS>.

ІНСТРУМЕНТИ ОЦІНЮВАННЯ АЛЬТЕРНАТИВНИХ СХЕМ ІНВЕСТИВАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЕКТІВ

Н.І. Ценклер, *Ужгородський торговельно-економічний інститут КНТЕУ, професор кафедри обліку та оподаткування*

Л.М. Шелемон, *Ужгородський торговельно-економічний інститут КНТЕУ, старший викладач кафедри обліку та оподаткування*

Успішна діяльність підприємств потребує періодичного ухвалення рішень щодо інвестування фінансових ресурсів в оновлення матеріально-технічної бази, нарощення обсягів виробництва, упровадження нових видів продукції чи навіть видів діяльності.

Можливість залучення фінансових ресурсів є як визначною умовою, так і основним обмеженням при плануванні інноваційного розвитку підприємства [1]. Аналітичний етап економічного обґрунтування раціонального інвестування варто починати з визначення обсягів та пропорційності джерел надходження коштів. Інструментом аналітичного етапу має виступати фінансово-інвестиційний аналіз, цілями якого є визначення фінансового стану і результатів діяльності; виявлення просторово-часових змін та факторів, що їх спричинили; аналіз прогнозу тенденцій фінансового стану і результатів діяльності; прийняття рішення щодо фінансування інвестиційного проекту [3].

Особливим видом інвестиційної діяльності є інноваційна – організація виробництва нових видів продукції, розробка принципово нових технологій, реалізація довгострокових науково-технічних програм. Такі проекти відрізняються високим рівнем ризикованості, а проектні витрати можуть пов'язані з розробкою (INV_p), впровадженням інновацій (INV_v), освоєнням технологічних режимів експлуатації (INV_0). При довгостроковому інвестуванні слід використовувати принцип дисконтування стосовно капітальних вкладень. Відповідний розрахунок чистої приведеної вартості набуває виду (3.5):

$$NPV = - \sum_{i=tp}^{t6} INV_{pi} (1+r)^i - \sum_{i=t6}^{t0} INV_{ei} (1+r)^i - \sum_{i=t0}^{tk} \frac{INV_{oi}}{(1+r)^i} + \sum_{i=t0}^{tk} \frac{CF_1}{(1+r)^i} \quad (3.5)$$

де: INV_i – інвестиції в основні фонди й оборотні кошти в i -му році здійснення проектних рішень, грн.; tp – індекс року початку розробок за проектом; ts – індекс року початку впровадження інновацій; to – індекс року початку експлуатації проекту; tk – індекс року закінчення експлуатації проекту.

Водночас, сучасні економісти [2, 4] вважають, що витрати на наукові дослідження на передінвестиційній фазі не потребують дисконтування чи навіть врахування при оцінюванні ефективності інвестиції через значну відстрочку до моменту початку впровадження розробок. Показник дисконтованого строку окупності визначає період часу, через який відбувається повернення вихідних інвестицій, тобто коли накопичений дисконтований чистий грошовий, що математично описується як (3.6):

$$\sum_{i=1}^{DPV} \frac{CF_i}{(1+r)^i} = INV \quad (3.6)$$

Однак, розрахунок дисконтованого строку окупності не враховує грошові потоки після повернення інвестицій, що перешкоджає порівняльному оцінюванню ефективності різних варіантів фінансування. Тому до розрахунків доцільно включити внутрішню норму прибутковості (IRR) підприємства:

$$\sum_{i=1}^n \frac{CF_i}{(1+IRR)^i} = INV \quad (3.7)$$

Отож, IRR може виступати критеріальним показником добору проектів з урахуванням рівня інвестиційних ризиків. зауважимо однак, що IRR фіксує лише максимальний рівень витрат, асоційованих з конкретним проектом, не враховує поточних змін капіталізації і не передбачає порівняльного аналізу з альтернативними проектами, що відрізняються за обсягами грошових потоків. Для усунення цих недоліків пропонуємо використовувати модифіковану внутрішню норму прибутку (MIRR), що дозволить врівноважити у коефіцієнті дисконтування сумарну приведену вартість інвестиційних надходжень і витрат:

$$\sum_{i=1}^n \frac{COF_t}{(1+r)^i} = \frac{\sum_{i=1}^n CIF_t (1+r)^{n-1}}{(1+MIRR)^n} \quad (3.8)$$

де: COF_t – інвестиційні витрати у t -му періоді, грн.; CIF_t – надходження коштів у t -му періоді, грн.; r – ціна джерела фінансування проекту, долі од.; n – тривалість проекту, років.

Ефективність інвестиційних проектів пропонуємо визначати за індексом прибутковості (PI), як відношення приведених доходів до приведених на ту ж дату інвестиційних витрат:

$$PI = \frac{\sum_{i=1}^n \frac{CF_i}{(1+r)^i}}{\sum_{i=0}^t \frac{INV}{(1+r)^i}} \quad (3.9)$$

де: t – індекс року завершення проектних рішень.

Таким чином, запропонована система оцінювання дозволяє адекватно аналізувати різні схеми фінансування інноваційних проектів з неординарними грошовими потоками, враховуючи зміни норми прибутковості в часі.

Список використаних джерел:

1. Даньків Й. Я., Веселовська Я. І. Комплексний підхід до оцінки інвестиційної привабливості інвестиційних проектів. Напрями модернізації фінансово-економічної системи держави, регіонів, підприємств, організацій: збірник матеріалів Всеукр. наук.-практ. конф., м. Вінниця, 17.04.2019: у 2-х т., Т1. Ч1. Тернопіль: Крок, 2019. С. 162-164.
2. Коцюба О. С., Коцюба, А. С. Методологічний аналіз феномена невизначеності при оцінюванні економічної ефективності інвестиційного проекту. Економіка та підприємництво : зб. наук. пр. ДВНЗ «Київ. нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана». Київ : КНЕУ, 2018. № 40. С. 147-165.
3. Крамської Д. Ю. Сучасні методики інвестиційного проектування та застосування програмних продуктів з позиції методики фінансово-економічної оцінки проекту. Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут". 2017. № 45 (1266). С. 112-117.

4. Wong W. B., Ramsey S. D., Barlow W. E. The value of comparative effectiveness research: Projected return on investment of the RxPONDER trial. Contemporary Clinical Trials. 2012. Vol. 33(6). P. 1117–1123. doi:10.1016/j.cct.2012.08.006.

УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТИЦІЙНИМИ РИЗИКАМИ БАНКУ У СИСТЕМІ ПРОЕКТНОГО ФІНАНСУВАННЯ

Е.Ф. Югас, *Ужгородський торговельно-економічний інститут КНТЕУ, доцент кафедри обліку та оподаткування*
М.Ю. Лалакулч, *Ужгородський торговельно-економічний інститут КНТЕУ, доцент кафедри обліку та оподаткування*

Стрімкий розвиток інноваційних технологій і все більше намагання вітчизняного бізнесу достойно увійти у реалії постіндустріалізації викликають зростання інвестиційної діяльності банків, зокрема шляхом застосування схем проектного фінансування (project financing).

У банківській практиці може використовуватись проектне фінансування без права регресу, з обмеженим правом або з повним регресом на позичальника. За архітектурою фінансових схем проектне фінансування чітко поділяється на два типи: з паралельним (спільним) та з послідовним фінансуванням [1]. Паралельне фінансування доцільно застосовувати при реалізації великомасштабних проєктів, які потребують великих капіталовкладень, у такому випадку банківське кооперування дозволяє їм вкладатися в нормативи гранично допустимих сум кредитування. У схемах з послідовним фінансуванням банк виступає в якості ініціатора кредитної угоди, а після надання позики передає вимоги іншим кредиторам, зменшуючи у балансі дебіторську заборгованість.

Висока ризикованість інвестування в інноваційні розробки зумовлює запровадження у банківську практику проектного фінансування інструментів управління ризиками (Project risk management). Основними функціями такого управління є чітка ідентифікація, системний аналіз, розробка управлінських заходів для мінімізації негативних наслідків виникнення ризикових ситуацій [3]. Водночас, рекомендації науковців щодо до управління

інвестиційними ризиками банків мають фрагментарний характер і не пропонують адаптованих до умов проектного фінансування інструментів.

Крім того, рівень негативного впливу інвестиційних ризиків може змінюватись відповідно до конкретних функцій банку в межах проектного фінансування: кредитування (К), інвестування (І), фінансове консультування (ФК), гарантування (Г), лізингу (Л) тощо (табл. 3.2).

Таблиця 3.2

Прояви інвестиційних ризиків при виконанні банком різних функцій у проектному фінансуванні *

Проектні ризики	Функції банку				
	К	І	ФК	Г	Л
Валютний	XXX	X	X	XXX	X
Ліквідності	XXX	X	X	XX	XX
Зниження дохідності	X	XX	XX	XXX	X
Інфляційний	X	XXX	XXX	XX	X
Відсотковий	XXX	XX	XX	XX	X
Ціновий	X	XXX	XXX	X	XX
Операційний	XXX	XX	XX	XXX	XX
Невиконання контрагентом зобов'язань	XXX	XXX	XXX	XX	XX
Втраченої вигоди	XX	XX	XX	X	XX
Невпевненості у майбутній реалізації активів	XXX	X	X	XX	XXX

*Примітка: x – мінімальний ризик; xx – середній ризик; xxx – високий ризик

Оскільки інвестиційні ризики можуть виникати на будь-якому етапі проектного циклу, управління проектними ризиками слід здійснювати до повного завершення проекту та остаточного погашення проектною організацією боргових зобов'язань перед банком [2]. Необхідність запровадження принципу системності обумовлюється наявністю значної кількості факторів, які можуть спричинити до появи ризиків. Інструменти управління слід спрямовувати безпосередньо на прояви інвестиційного ризику. І саме системний підхід забезпечує динамічне врахування всієї множини факторів, що впливають на появу інвестиційних ризиків та їх розгляд у взаємозв'язку з внутрішніми та зовнішніми особливостями реалізації інвестиційного проекту [4]. Відповідно лише за такого підходу стає можливим забезпечення побудови

найбільш ефективної системи управління інвестиційними ризиками у системі проектного фінансування.

Загальними перевагами використання банками схем проектного фінансування є можливість достовірної оцінки платоспроможності позичальника, розгляду інвестиційного проекту з точки зору життєздатності, ефективності, можливостей реалізації, забезпеченості ресурсами, адекватно прогнозування результатів реалізації. Однак найважливішою перевагою для банку є розподіл ризиків між усіма учасниками проекту.

Таким чином, на основі врахування визначеного об'єкта та поставленої мети визначаються інші складові системи управління інвестиційними ризиками. Система управління інвестиційними ризиками може бути корисною не лише для банку, а для всіх учасників проектного фінансування. Запропоновані підходи допоможуть вирішити широке коло проблем, пов'язаних з формуванням ефективного, гнучкого, системно орієнтованого та адекватного механізму управління інвестиційними ризиками у банківській системі проектного фінансування.

Список використаних джерел:

1. Башнянин Г. І., Паласевич М. Б. Система управління інвестиційними ризиками банку. Науковий вісник НЛТУ України. 2011. №14. С. 332-336.
2. Квасова О. П. Мінімізація рівня ризиків в банках при проведенні інвестиційних операцій. Економіка, фінанси і управління в ХХІ столітті: аналіз тенденцій та перспективи розвитку: зб. тез міжнар.наук.-практ. конф. (21 березня, 2017 р., м. Київ). К. : Фінансова рада України, 2017. Т. 1. С. 51-54.
3. Корж Н. В. Методи управління фінансовими ризиками. Path of Science. 2016. №10. С. 11-16. doi: 10.22178/pos.15-3.
4. Badaraua C., Lapteacru I. Bank risk, competition and bank connectedness with firms: A literature review. International Business and Finance. 2020. Vol. 51. P. 26-33. <https://doi.org/10.1016/j.ribaf.2019.03.004>.

ЕКОНОМІКО-МАТЕМАТИЧНІ МЕТОДИ, МОДЕЛІ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В УПРАВЛІННІ РЕСУРСНИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ГОСПОДАРЮЮЧИХ СУБ'ЄКТІВ

ЕФЕКТИВНІСТЬ ЗАСТОСУВАННЯ КОРПОРАТИВНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ У ПРОЦЕСІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

А.С. Авдєєнко, *Національний аерокосмічний університет імені
М.Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут»*,
магістрантка 1-го курсу, спеціальність «Світова економіка»

Р.Р. Слинько, *Національний аерокосмічний університет імені
М.Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут»*,
магістрантка 1-го курсу, спеціальність «Маркетинг»

Л.О. Філіпковська, *Національний аерокосмічний університет
імені М.Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут»*,
доцент кафедри економіки та маркетингу, к.т.н., доцент

Умови, що створює сучасний світовий ринок, вимагають від підприємств та компаній знайти єдиний універсальний механізм вдосконалення вітчизняних бізнес-процесів. Накопичення великої кількості інформації потребує нових інструментів для її використання та зберігання .

Тому проблема пошуку ефективної інформаційної системи управління стає все більш гострою. Сучасний стан ринку таких інформаційних систем досить розвинутий.

Сьогодні важко знайти компанію, де інформаційні системи управління господарською діяльністю так чи інакше не застосовуються. Однак, як правило, комп'ютеризація охоплює лише певні сфери управління, наприклад облік та бухгалтерію. Для забезпечення ефективного управління підприємством інформаційні системи повинні відповідати певним вимогам [1].

Корпоративні інформаційні системи вирішують такі задачі: організувати ефективне планування всієї фінансово-економічної діяльності; підвищити довіру інвесторів шляхом створення максимальної прозорості бізнесу; зменшити ризики та збільшити

прибуток за допомогою оперативного прийняття рішень та їх точності, інтуїтивного управління, диференційованого доступу до інформації відповідно до позицій працівників та здійснення її функцій безпеки; зменшити кількісний аспект втраченого часу шляхом усунення дублювання даних різними службами та організації безперебійного обміну даними між відділами.

Сучасні інформаційні системи забезпечують інформаційну підтримку управлінських рішень та виконують такі функції: визначення раціонального рішення, моделювання та прогнозування розвитку об'єктів управління, знаходження в ієрархічній структурі слабких місць з метою усунення та вдалих рішень для розповсюдження позитивного досвіду [2].

Таким чином, корпоративні інформаційні системи дозволяють досягти послідовності роботи різних підрозділів (вище керівництво, фінансовий та економічний департаменти, контур виробництва та матеріально-технічного забезпечення), знижуючи при цьому адміністративні витрати та усуваючи проблему інтеграції даних для різних програм.

Ефект від впровадження корпоративної інформаційної системи досягається через своєчасне отримання підприємством інформації про стан й перспективи розвитку ринку, що дозволяє покращити обґрунтованість й ефективність прийнятих управлінських рішень.

Підвищення якості рішень при використанні корпоративних систем досягається за рахунок зменшення витрат часу на обробку інформації, скорочення терміну реакції на претензії споживача і стандартизації адміністративних процедур.

Ринок корпоративних інформаційних систем достатньо широкий. Найбільший попит має система управління SAP R/3 ERP [3]. Система SAP Enterprise Resource Planning (ERP) розроблена німецькою компанією SAP AG та призначена для комплексної автоматизації великих підприємств. Така автоматизація означає, що єдина інформаційна система на основі R/3 враховує всі сфери діяльності підприємства (планування, виробництво, збут, закупівля), а також управлінську ієрархію підприємства (від вводу даних на потрібні рівні до підтримки прийняття управлінських рішень).

Призначенням SAP R / 3 ERP є спільна інформаційна підтримка декількох компаній в межах концерну або холдингу.

У таких провідних українських компаній, як Національний банк України, «Швидко-Україна», «Азовсталь», АТ «Укртатнафта»,

Procter & Gamble («Проктер енд Гембл Україна»), є досвід з використання системи SAP ERP. Але ці підприємства мали передумови впровадження ERP-системи, а саме: можливість реорганізації існуючих бізнес-процесів та наявність першого рівня автоматизації (облікової системи).

Тому побудова корпоративних систем управління з урахуванням основних характеристик (масштабність, багатоплатформна обчислюваність, розподіленість обчислення, наявність неоднорідного обчислювального середовища) залежатиме від масштабу та конкретної діяльності корпорації.

Загальними критеріями порівняння корпоративних інформаційних систем є повна їх функціональність, можливість швидкого регулювання, необхідність додаткових інвестицій, вартість необхідного обладнання, адаптація до законодавства України, кількість підтримуваних операційних систем для сервера.

Таким чином, корпоративні інформаційні системи є інструментом підвищення ефективності управління, прийняття раціональних стратегічних та тактичних рішень на основі своєчасної та достовірної інформації.

Список використаних джерел:

1. Іванова Т.В., Баранов В.В. Сучасний стан розвитку інформаційних систем [Електронний ресурс]. – Режим доступу:www.kntu.kr.ua/doc/nauk_zap_10_1/stat_10_1/64.doc.
2. Шаповал О. Ф. Сучасні корпоративні технології управління підприємством [Електронний ресурс] / О. Ф. Шаповал // Національний університет харчових технологій – Режим доступу до ресурсу: <http://dspace.nuft.edu.ua/jsui/>.
3. SAP – ERP Introduction [Електронний ресурс]. – Режим доступу:https://www.tutorialspoint.com/sap/sap_introduction.htm.

МОДЕЛЮВАННЯ ПРОЦЕСУ ВАРІННЯ КАРТОПЛІ

Ю.А. Бандурин, *Ужгородський торговельно-економічний інститут КНТЕУ, зав. кафедри природничо-гуманітарних та інформаційних дисциплін, к.ф.-м.н., доц., ст.н.сп.*

Г.М. Шпирко, *Ужгородський торговельно-економічний інститут КНТЕУ, доцент кафедри технології і організації ресторанного господарства, к.х.н., ст.н.сп.*

Ю.В. Підлипний, *Ужгородський торговельно-економічний інститут КНТЕУ, доцент кафедри технології і організації ресторанного господарства, к.т.н.*

Технології термічного приготування картоплі як самостійного продукту харчування, так і складової, що входить до складу багатокомпонентних страв, суттєво не змінювались впродовж декількох сторіч. В основному це варіння, смаження та запікання. Кожен з цих процесів включає нагрівання клубнів картоплі до температури обробки $\sim 100^{\circ}\text{C}$ при варінні, або до більш високої температури при смаженні та запіканні, витримки певний час при температурі термічної обробки, та доведення продукту до забезпечення бажаних споживних якостей. Очевидна нескладність процесів термічної обробки картоплі, тим не менше, не виключає необхідності оптимізації технологічних процесів. Адже розробка та запровадження енергоощадних технологій, навіть у процесах приготування їжі, є актуальними, особливо при значній кількості продуктів, що піддаються термообробці. В рекомендаціях з технології приготування стосовно терміну приготування наводяться або інтервал часу (наприклад, 10-15 хвилин варити картоплю нарізану брусочками [1, с. 95]), або для такої ж нарізаної брусочками картоплі вказується час готовності при її варінні – 18 хв. [2, с. 203].

Нами було здійснено моделювання процесів тепло переносу в системі, фрагментом якої є зразок у вигляді об'ємного тіла, розміщеного в ізотермічне середовище, температура якого в початковий момент відрізняється від температури зразка [3]. В даній роботі роль зразка відіграє картопля, а ізотермічного середовища - кипляча вода.

Кінетика зміни температури в заданій точці всередині зразка може бути описана рівнянням:

$$\Theta/\Theta_0 = e^{-(\alpha A/\rho \cdot c \cdot V) \cdot \tau}, \quad (4.1)$$

де: $\Theta = t_1 - t_i$; $\Theta_0 = t_1 - t_0$; t_1 - температура середовища; t_i - температура в заданій точці зразка в даний момент часу; t_0 - температура в заданій точці зразка в момент початку теплообміну; τ - час; α - коефіцієнт теплообміну; A та V площа поверхні та об'єм зразка, відповідно; ρ - густина; c - питома теплоємність.

Коефіцієнт теплообміну α дорівнює відношенню коефіцієнту теплопровідності до товщини приграничного шару поблизу поверхні зразка.

Якщо для конкретної системи параметри зразка та середовища в процесі теплообміну не змінюються, то рівняння (4.1) може бути виражене в спрощеному вигляді:

$$\Theta/\Theta_0 = e^{-K\tau}. \quad (4.2)$$

Після логарифмування, отримаємо:

$$\ln \Theta/\Theta_0 = -K \tau, \text{ або } \lg \Theta/\Theta_0 = -0.4343 K \tau, \quad (4.3)$$

де: $-K = \alpha \cdot A/\rho \cdot c \cdot V$.

Оскільки рівняння (4.3) лінійне, то при наявності експериментально визначених залежностей $\lg \Theta/\Theta_0 = f(\tau)$ для різних зразків нескладно здійснювати інтерполяцію та екстраполяцію. Відхилення залежності $\lg \Theta/\Theta_0 = f(\tau)$ від лінійності може свідчити про зміну параметрів картоплі (ρ , c , α) в процесі нагрівання, або про протікання в ній хімічних та фізико-хімічних процесів.

Ми експериментально дослідили динаміку зміни температури всередині зразку цілої картоплини після внесення її в кип'яток. Картоплина, яка по формі близька до еліпсоїда з розмірами 65 x 55 x 37 мм. Точно посередині картоплини розташовували спай термопари, за допомогою якої визначали температуру зразку безпосередньо в процесі варіння. Досягнення температури 85÷90 °С всередині картоплі відбувається після 13 хвилини знаходження картоплини у кип'ятку.

Для оцінки результатів моделювання обраховували та будували залежність $\lg \Theta/\Theta_0 = f(\tau)$.

Виявилось, що лінія, яка відображає цю залежність, складається з двох прямолінійних відрізків, які аналітично описуються рівняннями:

$$\lg \Theta/\Theta_0 = -6.6 \cdot 10^{-2} \cdot \tau, \quad (4.4)$$

та

$$\lg \Theta/\Theta_0 = 0.22 - 9.0 \cdot 10^{-2} \cdot \tau. \quad (4.5)$$

Зона зміни нахилу лінії відповідає інтервалу температур $85 \div 90$ °С. Це свідчить про те, що при $T > 85$ °С в об'ємі зразка відбуваються хімічні та фізико-хімічні процеси, які супроводжуються змінами густини, питомої теплоємності та теплопровідності, тобто, саме цей інтервал температур «відповідає» за процес варіння.

Аналогічні дослідження проведені із зразками, які мають по дві плоско паралельні поверхні, відстань між якими $d = 20, 15$ та 10 міліметрів. Для кожного із зразків визначено час досягнення температури (~ 90 °С), при якій реально починається процес варіння картоплі. Загальний час варіння складається з часу виходу на температурний режим та мінімального необхідного часу витримки при цій температурі.

Таким чином моделювання процесу варіння картоплі дозволяє точно встановити кінцевий час готовності продукту різних розмірів. Це дозволяє оптимізувати енерговитрати закладів харчування при виробництві страв із вареної картоплі.

Список використаних джерел:

1. Збірник рецептур кулінарної продукції і напоїв функціонального призначення: [2-ге вид., перероблене і доповнене/за заг. ред. М.І.Пересічного.].- К.:КНТЕУ,2013.-772 с.
2. Шалимов С.А. Кулінарія / Шалимов С.А., Губа Н.И., Вировец Р.Б..- К.: Вища школа, 1979.- 424 с.
3. Э.Р. Эккерт. Теория тепло- и массообмена. /Э.Р. Эккерт и Р.М.Дрейк. Пер. с англ. – М.-Л.: ГЭИ.- 1961.- С. 103-106.

ЗАСТОСУВАННЯ ТЕОРІЇ ЧАРЛЬЗА ДОУ НА МІЖНАРОДНИХ ФОНДОВИХ РИНКАХ З МЕТОЮ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ІНВЕСТУВАННЯ

О.О. Бененсон, *Дніпровський національний університет
імені Олеся Гончара, аспірант Ph.D.*

Н.О. Краснікова, *Дніпровський національний університет
імені Олеся Гончара, в.о. завідувачки кафедри міжнародної
економіки і світових фінансів; к.е.н., доцент – науковий керівник*

Відповідно до четвертого пункту теорії Чарльза Доу, динаміка руху промислового і транспортного індексів Доу-Джонса повинна бути односпрямованою, або індекси повинні підтверджувати один одного [1]. Автор теорії стверджував, що сильний ринок передбачає односпрямований рух основних індексів, а слабкий, відповідно, розбіжності в їх спрямованості. Таким чином, про початок, наприклад, висхідної тенденції на ринку можна говорити тільки у тому випадку, якщо значення обох зазначених індексів перекривають свої попередні проміжні максимуми [1, с. 116; 2, с. 44 - 46]. Якщо ж це відбувається тільки з одним індексом, значить, говорити про тенденцію до підвищення курсу на ринку ще зарано. Тобто, якщо в динаміці індексів спостерігається розбіжність, це означає, що на ринку продовжує діяти попередня тенденція, і характер ринку не змінився.

Ця закономірність була виявлена Чарльзом Доу ще в кінці ХХ століття, і продовжує проявлятися на міжнародних фінансових ринках аж до теперішнього часу. Справедливість вищезгаданого положення теорії Ч. Доу була нами перевірена на сучасних даних.

Для цього, з використанням технічних можливостей інтернет-сайту www.bigcharts.marketwatch.com [3], відстежувався рух транспортного індексу Доу-Джонса та індексу широкого ринку Standard & Poor's - 500. Ми вважали за краще проводити тестування саме на даних про цей індексі, оскільки на відміну від промислового індексу Доу-Джонса (який використовував у своїй теорії Чарльз Доу), в розрахункову базу індексу Standard & Poor's - 500 входять 500 найбільших компаній США, які представляють усі галузі економіки - від машинобудування та виробництва продуктів харчування до біотехнологічних і ІТ-компаній. З цієї причини багато хто з вчених та інвесторів вважають, що саме індекс Standard & Poor's - 500 найбільш адекватно відображає реальний

стан сучасного фондового ринку США (на відміну від промислового індексу Доу-Джонса, до складу якого входять всього 30 найбільших компаній - представників переважно «старої» економіки).

Дослідження показали, що спостереження за рухом індексів - Транспортного Доу-Джонса і Standard & Poor's - 500 може допомогти інвестору визначити екстремальні точки ринку. Так, у 2000 р. застосування описуваної методики могло б допомогти визначити передкризову вершину ринку. Утворення чергової нової вершини індексу Standard & Poor's - 500 в квітні і серпні 2000 р. не було підтверджено транспортним індексом Доу-Джонса, який показав в цей час більш низькі вершини, ніж в кінці 1999 р. Виходячи з теорії Ч. Доу, це сигналізувало про високу ймовірність швидкого розвороту тенденції на ринку. Саме так і сталося. Після серпня 2000 р. ринок став різко падати і це було початком одного з найбільших падінь фондового ринку США, яке тривало аж до березня 2003 р. Аналогічна ситуація сталася в другій половині жовтня 2007 р. Тоді також на графіках обох індексів позначилася дивергенція. Через кілька тижнів на ринку США почалося падіння, що підсилювалось у січні 2008 р. А ще через півроку падіння фондового ринку США набуло катастрофічного характеру. Тоді ведмежий ринок тривав до березня 2009 р., після чого почалося його відновлення.

Дві останні великі дивергенції в динаміці обох індексів проявилися в другій половині 2019 р. Перша - в середині липня, яка просигналізувала про можливість майбутньої кризи на фінансових ринках. Друга дивергенція чітко окреслилася на графіках індексів в середині лютого 2020 р. буквально за кілька днів до обвалу фондового ринку. Перший ступінь, або перша стадія цього обвалу сталася з 21.02.2020 по 23.03.2020. Другу стадію, швидше за все ми будемо спостерігати у недалекому майбутньому.

Таким чином, можна зробити висновок, що одночасне спостереження за динамікою транспортного індексу Доу-Джонса та індексу Standard & Poor's - 500 дає можливість інвесторам визначати розворотні точки фондового ринку і таким чином, може служити надійним інструментом підвищення ефективності інвестування.

Список використаних джерел:

1. Мэрфи Дж. Джон. Технический анализ финансовых рынков: полный справочник по методам и практике трейдинга. Диалектика, 2018. – 496 с.
2. Акелис Б. Стивен. Технический анализ от А до Я. Полный набор инструментов торговли. – М.: Диаграмма, 1999. – 376 с.
3. <https://bigcharts.marketwatch.com/advchart/frames/frames.asp?show=&insttype=Index&symb=SPX&x=23&y=10&time=100&startdate=1%2F19%2F2019&enddate=4%2F29%2F2020&freq=2&compidx=aaaaa%3A0&comptemptext=DJTA&comp=DJTA&ma=0&maval=4%2C9%2C18&uf=0&lf=268435456&lf2=4&lf3=2&type=64&style=320&size=4&timeFrameToggle=false&compareToToggle=false&indicatorsToggle=false&chartStyleToggle=false&state=15>

МОДЕЛЬ УПРАВЛІННЯ ГОСПОДАРСЬКИМ РИЗИКОМ ПІДПРИЄМСТВА

О.О. Воляк, *Національний аерокосмічний університет імені М.С. Жуковського «Харківський авіаційний інститут», доцент кафедри економіки та маркетингу, к. т. н, доцент*

Проблема управління ризиками господарюючих суб'єктів в даний час є актуальною як з теоретичної, так і з практичної точки зору. Останнім часом значно зріс інтерес до даної проблеми, тим не менш, в основному розглядаються питання управління фінансовими, банківськими, страховими ризиками. Відповідний коло проблем менш досліджений стосовно до реального сектору економіки і більшість робіт в цьому напрямку присвячено аналізу ризиків інвестиційних проектів.

Найменш дослідженою залишається завдання аналізу та оцінки ризиків окремого підприємства, що веде поточну виробничу діяльність. Даному питанню присвячена порівняно невелика кількість робіт, серед яких слід виділити Р. Б. Клейнера, Ст. Л. Тамбовцева, Р. М. Качалова [1].

У доповіді розглянута проблема управління ризиком на виробничому підприємстві, обґрунтована концепція прийнятого ризику виробничого підприємства і на основі інтегрованого підходу до проблеми управління ризиками розроблена економіко-

математична модель.

Основні підходи до питання управління ризиком можна представити у вигляді трьох класифікаційних груп [1; 2; 4]. До першої групи віднесено ті підходи, у яких ризик однозначно трактується як негативна складова, і раціональна поведінка полягає в тому, що ризикових ситуацій слід по можливості уникати і рівень ризику зводиться до мінімуму шляхом проведення спеціальних заходів, у тому числі пов'язаних з матеріальними витратами. Даний підхід називають концепцією мінімізації ризику. До другої групи віднесені підходи, у яких ризик також в першу чергу пов'язаний з втратами, але ступінь реальності цих втрат пов'язана по-перше, з їх розміром, а по-друге з витратами на антиризикові заходи, спрямовані на запобігання цих втрат. При цьому раціональна поведінка полягає в зменшенні рівня ризику до прийняттого рівня [1; 2]. Даний підхід носить назву концепції прийняттого ризику. До третьої групи віднесено підхід, спрямований на врахування додаткових можливостей, які несе в собі ризик, тобто на облік можливості позитивної реалізації ризику. В рамках цієї концепції було обґрунтовано, що рівень ризику, слід підтримувати на оптимальному рівні, і в залежності від конкретної ситуації, зменшувати або збільшувати [3].

Запропонований автором підхід полягає в тому, що до кожного окремого виду ризиків застосовується метод управління, який найбільш ефективний з точки зору головного критерію оцінки кінцевого результату. Так, при обліку однієї групи факторів ризику в якості оптимальної використовується концепція мінімізації ризику. До цієї групи належать ризики, пов'язані з катастрофічними або близькими до них наслідками прийнятих рішень з точки зору економічної безпеки підприємства. Інша група ризиків може управлятися на основі концепції прийняттого ризику. До цієї групи належать види ризиків з точки зору розглянутого виду діяльності, цілком буденні, їх негативна реалізація не призводить до катастрофічних наслідків, але погіршує кінцеві показники діяльності підприємства. В якості прикладу таких ризиків можна вказати ризик порушення графіка постачання сировини і комплектуючих, затримки платежів покупців продукції, зниження попиту на вироблену продукцію, зниження обсягів реалізації продукції в результаті дій конкурентів і т. д.

Нарешті, концепція управління ризиком, як ресурсом може бути використана для обґрунтування тих управлінських рішень, які в

разі їх неспіху не призводять до катастрофічних наслідків, але в разі позитивної реалізації ризику дають більш високий дохід. Такі рішення, в першу чергу пов'язані з інноваційною діяльністю підприємства, освоєнням нових видів продукції, пошуком нових ринків збуту, укладанням договорів з новими партнерами та ін. відповідно з таким підходом для оцінки рівня кожного окремого виду ризику використовується показник, який відповідає обраній концепції управління даним ризиком. Так, наприклад, у разі реалізації концепцій мінімального і прийняттого ризиків можуть використовуватися показники рівня ризику, визначаються ймовірно-статистичними методами в середовищі електронних таблиць EXCEL. Управління ризиком в такому випадку полягає у зменшенні цього показника шляхом впливу на відповідні керуючі фактори.

Для реалізації концепції ризику як ресурсу потрібно показник, що враховує як можливість і розмір втрат в разі негативної реалізації ризику, так і, можливість і розміри додаткових доходів в разі позитивної його реалізації. У разі застосування ймовірно-статистичних методів тут може бути використаний описаний в [3] коефіцієнт ризику, з урахуванням його модифікації, обґрунтованої в [4].

Таким чином, в результаті моделювання описаного підходу отримано вектор ризику $R = (R_1, R_2, \dots, R_n)$, де R_i – рівень ризику кожного з видів, що враховуються. Потім для кожного показника встановлюють цільове значення, тобто верхні значення r_1, r_2, \dots, r_n для рівня ризику кожного виду. Управління ризиком полягає в зниженні кожного з показників R_1, R_2, \dots, R_n до рівня r_1, r_2, \dots, r_n .

Список використаних джерел:

1. Клейнер Г. Б., Тамбовцев В. Л., Качалов Р. М. Предприятие в нестабильной экономической среде, риски, стратегия, безопасность. Режим доступа: <http://window.edu.ru/resource/143/18143>
2. Бублик Н. Д., Силантьев В. Б. Риск-ресурс: проблемы венчурно-стохастической деятельности. Режим доступа: <https://www.dissercat.com/content/upravlenie-innovatsionnymi-riskami-pri-razrabotke-naukoemkikh-sistem-problemy-teoriya-prakti>
3. Е. В. Мартякова, И. В. Кочура Хозяйственные риски: оценка и прогнозирование (Монография). Режим доступа: <https://laws.studio/ekonomika-otrasli-knigi/metody-i-izmereniya-riska->

56552.html

4. Василенко О. О., Величко Г. Г. Управління господарськими ризиками на підприємстві. Режим доступу: http://ea.donntu.edu.ua/bitstream/123456789/4003/1/s8_33_vasilenko.pdf.

ЗАСТОСУВАННЯ AGILE-ІНСТРУМЕНТІВ ПРИ УПРАВЛІННІ ПРОЄКТАМИ В ПЕРІОД КРИЗИ

*Н.В. Доценко, Національний аерокосмічний університет
імені М.Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут»,
доцент кафедри менеджменту, к.т.н., доцент*

Застосування сучасних підходів до управління дозволяють організувати роботу компанії у віддаленому (дистанційному) режимі, що особливо актуально в період запровадження карантинних обмежень.

Однією з причин недостатньої ефективності функціонування персоналу в дистанційному режимі є неготовність співробітників, яку слід розглядати у таких аспектах:

- технічні складності (відсутність робочого місця та технічних засобів);
- особистісні причини (неможливість організувати роботу з дому через проблеми з тайм-менеджментом та наявністю конкуренції за часові, матеріальні та технічні ресурси в родині);
- методологічні причини (відсутність формалізованих процесів в компанії, визначених посадових інструкцій, розподілення повноважень та завдань).

Негативною тенденцією є те, що під час вимушеної дистанційної роботи керівники висувають додаткові вимоги до роботи персоналу (збільшення інтенсивності виконання робіт, скорочення заробітної платні при незмінному навантаженні), мотивуючи це тим, що працівник знаходиться дома та, на їх думку, недостатньо завантажений. Відсутність формального розподілення робіт, актуалізації матриці відповідальності, врахування обмежень призводить до виникнення конфліктних ситуацій та погіршення умов психологічного контракту.

Принципи розподілу робіт, які існували в компанії та були

незмінними тривалий час, можуть потребувати зміни процедури унаслідок неможливості забезпечення належної та своєчасної комунікації.

Небажання брати на себе відповідальність за прийняття управлінських рішень при необхідності швидкого реагування призводить до затягування вирішення нагальних питань. Втім більшість питань можуть бути вирішено за допомогою формалізації бізнес-процесів та чіткого розподілу зон відповідальності. Для налагодження швидкого реагування на проблеми проєкту, що виникають, доцільно розробити таку процедуру управління нагальними питаннями, що буде поєднувати швидкість реагування з комплексним аналізом ситуації, та запровадити управління змінами в проєкті.

При формуванні команди проєкту та розподілі робіт в команді необхідно дотримуватися принципів функціонального резервування, що зменшить ризик невиконання проєкту внаслідок впливу людського чинника (хвороба співробітника, неможливість працювати дистанційно, обмеження пересування та ін.) [1]. Управління проєктами в період кризи висуває додаткові вимоги до проєктного менеджера, оскільки саме він повинен забезпечити результативність команди проєкту.

Використання task-менеджерів (WorkSection, Jira, Trello, Asana та ін.) забезпечить on-line планування завдань, прозорість та гнучкість управління, автоматизацію розподілення завдань та призначення ресурсів. Впровадження зазначених засобів може бути розгорнуто в короткий термін та не потребує додаткового специфічного навчання команди проєкту.

Перехід до використання Agile-методології управління (або, як варіант, гібридної методології) забезпечує проєкт гнучкістю управління. На початковому етапі здійснюється визначення беклогу продукту, проведення наради щодо планування ітерації (on-line), формування беклогу ітерації. Застосування гнучкого управління передбачає високий ступінь залучення зацікавлених сторін проєкту, пріоритизацію вимог, постачання завершеного результату в кожній ітерації.

Agile життєві цикли можуть поєднуватися з іншими моделями життєвих циклів проєктів як окремі фази, що дозволить перейти до звичного підходу до планування після закінчення кризи.

При дистанційній роботі питання низької кваліфікації співробітників та нерозуміння процесів ставить під загрозу

функціонування компанії.

Робота у дистанційному режимі дозволяє провести аналіз персоналу та визначити шляхи розвитку персоналу.

Навчальна матриця компетенцій - це інструмент, який використовується для документування необхідних (обов'язкових) тренінгів, визначених для кожної позиції на основі вимог законодавства, компанії і проєктних угод. Вона використовується при аналізі прогалин для визначення критичних потреб у навчанні та в якості інструменту для підтримки критично важливих знань. Оскільки криза призводить до турбулентності оточення проєкту, то виникає ризик втрати критично важливих знань (звільнення персоналу, втрата працездатності та ін.).

Безперервне навчання в компанії забезпечує потреби в навчанні співробітників, які визначені в проєкті спочатку, і періодично оновлюється на основі оцінки ефективності співробітників. Оцінка компетентності є інструментом розвитку, який дозволяє підтримувати правильний баланс навичок в рамках проєкту для задовільнення поточних і майбутніх потреб у діяльності компанії. Мінімальний рівень продуктивності по відношенню до кожної компетентності, необхідної для ефективної роботи для кожної проєктної ролі, визначаються як «Expert», «Good practical» і «Basic». Форма оцінки компетентності призначена для використання при оцінці компетентності окремих співробітників. Вона може бути використана керівниками організації, щоб визначити загальні сильні і слабкі сторони існуючого персоналу та оперативно реагувати.

Використання Agile-інструментів при управлінні проєктами в період кризи забезпечує гнучкість управління та підвищує життєздатність компанії.

Список використаних джерел:

1. Доценко Н.В.; за заг. ред. Тімофєєва В.О., Чумаченко І.В. (2018). *Методологічні основи управління людськими ресурсами при гнучкому управлінні в мультипроєктному середовищі. Математичні моделі та новітні технології управління економічними та технічними системами.* Харків: ФОП Панов А. М., 243–251.

ТЕХНОЛОГІЧНИЙ ПРОГРЕС ЯК ФАКТОР ІННОВАЦІЙ В РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ

В.С. Морохович, *Ужгородський торговельно-економічний інститут КНТЕУ, декан факультету ресторанно-готельного та туристичного бізнесу, к.ф.-м.н., доцент*

С.Ю. Талапа, *Ужгородський торговельно-економічний інститут КНТЕУ, старший викладач кафедри технології і організації ресторанного господарства*

Б.В. Морохович, *Ужгородський національний університет студент 1-го курсу, спеціальність «Менеджмент»*

Сучасна практика ведення ресторанного бізнесу засвідчує, що підприємства з метою зміцнення своїх конкурентних позицій та підвищення ефективності виробничо-торговельної діяльності мають вдаватися до інноваційних змін. Закладам ресторанного господарства для утримання постійних споживачів і залучення нових уже недостатньо стильного інтер'єру та якісної, смачної їжі. У зв'язку з цим виникає потреба в інноваціях – різноманітних нововведеннях, завдяки яким клієнти прагнуть відвідати саме даний заклад ресторанного бізнесу.

З кожним роком інновації в ресторанній галузі досить швидко розвиваються. Те, що раніше позиціонувалась як «фішка» закладу – бронювання столика, безкоштовний Wi-Fi або онлайн-замовлення з доставкою додому, – тепер стало обов'язковим елементом підприємства. На сьогодні у ресторанах наявні нові технотренди: роботи на кухні, екрани самообслуговування тощо.

У табл. 4.1 представлено основні типи інновацій в ресторанному бізнесі та їх характеристика.

Таким чином, щоб утримувати конкуренцію з поміж інших підприємств ресторанного бізнесу, їхнім власникам потрібно розробляти і впроваджувати в реалізацію сучасні інноваційні технології, які б покращували відвідування споживачами їхнього закладу. Використання інноваційних технологій у ресторанному господарстві дозволить значно ефективніше організувати роботу працівників ресторану, отримати додатковий прибуток та значні переваги у конкурентній боротьбі.

Таблиця 4.1

Інновації у сфері ресторанного бізнесу

Тип інновації	Характеристика
1	2
Науково-технічні	<p>У сучасній сфері послуг пов'язано з впровадженням комп'ютерної техніки, поширенням інформаційно-технологічних нововведень, що полегшують роботу з клієнтами і сприяють удосконаленню всього процесу сервісного виробництва. Найбільш популярні автоматизовані системи управління рестораном в Україні: Fidelio F&B, Micros, R-Keeper, SERVIO, IC-Parus: Ресторан+Бар+Кафе, Парус-Ресторан.</p> <p>Роботизація є одним з найефективніших методів вирішення проблеми персоналу в майбутньому. Мова йде не про заміну людей, а скоріше про оптимізацію найзрозуміліших ділянок роботи співробітників. Прикладами роботів на кухні є роботизовані руки, що смажать бургери (Miso Robotics), або автомати, які готують салати. Такі технології дозволяють досягти однакової якості продукту в мережевих закладах.</p>
Виробничо-технологічні	<p>Інновації виробничо-технологічного характеру пов'язані з впровадженням обладнання, яке безпосередньо використовується при приготуванні страв, та розробка власних рецептур з особливими техніками приготування. Наприклад, у кулінарії напряму ф'южн гармонійно поєднуються смаки, стилі й традиції всього світу. Головні засоби молекулярної кулінарії: застосування рідкого азоту для обробки продуктів, желювання, сферифікація (створення рідких сфер), емульсифікація (змішування нерозчинних речовин), вакуумна дистиляція, карбонізація або збагачення вуглекислотою тощо.</p>
Торгово-технологічні	<p>Спрямовані на оптимізацію процесу замовлення страв та проведення дозвілля в очікуванні замовлення. Прикладом є електронне меню (e-Menu) – це інтерактивне меню, що дозволяє зробити замовлення страв за допомогою сенсорних екранів, які розміщують безпосередньо</p>

Продовження таблиці 4.1

1	2
	на столі відвідувача, барній стійці або планшеті. Споживач, не чекаючи офіціанта, може зробити замовлення, самостійно та швидко отримати додаткову інформацію про кулінарну продукцію закладу: склад інгредієнтів, енергетичну цінність, спосіб приготування тощо. Також використання QR-коду є проривним кроком у взаємодії ресторану зі своїми клієнтами. За допомогою QR-коду можна проводити опитування клієнтів для отримання їх відгуків, повідомляти про систему знижок, розміщувати інформацію про заклад.
Організаційно-технологічні	Організація і проведення кулінарних шоу і кулінарних квестів у ресторанах. Кулінарні шоу є різновидом проекту відкритої кухні, реалізація якого дозволяє наочно демонструвати приготування страв, що збільшує довіру гостей до підприємства харчування, підтверджує якість інгредієнтів. Кулінарний квест – це гра, яка складається з інтелектуальних завдань кулінарної тематики, який організовується на підприємствах громадського харчування або на відкритому просторі під час гастрономічного фестивалю, відвідування виробництв з виготовлення різних видів їжі та напоїв.

Джерело: сформовано на основі [1-3]

Список використаних джерел:

1. Завадинська О. Інноваційні технології господарювання в ресторанному бізнесі / О. Завадинська // Ресторанний і готельний консалтинг. Інновації. – 2018. – №2. – С.93-102.
2. П'ятницька Г.Т. Інноваційні ресторани технології: основи теорії: навч. посібник / Г.Т. П'ятницька, Н.О. П'ятницька. – К.: Кондор, 2013. – 248 с.
3. Томаля Т.С. Інновації в закладах ресторанного господарства / Т.С. Томаля // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2016. – №5, Том 1. – С.185-188.

МЕТОД РОЗРАХУНКУ ЦІННОСТІ ЗВ'ЯЗКУ МІЖ СТЕЙКХОЛДЕРАМИ В ІННОВАЦІЙНОМУ ПРОЕКТІ

А.І. Трифонова, *Національний аерокосмічний університет імені
М.Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут»*,
аспірант кафедри менеджменту

Н.В. Доценко, *Національний аерокосмічний університет імені
М.Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут»*,
доцент кафедри менеджменту, к.т.н., доцент – науковий керівник

Показник збалансованості відіграє важливе значення для інноваційного проекту, тому що дозволяє оцінити відповідність внеску та стимулу при взаємодії стейкхолдерів. Може спостерігатися перекис ресурсних потоків, якщо значення стимулу та внеску суттєво відрізняються. В такому випадку зацікавлені сторони будуть брати участь в проекті на різних підставах та неоднаково комфортних умовах. Така ситуація може погіршити стійкість системи взаємодії зацікавлених сторін в масштабах всього проекту і привести до його провалу. Розрахунок показника збалансованості на ранніх етапах планування проекту дозволить управляти системою взаємодії між стейкхолдерами і запобігти її дисбалансу [1].

Важливе значення відіграють показники цінності стимулу V^K та внеску V^A , які визначають важливість розглянутого зв'язку на збалансованість взаємодії стейкхолдерів і представляють собою:

$$V^K = \max \{V_C^K, V_t^K, V_u^K\}, \quad (4.6)$$

$$V^A = \max \{V_C^A, V_t^A, V_u^A\}, \quad (4.7)$$

де: V_C – показник цінності, який визначається величиною грошового еквіваленту стимулу та внеску, V_t – показник цінності, який визначається обсягом залучення стейкхолдера на етапі проекту, V_u – показник цінності, який визначається унікальністю стейкхолдера.

$$V_t = \frac{m_a}{m}, \quad (4.8)$$

де: m – загальна кількість зв'язків на етапі, m_a – кількість зв'язків, у яких залучений розглядаємий стейкхолдер.

$$V_u = \frac{1}{N}, \quad (4.9)$$

де: N – кількість можливих стейкхолдерів, які потенційно можуть виконувати аналогічні ролі. Зрозуміло, що чим більша кількість таких можливих стейкхолдерів, тим менша їх цінність для проекту, так як у разі втрати зв'язку, стейкхолдер може бути замінений на аналогічний без шкоди для проекту. В той же час, якщо стейкхолдер унікальний і не може бути замінений іншим, цінність його для проекту дуже висока.

Для розрахунку значення V_C використаємо одновірне неперервне рівномірне розподілення.

Одновірний неперервний рівномірний розподіл в теорії ймовірностей – це розподіл випадкової величини, що приймає значення, яке належить деякому проміжку кінцевої довжини та характеризується тим, що щільність ймовірності на цьому проміжку майже всюди постійна [2].

Щільність розподілу нормована і позитивна при будь-якому « x »:

$$\int_{-\infty}^{+\infty} f(x)dx = 1. \quad (4.10)$$

Випадкова величина має неперервний рівномірний розподіл на відрізку $[a, b]$, де $a, b \in \mathbb{R}$, якщо її щільність $f_X(x)$ має вигляд:

$$f_x(x) = \begin{cases} \frac{1}{b-a}, & x \in [a, b] \\ 0, & x \notin [a, b] \end{cases}. \quad (4.11)$$

Інтегруючи описану вище щільність, отримуємо:

$$F_x(x) \equiv P(X \leq x) = \begin{cases} 0, & x < a \\ \frac{x-a}{b-a}, & a \leq x < b \\ 1, & x \geq b \end{cases} \quad (4.12)$$

Інтерпретацією одномірного неперервного рівномірного розподілу є лінійна одноінтервальна шкала (рисунок 1) – це шкала оцінки цінності показника, яка дає його первинним значенням оцінки в інтервалі (0, 1) [3].

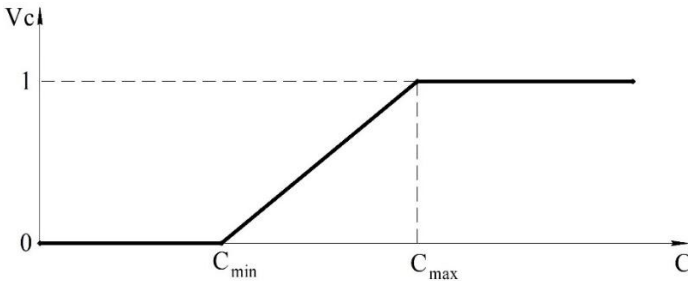


Рис. 4.1. Лінійна одноінтервальна шкала

Для зростаючих по корисності показників використовується формула:

$$V_C = \frac{C - C_{\min}}{C_{\max} - C_{\min}}, \quad (4.13)$$

$$0 \leq V_C \leq 1, V_C = 1 \text{ при } C \geq C_{\max}, V_C = 0 \text{ при } C \leq C_{\min},$$

де: V_C – показник цінності зв'язку; C – значення показника; C_{\min} – мінімальне значення зростаючого по корисності показника; C_{\max} – краще значення зростаючого по корисності показника.

В результаті $V_C(C)$ переводить шкали показників C в стандартизовану шкалу $0 \leq V_C \leq 1$, де чим більше значення V_C , тим краще. Таким чином, запропонований метод розрахунку цінності зв'язку дозволяє порівнювати часткові показники, наприклад грошовий еквівалент зв'язку, та використовувати їх для розрахунку збалансованості інноваційного проекту.

Список використаних джерел:

1. Трифонова, А.И. Розрахунок ключових показників моделі ASC для визначення взаємодії стейкхолдерів в інноваційному проекті [Текст] / А.И. Трифонова, Н.В. Доценко // Комунальне господарство міст. – 2019. – Т.3 (149). – С. 91 – 98
2. Теорія ймовірностей і математична статистика: навчальний посібник [Текст] / В. М. Астахов, Г. С. Буланов, В. О. Паламарчук. – Краматорськ : ДДМА, 2009. – 64 с.
3. Мицкевич, А. Управленческие шкалы [Текст] / А. Мицкевич // Управляем предприятием. – 2018. – №4. – С. 3-7.

SUBSTANTIATION OF APPLICATION OF THE PROCESS APPROACH FOR INCREASING THE ENTERPRISE'S ECONOMIC SECURITY LEVEL

L.O. Filipkovska, *National Aerospace University named after M.Y. Zhukovsky "Kharkiv Aviation Institute", Associate Professor at the Department of Economics and Marketing, Candidate of Science (Technical), Associate Professor*

Successful functioning of an enterprise is carried out in the presence of certain external and internal factors, as well as conditions that provide favorable opportunities for an enterprise to achieve its goals.

The status of an enterprise, characterized by its ability to most effectively use available resources to ensure stable economic and business activity, as well as planned development, is commonly called the economic security of an enterprise [1; 2].

Significant contribution to the methodology of economic security of an enterprise was made by economists O. V. Arefjeva, V. L. Bezbozhniy, M. V. Kurkin, E.A. Oleynikov, V. A. Zabrodskiy, Z. B. Zhivko, S. M. Ilyashenko, T. S. Klebanova, G. V. Kozachenko, O. M. Lyashenko, V. P. Ponomaryov, S. F. Pokropivny, V. L. Tambovtsev, L. G. Shemajeva and many others.

Research of practical approaches to strengthening of economic security requires revision.

The purpose of the work is to substantiate the use of the process approach to increase the level of economic security of an enterprise.

To increase the efficiency of the enterprise's management system

and its level of economic security, scientifically-based approaches are used to build the management system of an economic entity, namely: ERP, TQM, PIQS, BPMS, the standards ISO and others. They are based on the application of a process approach to the management of the enterprise.

There is another reason for applying the process approach to management. The entrepreneurship is a type of economic activity of a modern enterprise. The object of modeling of an entrepreneurship is considered to be a «business process» [3]. Currently, such modeling is one of the tools to improve the economic security of the entrepreneurship structure of an enterprise or its business. Therefore, the process approach to the business management system is one of the tools to ensure the financial component of the economic security of a business entity.

Increasing the level of economic security of the enterprise will maximize profits, reduce costs associated with the manufacture and sale of finished products, improve the quality of these products, the optimal use of fixed and working capital, etc.

The application of the process approach requires the implementation of such organizational measures:

- interaction between the processes and units of the enterprise;
- planning goals and objectives of the units;
- compliance with the responsibility and authority of participants in all processes of the enterprise;
- reporting to the management staff;
- ensuring the effectiveness and efficiency of the enterprise and its processes;
- analysis of the results of activity and management decisions making to eliminate deviations and achieve planned targets.

Thus, the introduction of a process approach to enterprise management contributes to enhancing the effectiveness of managers, improving the position of an economic entity in the market, increasing resistance to internal and external threats, and thereby increasing the level of economic security.

References:

1. Filipkovska L. O., Matvienko O. O., “Traktuvannya kategorii ekonomichnoi bezpeki aviatransportnogo pidpriemstva”, *Ekonomichnij analiz: zbirnik naukovikh prats, Ternopil*, T. 16, № 2, (2014), pp. 180–186.

2. Lozovoy V. I., Romanova T. V., “Teoreticheskiye osnovy obespecheniya ekonomicheskoy bezopasnosti predpriyatiya”, *Aktualnyye problemy gumanitarnykh i estestvennykh nauk*, № 6, (2019), pp. 75–79.
3. Repin V. V., Eliferov V. G., *Protsessnyy podkhod k upravleniyu. Modelirovaniye biznes-protsessov*, Moskva, Mann. Ivanov i Ferber, (2013), 544 p.

МЕТОДИКА ВИБОРУ ІНСТРУМЕНТІВ ФІНАНСОВОГО СТИМУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ БУДІВЕЛЬНОЇ ГАЛУЗІ ПОЛЬЩІ

Б.О. Чернявський, *Вища школа страхування та фінансів
(м. Софія, Болгарія), аспірант*

Р.Г. Вазов, *Вища школа страхування та фінансів
(м. Софія, Болгарія), проректор, доктор наук, доцент*

Одним із значущих завдань конкурентоспроможного розвитку будівельного сектору економіки Польщі є його фінансова підтримка держави на регіональному рівні [1].

В силу масштабності і значної витратності будівельного бізнесу фінансове стимулювання активізації будівельних процесів в депресивних польських регіонах набуває стратегічного економічного значення. Ми пропонуємо до впровадження організаційно-управлінську модель вибору фінансових інструментів стимулювання розвитку будівельної галузі.

Концептуальний підхід пропонованої моделі полягає в доцільності використання комплексної двовекторної регіональної оцінки транспортно-логістичного потенціалу (як об'єкта забезпечення ефективного розвитку будівельної галузі) та фінансово-інвестиційного потенціалу території (як джерела внутрішніх фінансових ресурсів розвитку будівельного бізнесу).

Основою моделі є матрична методика селекції інструментів фінансового стимулювання на регіональному рівні, запропонована науковим колективом авторів (керівник: доктор економічних наук Анікіна І.Д., А також Чекалкіна А. а., Гукова А. В.) [2]. Дана методика була ними апробована з метою побудови регіональної стратегії розвитку, зокрема для активізації інноваційної діяльності

та вибору певних груп інструментів фінансової підтримки цього процесу. Однак, вивчення можливостей даної методики надихнуло нас дослідити можливість її застосування для вирішення задач селективного вибору інструментів фінансового стимулювання розвитку будівельної галузі. Запропонована методика на основі компаративної оцінки транспортно-логістичного та фінансового-інвестиційного потенціалу спрямована на обґрунтований вибір конкретних інструментів фінансової підтримки, а також підвищення рівня віддачі від їх впровадження в регіонах Польщі.

Залежно від сегментування воєводств у розрізі співвідношення фінансово-інвестиційного та транспортно-логістичного потенціалів пропонуємо розподіляти регіони по восьми секторах (рис. 4.2).

7 A!, C	5 A!, C!	<i>Транспортно-логістичний потенціал</i>	3 C!, A	1 C!
8 A!, B!, C!	6 A!, B!, C!		4 A!, B!, C!	2 B!, C
<i>Фінансово-інвестиційний потенціал</i>			<i>Фінансово-інвестиційний потенціал</i>	

Рис. 4.2. Матриця пріоритетного вибору інструментів фінансового стимулювання розвитку будівельного бізнесу

1-й сектор матриці характеризується високим рівнем розвитку транспортно-логістичного потенціалу і має високе значення фінансово-інвестиційного потенціалу. 2-й сектор матриці охоплює регіони Польщі, які характеризуються високим рівнем фінансово-інвестиційного потенціалу та середнім рівнем значення транспортно-логістичного потенціалу. 3-й сектор матриці охоплює ті польські воєводства, для яких характерна розвинена транспортно-логістична система, але, разом з цим, слабкий фінансово-інвестиційний потенціал. 4-й сектор матриці охоплює підприємства, для яких характерно нижчі за середні показники як транспортно-логістичного, так і фінансово-інвестиційного потенціалу. У 5-й сектор матриці входять регіони з негативним значенням інтегрального показника фінансово-інвестиційного капіталу. У 6-му секторі матриці знаходяться регіони, які називаються депресивними. Для таких воєводств характерний нижче середнього показник транспортно-логістичного потенціалу

та від'ємне значення показника фінансово-інвестиційного потенціалу. 7-й сектор матриці охоплює ті воєводства, у яких розвиток транспортно-логістичної системи вище середнього рівня по країні, разом з цим, зафіксовано нижче середнього негативного показника фінансово-інвестиційного потенціалу у вибірці досліджуваних регіонів. У 8-й сектор матриці входять території, які є найбільш несприятливими для розвитку будівництва. Вони потребують докорінної трансформації та реалізації радикальних перетворень. У даних регіонах селекція використовуваних інструментів фінансової підтримки буде носити полінаправлений характер впливу [3].

Фінансові інструменти, які рекомендується застосовувати для стимулювання ділової активності в будівельному секторі згруповані в залежності від характеру їх впливу на будівельний бізнес. Загальна сукупність всіх інструментів була розділена на групу а (інструменти прямого фінансового стимулювання), групу в (Інструменти прямого і непрямого фінансового стимулювання), групу С (інструменти непрямої фінансової підтримки). Знак оклику після позначення групи інструментів означає найвищу пріоритетність впровадження.

Практичне значення пропонованої моделі орієнтоване на можливості її використання в розробці та реалізації фінансово-економічної стратегії розвитку регіонів, а також будівельного сектора економіки в цілому.

Список використаних джерел:

1. Cherniavskiy B. Trends and dependence of transport systems development from using modern technologies in the world / International student scientific – practical conference „Economics. Business. Management – 2018“, 2018. – P. 385-388.
2. Аникина И.Д., Гукова А.В., Чекалкина А.А. Стимулирование инновационной деятельности предприятий региона: выбор финансовых инструментов URL: <http://science-education.ru/ru/article/view?id=20108>
3. Чернявський Б.О., Чернявська Т.А. Вплив прогресивних світових технологій на розвиток підприємств транспортного сектору економіки [Електронний ресурс] // Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Сучасна соціально-економічна система: парадигма, завдання і тенденції» Режим доступу: <http://nati.org.ua/content/rezultati-konferencij>

УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМ ПОТЕНЦІАЛОМ СУБ'ЄКТІВ СФЕРИ ТОРГІВЛІ ТА ПОСЛУГ

ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ТОРГОВЕЛЬНИХ МЕРЕЖ

Н.В. Василюха, *Ужгородський торговельно-економічний інститут КНТЕУ, доц., к.е.н., доц. кафедри товарознавства та комерційної діяльності*

Корпоративне підприємництво на сучасному етапі соціально-економічного розвитку України є найбільш поширеною організаційною формою ведення бізнесу. Завдяки її перевагам, порівняно з іншими організаційними формами ведення бізнесу, процес активного створення торговельних мереж у роздрібній та оптовій торгівлі буде продовжуватися [1].

Розвиток торговельних мереж є необхідним і перспективним видом бізнесу, тому і не можливий без впровадження інноваційних технологій. Інноваційні технології – це радикально нові чи вдосконалені технології, які істотно поліпшують умови виробництва або самі виступають товаром.

У торговельну галузь України активно вступають передові технології торгівлі та маркетингу, різноманітні інформаційні, технічні та технологічні інноваційні проекти розвитку, які докорінним чином змінюють традиційне уявлення про торговельний бізнес [2].

Нині, щоб завоювати та утримати прихильність споживачів торговельні мережі впроваджують сучасні цифрові технології для того, щоб йти в ногу з часом і таким чином досягати суттєвих успіхів у глобальній конкуренції. Для сьогоденного споживача важливою умовою є швидкість, якість та інтерактивність здійснення покупок.

Тому віртуальна реальність, інтерактивна взаємодія, покупка в один клік, доставка товару покупцеві, де б він не знаходився, та інші інновації закладені в діяльність торговельних мереж, що дають змогу забезпечити економічну ефективність.

Згідно з дослідженнями, стимулювати купівельну активність можна, роблячи нетрадиційні кроки в дизайні та організації купівельних потоків у торговому залі, а також незвичайними способами представляючи викладки товарів.

Все нове стимулює інтерес і змушує покупців інакше поглянути навіть на звичні товари. Так, наприклад, деякі західні мережі стали використовувати кругове або овальне планування торгового залу, де відсутні кути, замість традиційних лінійних та боксових. Це дозволяє покупцям розслабитись і менше відстежувати час проведений в магазині [3].

Актуальними інноваційними трендами торговельних мереж є:

- SmartCart – розумні покупки стають можливими з винаходом технології SmartCart. Всього лиш один розумний візок відкриває для покупців такі можливості як навігація, перегляд рецептів та список необхідних складників для обраної страви, а також повну інформацію про продукт.

IoT – Internet of Things може не лише перетворити ваш дім на розумний, а також допомагати вам робити покупки. До прикладу, Amazon ще декілька років тому почав продавати розумний девайс під назвою Dash Buttons, який контролює кількість ваших продуктів в холодильнику. Якщо у вас закінчується молоко чи інші продукти, то пристрій сам сформує онлайн замовлення. Ви можете його доповнити зі свого смартфона та підтвердити. Декілька кліків і необхідні продукти будуть доставлені Вам прямісінько під двері. Чимало магазинів вже стали партнерами схожих розумних девайсів, адже бачать в цьому винаході майбутнє роздрібно́ї торгівлі.

- Роботи – ці розумні помічники допомагають власникам рітейл бізнесу ще на етапі сортування товару на складах [4].

Таким чином, сучасні інноваційні технології потрібні, щоб підвищувати результативність та ефективність торговельних мереж. Це дає можливість отримувати сучасний доступний сервіс обслуговування, збільшувати кількість споживачів.

Список використаних джерел:

1. Голошубова Н.О. Підприємницькі мережі в торгівлі / Н.О. Голошубова, О. О. Кавун, В.М. Торопко/за заг.ред. Н.О. Голошубової. – К.:Київ. нац. торг.- екон. ун-т, 2014. – 344 с.
2. Lihonenko, L.I. (2011 Innovative vector trade in Ukraine”, TOVARY I RYNKY , vol. 1.
3. Інноваційні технології маркетингу. – Режим доступу: pidruchniki.com.
4. Інноваційні тренди роздрібно́ї торгівлі у 2019 році – ІТ рейтинг UA . – Режим доступу: it-rating.in.ua.

ВИКОРИСТАННЯ ТОРГОВО-ТЕХНОЛОГІЧНИХ ІННОВАЦІЙ В ТОРГОВЕЛЬНИХ МЕРЕЖАХ

*С.І. Данило, Ужгородський торговельно-економічний
інститут Київського національного торговельно-
економічного університету, доцент кафедри товарознавства
та комерційної діяльності, к. е. н.*

Сьогодні інновації є двигуном економічного розвитку, і, як наслідок, підвищення якості товарів й забезпечення конкурентоспроможності торговельних підприємств.

Основні тенденції інформатизації українського сектора роздрібної торгівлі пов'язані, головним чином, із забезпеченням потреб бізнесу. Зі зростанням бізнесу торговельні компанії приділяють дедалі більшу увагу питанням оптимізації управління скороченням витрат і відповідно збільшують інвестиції в IT-інфраструктуру, оскільки саме інформаційні технології є одним з основних факторів, що забезпечують ефективний розвиток сучасної торгівлі. [1]

Основне завдання нововведень в торгівлі - забезпечити високу якість процесів купівлі-продажу і руху товару, торговельного обслуговування та торговельної діяльності в цілому. Дуже важливо впровадження технологій, що дозволяють більш ефективно використовувати будівлі, торгові площі, торговельне обладнання, технічні засоби, програмні продукти. [3]

За рахунок інноваційних процесів в роздрібних торговельних мережах можна виділити такі інноваційні технології які впроваджуються задля покращення купівельної спроможності споживачів.

1. Електронні цінники ESL (Electronic Shelf Labels). Електронні цінники сьогодні тільки починають поширюватися в магазинах самообслуговування. Замість того, щоб персоналу майже кожен день роздруковувати і переставляти паперові цінники, вітрини оснащуються електронними пристроями, де інформацію про товари та їх вартості можна міняти натисненням однієї кнопки. При зміні вартості продукції співробітник магазину вносить зміну до бази даних закупівельних цін. Ціна продажу автоматично формується в тому ж програмному забезпеченні. Працює ESL за допомогою мобільного додатку. [3]

Система електронних цінників ESL - світовий тренд в

управлінні викладкою товарів і цінами. Електронні цінники пов'язані з обліковою системою магазину і дозволяють миттєво переоцінювати всі товари в магазині, проводити акції буквально по годинах і хвилинах, привертати увагу покупців і т.д. [4]

2. Технологія радіочастотної ідентифікації (RFID - англ. Radio Frequency Identification). Ритейлери повсюдно впроваджують різні технології збору даних, включаючи технологію радіочастотної ідентифікації (RFID), що дозволяє одержувати миттєвий знімок товару в будь-який момент часу. Новітня й більш проблематична роздрібна тенденція передбачає використання систем, які дозволяють відтворювати динамічне зображення того, що відбувається зараз у магазині: як пересуваються в ньому покупці, як реагують на розташування товарів на полицях тощо. [2]

3. Термінали самообслуговування. Все більшу популярність завойовують платіжні термінали, через які можна оплачувати рахунки за житлово-комунальні послуги, інтернет і мобільний зв'язок, поповнювати баланс аккаунту в різних сервісах і ще багато чого, при цьому, не простоюючи довгих черг у банках, поштових відділеннях. Платіжний термінал займає невелику площу, потребує підключення до електромережі та має безпроводний GPRS-модем, який підключений до мережі Інтернет, що дозволяє клієнтам проводити платежі моментально. Зареєстровані в платіжній системі клієнти, які здійснюють регулярні платежі, можуть активувати послугу SMS-оповіщення, що дозволить завжди бути в курсі термінів оплати і поточних заборгованостей.

У торгівлі все більше завойовують популярності такі інновації як: автоматичний роботизований склад, надолонні каси, технології NFC (що можна розшифрувати як бездротовий зв'язок на коротких відстанях для здійснення безконтактних платежів), концепція SoLoMo (поєднання соціальної мережі, геолокації і мобільних платформ). Дані технології міцно увійшли в сучасне життя і тільки зміцнюють свої позиції, так що власникам роздрібних торговельних мереж стає складно ігнорувати цю тенденцію.[3]

В сучасних ринкових умовах споживач є одним із найбільш перспективних джерел інноваційних ідей. Відповідно інновації, ініційовані споживачами (споживчі інновації) потрібно розглядати як один з інструментів управління інноваційними процесами в торгових підприємствах.

Таким чином, в еру інформаційного суспільства й мережевої

економіки конкурентоспроможними можуть бути тільки ті компанії, які здатні адаптувати свою діяльність до нових умов постійно мінливого ринку й спрямувати їх на розвиток методів ефективного співробітництва зі споживачами. Поява смартфонів, торговельних додатків, просування товарів через соціальні мережі дало потужний поштовх розвитку e-commerce, однак найбільш важливим фактором стала можливість для споживача порівнювати ціни й вибирати найбільш низьку. [2]

Сьогодні, сучасний світ неможливо собі уявити без онлайн-магазинів, усіляких мобільних додатків і гаджетів, які допомагають здійснювати покупки споживачам.

Отже, впровадження інновацій дозволяє значно пришвидшити розвиток торговельних мереж, адже товари та послуги, які наділені ознаками інноваційності, більш конкурентоспроможні та мають вищий попит і забезпечують більші обсяги доходу їх підприємствам.

Список використаних джерел:

1. Федулова Л. Інноваційність розвитку сфери торгівлі / Л. Федулова// Вісник КНТЕУ. - 2016. - № 3.- С. 17–33.
2. Інноваційний розвиток підприємств сфери торгівлі: світові тенденції та практика в Україні : монографія / [С. А. Давимука, Л. І. Федулова, Н. М. Попадинець та ін.] ; за заг. ред. С. А. Давимуки ; ДУ “Інститут регіональних досліджень імені М.І. Долишнього НАН України”. – Львів, 2016. – 432 с.
3. Єрмак С. О. Торгово-технологічні інновації в торгівлі на сучасному етапі розвитку України / С. О. Єрмак // Ефективна економіка. – 2014.-№11.
4. Електронні цінники. [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <https://systemgroup.com.ua/uk/equipment/elektronni-cinniki>

УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЯМИ НА РИНКУ МОРОЗИВА

О.А. Дроб'яз, *Національний аерокосмічний університет імені М. Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут», студентка 4-го курсу, спеціальність «Маркетинг»*

А.В. Артёмова, *Національний аерокосмічний університет імені М. Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут», доцент кафедри економіки та маркетингу, к. т. н., доцент – науковий керівник*

Морозиво – це улюблене лакомство дітей та дорослих. Морозиво вважається одним із засобів підняття настрою або ж освіжитися влітку та спеку.

Український ринок морозива переповнений, на ринку є багато ТМ які заслужили довіру своїх потенційних покупців, тому потрібно змінювати структуру, склад, зовнішній вигляд, впроваджувати інноваційний підхід до розробки морозива, щоб цей продукт був не тільки смачним, але і корисним та цікавим.

Інновації в галузі виробництва морозива можна розділити на технологію виготовлення та інновації в складі і фасування морозива.

Тому приклад є білорусько-німецьке харчове підприємство ТОВ «Санта Бремор». При виробництві морозива компанія зробила ставку на інноваціях – морозиво з фруктовим ягідним наповнювачем у вигляді стрижня в вафельному стаканчику, плюс упаковка для нього типу флоу-пак. Цех морозива облаштований сім'ю сучасними виробничими лініями, що дозволяють виробляти до 60 тонн морозива на добу. [1]

Також ще одним яскравим прикладом інноваційного підходу до складу морозива стала американська компанія Halo Top.

Історія почалася з того, що два колишні юриста Джастін Вулвертон і Дуглас Бутон створили новий бренд морозива, який завоював полиці магазинів та перетворив Halo Top в бізнес вартістю \$ 100 млн., але на шляху до успіху вони напартачили с рецептами, розробили концепцію, яка вже була зайнята [2].

Девіз для своєї компанії вони створили дещо дивний «Halo Top – морозиво для тих, хто ненавидить життя», та відобразили його в своєму роликів центрі якого – образ клієнта, який не їсть нічого, крім морозива: розгублена жінка похилого віку заходить в футуристичну білу кімнату і з жахом дізнається, що всі, кого вона

знала, мертві і тепер її єдиний компаньйон на все життя – робот, що подає морозиво. «Комусь це здалося огидним, хтось був у захваті», говорить Вулвертон.

Зараз в пріоритеті здоровий спосіб життя. Люди стежать за своєю вагою і не хочуть набирати зайві кілограми, сидять на дієтах, худнуть. Особливо стежать за своєю фігурою жінки.

У морозива є одна перевага, яке до сих пір погано використовується. Воно може бути корисним для здоров'я за рахунок введення в його склад йоду, цинку, кальцію, селену, амінокислот, різних мікроелементів і вітамінів для живлення мозку, нервової системи, збільшення працездатності організму. Перші кроки в цьому напрямку зроблені, але до масового виробництва функціонального морозива вони поки не привели.

На сьогоднішній день для українського ринку морозива є такі інноваційні рішення: мультизлакове морозиво з натуральними добавками та висівками; морозиво, до складу якого входить йод, цинк, кальцій, амінокислоти, різних мікроелементи та вітаміни; еко біо морозиво; фруктове морозиво на полиці.

Головним фактором успіху українського морозива в інноваційному рішенні є його зовнішній вигляд. Підприємствам необхідне нове високопродуктивне обладнання, що дозволить виготовляти популярне мало порційних морозиво у вигляді трюфелів, кульок, таблеток, шайб, корон, звірів, птахів, риб з тонкими ароматами тропічних і місцевих фруктів, ягід і овочів, що дозволить зробити свій товар не тільки конкурентоспроможний на вітчизняному ринку, а й вивести на закордонні.

Список використаних джерел:

1. Продукт: Файловий архів студентів : [Електронний ресурс] – Режим доступу до журн. : <https://produkt.by/story/povorot-na-rynke-morozhenogo-kak-segodnya-sozdayut-nastoyashchiy-plombir>
2. Власна справа: Файловий архів студентів : [Електронний ресурс] – Режим доступу до журн. : <http://eda.vlasnasprava.ua/raznoe/istorii-uspeha/halo-top-kak-nizkokalorijnoe-amerikanskoe-morozhenoe-stalo-biznesom-za-100-mln>

ІННОВАЦІЙНІ СТРАТЕГІЇ УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНОЮ АКТИВНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ

Н.Б. Кашена, *Харківський державний університет харчування та торгівлі, професор кафедри фінансів та обліку, канд. екон. наук, доц.*

За насиченості ринку та ринкової турбулентності, що посилюється і прогресує в міру розвитку глобалізаційних процесів, запорукою стабілізації ефективності та зростання конкурентоспроможності підприємств ритейлу є активізація їх економічної діяльності на засадах інноваційності та клієнт орієнтованості. В цьому контексті пріоритетності набуває спрямований пошук адекватних сучасним викликам новітніх інструментів бізнес-управління, орієнтованих на задоволення ціннісних очікувань споживачів, підвищення економічної активності та інноваційний розвиток підприємств торгівлі. Відтак актуальним є формування інноваційних стратегій управління економічною активністю підприємств торгівлі.

Проблема формування інноваційних стратегій розглянута у багатьох працях. Однак питання системного підходу до формування інноваційних стратегій управління економічною активністю підприємств торгівлі остаточного теоретичного та практичного вирішення через різноплановість інновацій та зростаючі потреби споживачів.

Наразі найбільшого поширення в практиці сучасних підприємств ритейлу набули такі інноваційні технології як:

– вендинг (або торгівля через автомати) (наприклад, автомати з продажу кави, газованих напоїв, снєків, води тощо);

– зміна формату магазину (гіпермаркет «нового покоління», об'єднання дискаунтера та «магазину біля дому», віртуальний магазин, тематичні формати стилю (анімаційні, морські, еко-тощо));

– новітні формати цільової аудиторії (зокрема, еліт-сегменту (елітний гастрономічний магазин, елітні винні магазини) та екологічної торгівлі (еко-крамниці), супермаркети для представників середнього класу, м'який дискаунтер або соціальний магазин для малозабезпечених верств населення);

– спеціальні пропозиції («акційні товари на обмежений період часу», «купуй та обмінуй», сервіс «здійснення спільних покупок»);

- удосконалення використання торговельного обладнання (комбінація звичайних полиць з висувними);
- запровадження власних торгових марок з орієнтацією на різних споживачів.
- ритейл на автозаправних станціях;
- мобільна комерція;
- екологізація торгівлі тощо.

Їх різноманіття спонукає менеджмент підприємств торгівлі розробляти відповідні інноваційні стратегії розвитку. Згідно з проведеними дослідженнями, підприємства торгівлі за ознакою ситуації на ринку та рівня розвитку інноваційного потенціалу переважно вдаються до вибору однієї з трьох інноваційних стратегій:

1) традиційної, що передбачає підвищення якості наявних товарів чи послуг на наявній технологічній базі (наприклад, експериментальні візки з планшетами iPad в ролі медіа носіїв, що вперше з'явилися у мережі супермаркетів Sainsbury's у Лондоні) [1];

2) опортуністичної, в основу якої покладено орієнтацію на лідера ринку (наприклад, пропозиція придбати товари відділу «Кулінарія» зі знижкою 50% після 20-ї години вечора, що запроваджена у мережі магазинів Novus та імітована мережею гіпермаркетів «Країна-Край» у 2014 році) [2];

3) наступальної, що пов'язана з високим рівнем інноваційного процесу, захопленням провідних позицій на ринку (наприклад, поява у 2013 році в мережі супермаркетів Tesco страв в упаковці нового покоління, а саме – вакуумного пакету зі свистком, розробленою британською компанією MacVic., що дозволяє готувати страви в мікрохвильовій печі, не хвилюючись про те, що вони будуть пересушені або занадто сильно розігріті) [1].

Яскравий приклад реалізації такої стратегії на вітчизняному ринку представляє проект «METRO Шафа» (концептуальні магазини одягу), впроваджений в ТОВ «METRO cash & carry Україна». Його унікальність в Україні полягає у тому, що фахівцям надається право самостійно приймати рішення щодо того, як модернізувати відділи всередині торгового центру [3].

Вибір виду інноваційної стратегії активізації економічної діяльності торговельного підприємства залежить від цілей, ресурсів, зовнішнього і внутрішнього бізнес-середовища тощо. Безпосередньо формування інноваційної стратегії – це системний

процес, що базується на відповідній методології та передбачає оцінювання умов, у яких працює підприємство, визначення його місії, стратегічних інноваційних цілей та завдань активізації економічної діяльності, виявлення основних напрямів та превентивних інноваційних заходів за максимального використання усіх можливих ресурсів. Драйвером у процесі реалізації та втілення обраної стратегії є процес управління економічною активністю.

Отже, наявність стратегії управління економічною активністю, яка б відповідала умовам інноваційного розвитку, є запорукою підвищення конкурентоспроможності, ефективності функціонування та економічного зростання підприємств торгівлі в конкурентному середовищі. Обґрунтування основних методологічних положень формування подібної стратегії є напрямом подальших наукових пошуків.

Список використаних джерел:

1. Окунева О.В. Моделі сучасного розвитку вітчизняних торговельнопосередницьких підприємств // Економічний часопис XXI. – 2012. – № 3-4. – С. 59-63.
2. Інноваційний розвиток підприємств сфери торгівлі: світові тенденції та практика в Україні : монографія / [С. А. Давимука, Л. І. Федулова, Н. М. Попадинець та ін.] ; за заг. ред. С. А. Давимуки ; ДУ “Інститут регіональних досліджень імені М.І. Долишнього НАН України”. – Львів, 2016. – 432 с.
3. Ващенко Н. Сутність інновацій торговельного підприємства / Н. Ващенко // Теоретичні та прикладні питання економіки. – 2014. – № 1 (28). – С. 369-381.

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМ ПОТЕНЦІАЛОМ СФЕРИ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ

Т.А. Клименко, *Національний аерокосмічний університет імені М.С. Жуковського «Харківський авіаційний інститут»,
ст. викладач кафедри економіки та маркетингу*

Управління інноваційним потенціалом будь-якої сфери містить у собі сукупність засобів і методів регулювання економічної та

господарської діяльності організації, метою якої є підвищення інноваційного потенціалу та підготовки платформи для впровадження інновацій [1].

В Україні сфера послуг є надзвичайно важливою складовою ринкової економіки, вона набуває все більшого значення в управлінні ринком, спрямованим на створення відносин, які сприяють задоволенню потреб та запитів споживачів [2]. Вітчизняна сфера послуг сьогодні – це одна з найперспективніших галузей економіки, що швидко розвивається, тому інновації в цій сфері є досить ефективним та потужним механізмом її розвитку.

Одним з головних процесів, що відбуваються в сфері послуг, є глобалізація, тобто вихід вітчизняних підприємств на світовий ринок і посилення конкуренції на внутрішніх ринках. Щодо інших галузевих тенденцій і процесів розвитку сфери послуг, то це насамперед попит, що зростає, на нові високотехнологічні послуги (інформаційно-телекомунікаційні, послуги зв'язку, медицини), а також підвищення вимог до якості виконання традиційних послуг (побутових, авто-сервісних, ремонтно-відновлювальних). Також це організаційна інтеграція, кооперування та комбінування в різних поєднаннях послуг із різних галузей і секторів народного господарства; трансформація, злиття в одній організації декількох спеціалізованих видів діяльності та послуг. Сфера послуг перейшла до розряду наукомістких секторів національного господарства, генеруючи різноманітні інновації, зокрема, з комп'ютерних, телекомунікаційних, ремонтно-будівельних, медичних, освітніх та інших технологій і послуг. Скрізь почали використовуватися складні ІТ-системи та комп'ютерні програми, можливості телекомунікацій та соціальних мереж, що забезпечують ведення електронного бізнесу. Сьогодні споживач стає не тільки об'єктом, а й суб'єктом послуг, що надаються, вступає в безпосередні відносини з виробниками та посередниками, контролює та спрямовує їх діяльність, оцінює якість організації виконання послуг в таких галузях, як туризм, освіта, охорона здоров'я, наука і культура, індустрія розваг [3].

Інноваціям перешкоджають безліч факторів. Основні з них: брак власних коштів; брак фінансової підтримки з боку держави; низький попит на нові послуги; висока вартість нововведень; високий економічний ризик; низький інноваційний потенціал; брак кваліфікованого персоналу; брак інформації щодо нових технологій; брак інформації про ринки збуту; нерозвиненість

коопераційних зав'язків; недостатність законодавчих і нормативних правових документів, що регулюють і стимулюють інноваційну діяльність; нерозвиненість інноваційної інфраструктури (посередницьких, інформаційних, юридичних, банківських, інших послуг); невизначеність економічної вигоди від використання інтелектуальної власності.

Існує три основні підходи до управління інноваційним потенціалом [1]:

- ресурсний, завдяки якому здійснюється планування обсягу необхідних ресурсів і напрямку їх використання. Але при цьому підході відсутня можливість своєчасної реакції на зміни зовнішнього та внутрішнього середовища;

- управління НДДКР, адже це є однією з основних умов проведення інноваційної діяльності, але не є єдиною умовою розроблення та реалізації інновацій;

- інвестиційний. Методи планування та якісного управління інвестиціями доцільно застосувати, якщо необхідно визначити масштаби й види майбутніх інновацій.

Реалізація двох останніх підходів доцільна лише в комбінації з іншими підходами та методами. Нині існує безліч методів оцінювання інноваційного потенціалу, проте кожен має як певні переваги, так і недоліки.

При управлінні інноваційним потенціалом галузей у сфері послуг слід враховувати такі особливості:

- більшість інновацій, що пов'язані зі стратегічним розвитком галузей і організацій, визначаються рівнем зрілості їхнього менеджменту та маркетингу;

- для більшості видів інновацій не потрібні НДДКР і великі обсяги фінансування, достатньо використовувати кращі вітчизняні та світові практики;

- в умовах виживання, через відсутність дешевих і довгих позикових коштів, вітчизняним підприємствам не слід різко обмежувати інноваційну активність, включаючи проведення НДДКР, і використовувати лише доступні вітчизняні та зарубіжні технології;

- потрібно переглядати підхід до ведення статистики інноваційної активності в Україні, необхідний повний облік інновацій, навіть тих, що організації не вважають за інновації;

- набуття досвіду, опублікування практик, розвиток ринку маркетингових послуг дозволять організаціям без інформаційної

підтримки держави реалізовувати маркетингові, організаційні та екологічні інновації;

- для кожної з галузей сфери послуг необхідний доступний перелік інновацій для впровадження, який може бути відкритим або частково закритим.

Упровадження інновацій у сфері послуг створить умови для розширення ринку послуг, посилить конкурентні позиції та переваги організацій у сфері послуг.

Список використаних джерел:

1. Шамгулова, Л. И. Методы управления инновационным потенциалом / Л. И. Шамгулова. – Молодой ученый. – 2019. – №4 (242). – С. 274-277.
2. Данилюк Т. І. Особливості інноваційної діяльності в сфері послуг / Т. І. Данилюк. – Ефективна економіка, № 9, 2014.
3. Инновационное развитие сферы услуг в национальной экономике: монография / под науч. ред. Я. П. Силина. – Екатеринбург : Изд-во Урал. гос. экон. ун-та, 2016. – 339 с.

АНАЛІЗ ТЕНДЕНЦІЙ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ КОРПОРАТИВНИХ СТРУКТУР

*Д.Г. Коробко, Національний аерокосмічний університет імені
М. С. Жуковського «Харківський авіаційний інститут»,
аспірант 1 курсу, спеціальність «Економіка»*

*І.О. Давидова, Національний аерокосмічний університет імені
М. С. Жуковського «Харківський авіаційний інститут»,
завідувач кафедри економіки та маркетингу, д. е. н., професор –
науковий керівник*

Актуальність інноваційної моделі розвитку зумовлюється сильним зростанням впливу нових технологій на економічний розвиток країни. Світова економіка вступила в епоху «інтелектуальної економіки», де основними джерелами добробуту та провідними факторами виробництва стають інновації, та творчі досягнення людей.

Сучасні теорії інноваційного розвитку змістили акценти у поведінці людей та сформували у них прагнення до накопичення

знань і розвитку технологій. Стало очевидним, що економічне зростання країн значною мірою залежить від інноваційної активності великих підприємницьких структур (корпорацій), від їх прагнень, зусиль і здатності використовувати у своїй діяльності новітні технології, та творчо підходити до визначення способів задоволення потреб споживачів. На основі цього вдосконалювати та оновлювати продукцію, отримуючи більші доходи і зміцнюючи свої ринкові позиції.

Сьогодні транснаціональні компанії стають головною рушійною силою інноваційних процесів у масштабі світової економіки. Саме на них замикаються проекти, які спрямовані на розробку й глобальне комерційне освоєння нових напрямів наукового та технологічного розвитку. Цілком логічно, що основну частину інноваційного бізнесу світу сьогодні контролюють всього 1000 фірм.

Основними світовими тенденціями розвитку інновацій у корпоративних структурах є:

- усвідомлення необхідності формування інноваційної стратегії через злиття науки, техніки та виробництва у єдине ціле, що породжує новачі та використовує їх;

- активізація діяльності наукомістких технологічних груп на базі великих корпорацій, що мають внутрішні ресурси для проведення не тільки прикладних, але й фундаментальних наукових досліджень;

- стратегія управління інтелектуальним капіталом стала основою у загальній інноваційній стратегії корпорацій;

- кооперація корпорацій з державою та науковими інститутами для розробки спільних інноваційних проектів.

В останні роки спостерігається прискорення збільшення витрат на НДДКР (науково-дослідні та дослідно-конструкторські роботи). Зараз на НДДКР припадає більше 50% витрат інноваційного процесу. У більшості розвинених країн світу частка витрат корпорацій на НДДКР в загальному обсязі національних НДДКР перевищує 65%, а чисельність науково-дослідного персоналу, зайнятого у НДДКР в корпораціях складає понад 60% кадрового потенціалу.

Головним викликом для міжнародних компаній в останні роки був слабкий захист прав інтелектуальної власності у країнах, що розвиваються. Ще у 1994 році більшістю країн світу була підписана угода ТРПС, що регулює охорону прав інтелектуальної власності.

Перед підписанням угоди були проведені дослідження, які показали, що 10% посилення охорони інтелектуальної власності в досліджуваних країнах дозволяло збільшити прямі іноземні інвестиції в середньому на 50% від середньої суми, а імпорт на 40% від середньої суми, але більшість країн, що розвиваються не стежать за дотриманням цієї угоди. Це призвело до того, що розвинені країни все частіше чинять тиск на країни які не виконують цю угоду, для того, щоб захистити свій бізнес. Наприклад, одним з ключових пунктів торговельної угоди між США та Китаєм є підвищення захисту прав інтелектуальної власності у Китаї.

У 21 столітті стало зрозуміло, що саме корпоративні структури вносять найбільший внесок у розвиток інновацій, від їх зусиль залежать темпи науково-технологічного розвитку, зростання продуктивності праці та рівень добробуту населення.

Список використаних джерел:

1. Безпарточний М. Г. Обґрунтування механізмів забезпечення ефективного розвитку торговельних підприємств України: монографія /М. Г. Безпарточний. – Полтава: ПП «Видавництво Арта», 2015. – 280 с.

МОДЕЛЬ «ШІСТЬ СИГМ»: ПЕРСПЕКТИВИ ЗАСТОСУВАННЯ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ТОРГІВЛІ

І.С. Олесенко, *Київський національний торговельно-економічний університет, аспірант кафедри економіки та фінансів підприємства*

Г.В. Ситник, *Київський національний торговельно-економічний університет, професор кафедри економіки та фінансів підприємства, д.е.н, доцент – науковий керівник*

Модель «шість сигм» має спільне коріння із TQM (Total Quality Management) та багато в чому є його скороченою і концентрованою версією. Застосування даної концепції бере початок з 1980-х років компанією «Motorola». Останнім часом інтерес до «шести сигм» значно виріс, оскільки спостерігається багато прикладів успішного впровадження на підприємствах США та Європи.

Назва моделі походить із термінології статистики. Сигма – математичний символ, який використовується для позначення середньоквадратичного відхилення. Відповідно, концепція передбачає такий рівень ефективності процесів, при якому на кожен мільйон операцій випадає 3,4 помилок. 6 сигм в цій концепції означає 99,99966 % якості, або простіше кажучи, ідеал.

Дана модель базується на шести принципах від яких залежить ефективність бізнес-процесів: інтерес до споживача; управління на основі перевірених даних; орієнтація на операційний процес; проактивне управління на випередження; відкритість до співробітництва; постійне удосконалення [1].

Модель шести сигм передбачає п'ять кроків:

1. Визначення – вибір процесів, які необхідно покращити та визначення цілей, спрямованих на покращення. На даному етапі потрібно дотримуватися обмежень SMART: specific (специфічний), measurable (вимірюваний), acceptable (прийнятний), realistic (реалістичний), time-specific (має прив'язку до часу);

2. Вимірювання – збирання даних, необхідних для оцінювання поточних показників процесу, щоб потім порівняти їх з майбутніми результатами;

3. Аналіз – визначення різниці між поточним та бажаним станом;

4. Покращення – процес оптимізації за результатами аналізу;

5. Контроль – контролювання та формалізація нових удосконалених процесів [1].

«Шість сигм» застосовують для економії грошових коштів і часу, досягнення бізнес-цілей, покращення фінансових результатів підприємства завдяки поліпшенню якості і надійності операційних процесів. Вона допоможе відповісти на запитання: яких фінансових покращень та економії коштів можна досягти»; якої ефективності можна досягти, зменшивши варіації у процесах?

На нашу думку модель «шість сигм» перспективно буде застосовувати не лише на виробництві, а й на підприємствах торгівлі. Зокрема, враховуючи можливості застосування системи визначені у [2], можна сформулювати переваги впровадження даної концепції на торговельних підприємствах:

1) передбачається можливість вдосконалювати процеси на різних рівнях бізнесу – від стратегічного планування до операційної діяльності та обслуговування клієнтів;

2) є можливість визначити масштаб реалізації заходів: від

вирішення окремих проблем до повної реструктуризації підприємства, як в цілому на підприємстві, так і в його окремому відділі;

3) встановлюється прив'язка до амбітних цілей досягнення чотирьох, п'яти, шести сигм. Тобто, якщо ціллю компанії є забезпечення платоспроможності, то керуючись постулатами «шести сигм», ціллю буде досягнення нормативних значень коефіцієнтів платоспроможності та інших визначених оціночних показників (що прирівнюватиметься до «шести сигм»);

4) оскільки забезпечується єдина метрика вимірювання, яку можна використовувати для оцінювання та порівняння зовсім різнорідних процесів всього підприємства, можна порівнювати операції і процеси різної валентності. Наприклад, кількість прострочених поставчань; кількість та обсяги випадків прострочення погашення дебіторської заборгованості; кількість статей простроченої заборгованості підприємства; кількість та обсяги випадків прострочення погашення кредитів; кількість розбіжностей при звірці рахунків та ін.;

5) поряд з фінансовими перевагами «шість сигм» дозволяють створити унікальну корпоративну культуру, коли співробітники підприємства проявляють ентузіазм, впевненість та застосовують усі свої вміння задля досягнення поставленої менеджментом цілі.

Однак, загрозою можливості впровадження «шести сигм» для багатьох підприємств, зокрема малого бізнесу, є висока вартість інвестицій в навчання фахівців (так званих «поясів»), які будуть відповідати за управління та контроль основних положень «шести сигм» на підприємстві.

Більш детальному розгляду аспектів впровадження моделі «шість сигм» у діяльність торговельних підприємств будуть присвячені наші подальші дослідження.

Список використаних джерел:

1. Берг ван ден Гербен. 25 ключових моделей управління/ Гербен ван ден Берг, Пол Пітерсма / пер. з англ. В. Луненко. – Харків : Вид-во «Ранок» : Фабула, 2020. – 208 с.
2. Питер С. Пэнди. Курс на Шість Сигм / Питер С. Пэнди, Роберт П. Ньюмен, Роланд Р. Кэвенег. – М. : Изд-во «Лори», 2002. – 374 с.

СУЧАСНІ МОДЕЛІ РОЗВИТКУ РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦІАЛУ У СФЕРІ ТУРИЗМУ ТА ГОТЕЛЬНО- РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

РЕГІОНАЛЬНІ АСПЕКТИ РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНОГО ГОСПОДАРЮВАННЯ

*С.М. Газуда, Ужгородський торговельно-економічний
інститут КНТЕУ, к.е.н., доцент кафедри менеджменту
туристичного і готельно-ресторанного бізнесу*

*В.Й. Ерфан, ДВНЗ "Ужгородський національний університет",
к.е.н., доцент кафедри міжнародного бізнесу,
менеджменту та логістики*

Туристично-рекреаційне господарювання в межах територіально економічної системи Закарпатської області має всі сприятливі передумови й унікальні можливості до розвитку і перспективного зростання за сучасними європейськими вимогами і стандартами. Вигідність географічного розташування (область межує з чотирма країнами-членами Євросоюзу: Угорщиною, Словаччиною, Польщею і Румунією), наявність м'якого помірно-континентального клімату, відмічена екологічність (порівняно) і чистота території разом з історично-культурним надбанням краю і людським капіталом, його творчим потенціалом, дає можливість розвитку туристично-рекреаційної сфери й функціонування суб'єктів господарювання в багатогранних видах економічної діяльності починаючи з санаторно-курортного лікування, рекреації, відпочинку і завершуючи різновидами туризму: агро-, еко-, сільського, зеленого, пішохідного, пошукового, паломницького тощо. Водночас, важлива роль відводиться бальнеологічному і гірськолижному туризму.

Вагомість і значне місце туристично-рекреаційного господарювання обґрунтовується функціональністю сільських територій, де серед інших складових сільського розвитку чітко окреслено туристичну й рекреаційну, саме вони задовольняють рекреаційні, оздоровчі, відпочинкові й туристичні потреби як мешканців сільської місцевості, так і населення міст.

Дослідження засвідчило, що мережа туристично-рекреаційних закладів Закарпатської області налічує понад 511 об'єктів, в тому числі [2]: оздоровчих – 23, рекреаційних – 126, туристичних – 362, де одночасно можна розмістити близько 26,0 тис. осіб. Крім цього в регіоні наявні 56 діючих гірськолижних витягів, зокрема: бугельних – 40, крісельних – 8, якірних – 3, елеваторного типу – 2, мультиліфти – 3, ратраків – 26, пунктів прокату – 38.

Унікальними, для розвитку краю, є наявні джерела мінеральних і термальних вод. В межах регіону досліджено понад 700 водопроявів у складі яких 62 родовища, 30 типів та 400 видів вод. За якістю та кількістю мінеральних вод Закарпаття займає перше місце в Україні. В регіоні наявні майже всі аналоги найвідоміших у світі мінеральних вод [3; 4, с. 22]: гідро-карбонатні натрієві, гідро-карбонатні сульфідні, кальцієво-магнієві, сульфідні, миш'яковисті, кремнієві.

За своїм хімічним складом і лікувальними властивостями вони не поступаються відомим мінеральним водам Кавказу, Чехії, Франції („Поляна-Купіль”, „Поляна Квасова”, вода підтипу „Новополянська” (аналог „Боржомі”), „Лужанська-4”, „Лужанська-7”, вуглекислі гідрокарбонатно-натрієво-кальцієво-магнієві води з рівнем мінералізації 1,2 г/л, аналог мінеральної води „Нарзан”, „Поляна Купіль”, „Перлина”, Синяцька сірководнева вода, хлоридно-натрієва мінеральна вода та інші) [1, с. 69].

Серед районів області значний запас мінеральних вод мають території гірської місцевості, зокрема такі райони як Свалявський, Рахівський, Хустський, Тячівський. Бальнеологічний потенціал з наявними термальними джерелами має Берегівський район. Унікальні лікувальні властивості мають соляні озера й соляні шахти Солотвина розташовані у Тячівському районі. Лікувальні властивості соляних озер порівнюють з водами Мертвого моря.

Наявні запаси унікальних природних ресурсів сприяють розбудові туристично-рекреаційної інфраструктури по території регіону, передусім біля наявних джерел. Так, за останні роки з'явилися сучасні готельно-туристичні, санаторні комплекси й спа-готелі, серед яких „Деренівська купель” (с. Нижнє Солотвино), „Озеро Віта” (селище Нижній Студений), класичний гранд-готель „Пилипець” (с. Пилипець) „Карпатія” (с. Шаян), „Quelle-Polyana” (с. Поляна) та багато інших.

Водночас, за останній період (2019 р.) відбувалося покращення туристично-рекреаційної інфраструктури, де в рамках реалізації

Програми розвитку туризму і курортів у Закарпатській області здійснювались організаційні заходи щодо [2]: знакування і маркування туристичних шляхів та маршрутів територією області. У рамках співпраці управління туризму та курортів департаменту облдержадміністрації та ГО „Карпатські стежки” у теперішній час здійснюється маркування відрізка Закарпатського Туристичного Шляху від перевалу Ужоцький до смт Воловець протяжністю 61,5 км.

У процесі дослідження виявлено, що перспективного розвитку і розширеного відтворення набуває сфера сільського зеленого туризму з наданням унікальних туристично-рекреаційних продуктів і послуг, де майже кожен населений пункт має власні традиційні фестивалі, окремі з яких мають історичне підґрунтя, а саме [1, с. 132-133]: фестиваль червоного і білого вина, фестиваль різників, „Берлібаський банош”, фестиваль голубців, обласний фестиваль фольклору „На Синевир трембіти кличуть”, „Добронська паприка”, свято „Проводи отар на полонину”, „Гуцульська бринза”, „Варіння леквару”, фестиваль вина „Закарпатське божолє” та низку інших свят і фестивалів.

Висновки. Дослідженням підтверджено, що в Закарпатській області наявним є потужний туристично-рекреаційний потенціал, який і в подальшому сприятиме розбудові інфраструктури сфери туризму і рекреації. Однак, з метою активізації діяльності суб’єктів господарювання в досліджуваній сфері потребує сприяння і підтримки з боку державних і владних структур. Вагомого значення при цьому набуває регіональна інвестиційно-інноваційна політика держави стосовно розвитку туристично-рекреаційної галузі. Зумовлюється необхідність прийняття і реалізації комплексної програми розвитку зазначеної сфери, де окреслюватимуться багатогранні принади й унікальні можливості краю у забезпеченні перспективного розвитку сфери туризму і рекреації. Доцільним є врахування прикордонності території регіону і його транспортної доступності, що безпосередньо й позитивно впливатиме на розвиток малого і середнього бізнесу, а також спільного підприємництва із залученням як вітчизняних, так і зарубіжних інвесторів у межах туристично-рекреаційного господарювання.

Список використаних джерел:

1. Газуда Л.М., Ерфан В.Й., Газуда С.М. Сільський розвиток регіону: монографія. Ужгород: Видавництво ФОП Сабов А.М., 2015. С 162-163.
2. Туристична галузь – це потужний чинник розвитку області. URL: <https://zakarpat-rada.gov.ua/zakarpattya/infrastruktura/turyzm-i-rekreatsiya/>
3. Регіональна стратегія розвитку Закарпатської області на період 2021-2027 років (матеріали, затверджені Керівним комітетом та Робочою групою) Проект (попередня редакція). URL: https://carpathia.gov.ua/sites/default/files/imce/191003_rsp-pr.pdf
4. Статистичний щорічник Закарпаття за 2018 рік / Головне управління статистики у Закарпатській області; за ред. Г. Д. Гриник. Ужгород, 2019. 495 с.

НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ В ХАРКІВСЬКОМУ РЕГІОНІ

*Д.В. Головань, Національний аерокосмічний університет
імені М.С. Жуковського «Харківський авіаційний інститут»,
доцент кафедри економіки та маркетингу, к. т. н., доцент*

Наслідки світової фінансово-економічної кризи призвели до послаблення міжрегіональних зв'язків, посиленню міжрегіональної диспропорційності та зниженню загального рівня конкурентоспроможності регіонів України. Незначного гальмування соціально-економічного розвитку в даний період зазнав і Харківський регіон, але незважаючи на це, відбувається розвиток туристичної та культурної інфраструктури. Тому питання розвитку туристичного бізнесу в Харківському регіоні є актуальним.

Харківський регіон має вигідне геополітичне розташування, комфортні мікрокліматичні умови та значний історико-культурний потенціал. Для регіону пріоритетними є: діловий туризм (міжнародні конгреси, симпозиуми, семінари, виставки, ярмарки, фестивалі), сільський та зелений (на території регіону діють шістнадцять агроосель, розташованих у Золочівському, Нововодолазькому, Зміївському та інших районах), мисливський та

рибальський (на території Харківщини нараховується близько 20 видів птахів і 16 видів тварин). У Харківській області визначено основні туристично-екскурсійні маршрути, що за тематичною спрямованістю охоплюють визначні місця, пам'ятки історії, культури, архітектури й природи та пов'язані з життям і діяльністю видатних вітчизняних та всесвітньо відомих особистостей. Сьогодні в області існує понад 100 тематичних екскурсійних маршрутів. Туристичні організації систематично розробляють нові та оновлюють існуючі екскурсії різноманітної тематики.

В результаті аналізу існуючих джерел, зокрема [1; 2], можна зробити висновок, що найбільш перспективними напрямками розвитку туризму для Харківського регіону, на погляд автора, є наступні:

- туристичні маршрути;
- готелі з підтримкою фітнес-програм;
- оренда будинку з невідомим місцем розташування;
- курси виживання;
- туризм онлайн.

Розглянемо ці напрями більш докладно.

Існує кілька класифікацій туристичних маршрутів. Так, серед туристичних маршрутів можна виділити тематичні маршрути, в яких передбачається проведення екскурсій і, в цілому, переважає пізнавальна спрямованість; фізкультурно-оздоровчі з обов'язковим включенням в програму проведення спортивних і фізкультурно-оздоровчих заходів (до них же відносяться модні нині йога-тури) та комбіновані, які поєднують елементи цих двох видів. Маршрути поділяються і за сезонністю – на цілорічні, або позасезонні та сезонні (для певної пори року – лижні, гірські, водні та ін.). Також за побудовою траси маршрути можуть поділятися на лінійні з обов'язковим відвідуванням одного або декількох пунктів по шляху від місця відправлення до місця призначення; радіальні (стаціонарні) з відвідуванням одного пункту на маршруті та кільцеві (кросинг-тури) зі збігом точок початку і кінця маршруту і відвідуванням кількох пунктів на маршруті.

При організації готелів з підтримкою фітнес-програм вважається, що мандрівник повинен продовжувати свої фітнес-вправи в будь-якій точці світу, а значить, йому потрібно забезпечити таку можливість. Так, мережа готелів The Mandarin Oriental Hotel Group вирішила дати своїм гостям можливість

займатися фітнесом і йоогою в будь-якому зі своїх готелів. Для цього компанія не наймала власних викладачів, а встановила співпрацю з сервісом відеоуроків з фітнесу Grokker. Тепер відвідувачі Mandarin Oriental можуть прямо у себе в номері виконувати будь-яку з програм, починаючи від коротких п'ятихвилинних сеансів медитації і закінчуючи повноцінними заняттями з фітнесу або йоги перед сном.

Оренда будинку з невідомим місцем розташування припускає для своїх клієнтів не ламати голову з приводу вибору місця для поїздки і забронювати будиночок невідомо де. Так, фішка сервісу голландського стартапу Slow Cabins полягає у тому, що дані про місцезнаходження стають відомими тільки після оплати замовлення. Будиночки розташовані в спокійній сільській місцевості, яка підходить для ідилічного відпочинку поодиноці, вдвох або в колі сім'ї. Розробники сервісу періодично змінюють місце розташування своїх будиночків, щоб порадувати постійних клієнтів новим досвідом поїздки.

За кордоном користується популярністю такий вид освітнього дозвілля, як курси виживання. Заняття поділяють на теоретичну і практичну частини, остання з яких проходить в природних умовах. Учасників курсів навчають наданню першої медичної допомоги, вчать будувати укриття, розводити багаття, добувати воду і їжу далеко від цивілізації. Заснувати такий бізнес можна колишньому військовому, пожежнику або рятівнику.

Подорож онлайн – це не тільки відмінна альтернатива для туристів, а й інноваційна сфера бізнесу. Сьогодні, завдяки інноваційним технологіям, втілити ідею туризму в режимі онлайн можна, не виходячи зі свого будинку. Все, що потрібно туристу – це доступ до мережі Інтернет та мультимедійні пристрої для візуалізації туру. Вибравши напрямок подорожі, турист занурюється в реально-віртуальний світ. Подорож транслюється замовнику через спеціальні окуляри, сенсорні приймально-передавачі і веб-камеру на гідові в режимі реального часу.

Таким чином, визначено перелік та розглянуто сутність найбільш перспективних напрямів туристичної діяльності для Харківського регіону.

Список використаних джерел:

1. Концепція розвитку туризму в Харківській області до 2020 року. / [Електронний ресурс]. – Режим доступу:

https://www.ts.lica.com.ua/b_text.php?type%20=3&id=8096&base=77
2. Сірик А. Є. Аналіз факторів впливу на розвиток туристичної галузі України. / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://tpa.pstu.edu/article/view/104456/99509>

ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ СТРАТЕГІЧНОЇ ІНФОРМАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА

Л.Д. Завідна, Ужгородський торговельно-економічний інститут Київського національного торговельно-економічного університету, професор кафедри менеджменту туристичного та готельно-ресторанного бізнесу, д.е.н., доцент

Інтерпретація емпіричних даних у складному середовищі – як зовнішньому, так і внутрішньому – потребує підтримки з боку теорії та різних за змістом і призначенням моделей. Стратегічні інформаційні потреби залежать від тих стратегічних цілей, які керівництво готелю ставить перед собою. За даними ознаками класифікації та враховуючи особливості процесу формування й реалізації стратегії, сформовано систему стратегічної інформації підприємства готельного господарства (рис. 6.1), особливість якої полягає в ідентифікації релевантної щодо стратегічного розвитку інформації, її упорядкуванні у вигляді баз стратегічних даних, допущень і прогнозів, що забезпечить не лише нагромадження інформації та її своєчасну обробку, а й контроль за реалізацією стратегії підприємства готельного господарства [1].

Сукупність стратегічної інформації блоку «Інформація для формування стратегії підприємства», з урахуванням її цілеспрямованості, доцільно ранжирувати на такі види:

- банк інформації про стан зовнішнього середовища (макросередовища; стан готельного господарства, ринків сфери послуг, діяльність конкурентів; постачальники; споживачі тощо);
- банк прогнозної інформації про розвиток стратегічної позиції підприємства готельного господарства;
- банк інформації про стан підприємства готельного господарства у конкурентному середовищі (характеристика функціональних сфер внутрішнього середовища за певними параметрами; сильні та слабкі сторони; конкурентні переваги; конкурентна позиція; оцінка потенціалу).



Рис. 6.1. Система стратегічної інформації підприємства готельного господарства

В інформаційних банках «Інформація про стан зовнішнього оточення» та «Інформація про стан підприємства готельного господарства у конкурентному середовищі» для систематизації інформації доцільно ранжувати її за часовим періодом (минула, поточна), а в розрізі кожного виду зовнішньої інформації, призначеної для формування стратегії, виділяти загрози і можливості.

Стратегічна інформація блоку «Інформація для контролю за реалізацією стратегії підприємства», на наш погляд, об'єднує такі види [1; 2]:

- ✓ банк інформації про результати та ризик реалізації стратегії;
- ✓ банк планових/нормативних показників, за якими оцінюється діюча стратегія на певних етапах її реалізації.

Окремий інформаційний блок системи стратегічної інформації складає «Негативна інформація про підприємство готельного господарства», виокремлення якої обумовлене необхідністю

передбачення в стратегії заходів, які нівелюють негативні наслідки діяльності підприємства, що можуть перешкоджати успішній реалізації стратегії, а також своєчасному формуванню коригуючих заходів щодо реалізації стратегії. До негативної інформації належить інформація про діяльність підприємства, яка стосується порушення чинного законодавства; недобросовісної конкуренції та його неефективної діяльності.

У процесі обробки даних в інформаційній системі стратегічного управління (ІССУ) ідентифікується релевантна (відповідна) інформація, упорядковується та фіксується на певному носії, тобто у вигляді баз стратегічних даних, допущень і прогнозів. Створення такого забезпечення – це не лише нагромадження інформації та її обробка [1; 2].

База стратегічних даних (БСД) – це стислий системний опис найсуттєвіших стратегічних елементів, що належить до зовнішнього середовища підприємства; БСД використовується для оцінки потокового становища, застосовується для визначення прояву процесів у майбутньому та для прийняття стратегічних рішень.

У базі стратегічних даних міститься інформація про вплив окремих складових і чинників процесу стратегічного аналізу та управління на формування стратегічних альтернатив, а також інформація, що дозволяє обирати ті або інші рішення з визначених альтернативних варіантів, тобто БСД може трактуватись як підсистема підтримки управлінських рішень. База стратегічних даних формується за допомогою цільових підборок інформації, що надходять з багатьох джерел і являє собою процес перетворення сукупності даних у стратегічну інформацію на основі їх аналітичної обробки з орієнтацією на конкретне використання в процесі встановлення та на реалізацію стратегічних планів, проектів і програм.

Список використаних джерел:

1. Завідна Л. Д. Управління стратегічним розвитком підприємства готельного господарства [Текст] : автореф. дис. ... д-ра екон. наук : 08.00.04 / Завідна Людмила Дмитрівна ; Київ. нац. торг.-екон. ун-т. – Київ, 2018. - 39 с.
2. Пастухова В. В. Стратегічне управління підприємством: філософія, політика, ефективність [Текст] : монографія. / В.В. Пастухова. – Київ: КНТЕУ, 2002. - 302 с.

СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ ТА НЕОБХІДНІСТЬ ІННОВАЦІЙНИХ РОЗВИТКУ

А.М. Колесникова, *Національний аерокосмічний університет
імені М.Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут»*,
*студент 4 курсу, спеціальності «Міжнародні економічні
відносини»*

Л.Л. Носач, *Національний аерокосмічний університет імені
М.Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут»*,
*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри економіки та маркетингу*

Готельно-ресторанний бізнес по праву вважається основною складовою туристичної індустрії та ключовим фактором розвитку туризму оскільки містить надзвичайно великий комплекс надання основних і супутніх послуг для задоволення потреб туристів. Для успішного ведення готельно-ресторанного бізнесу необхідно оволодіти усіма специфічними знаннями та постійно їх вдосконалювати з метою розвитку існуючого рівня діяльності та освоєння нових сегментів бізнесу.

Сучасний етап розвитку туристичної індустрії можна характеризувати як інтенсивний, оскільки саме сьогодні відкривається величезний потенціал для ефективної діяльності підприємств готельного господарства. Поряд з цим актуалізується питання конкурентоспроможності послуг, і пошук інноваційних заходів щодо її підвищення, особливо, коли стоїть питання виходу на нові міжнародні ринки.

Нажаль, все ще чимало компаній готельно-ресторанної індустрії в Україні працюють на фундаменті перепроданих закладів, які й досі працюють на застарілому обладнанні й не дотримуються вимог щодо виробництва страв [1]. Ці чинники аж ніяк позитивно не впливають на конкурентоспроможність готельно-ресторанного сегменту та туризму в Україні, тому, головним напрямком виходу цього бізнесу в Україні на більш високий, Європейський рівень сьогодні вважається – активне впровадження інноваційних технологій.

Сучасний розвиток індустрії готельно-ресторанного бізнесу та туризму має бути спрямований на створення інноваційних продуктів, які будуть сприяти отриманню більшої кількості

споживачів, формування довіри гостя до закладу, будуть підвищувати його статус та створювати гарний імідж. Зокрема вимагають поліпшення такі технології як: електронні системи управління, інтерактивні екрани, електронне меню, системи безпеки.

На сьогоднішній день практично немає готельного підприємства, яке б не використовувало електронні системи управління. Зараз існує дві такі системи OperaFidelio та Eritome PMS, які дозволяють персоналу готелю спілкуватися з користувачем через веб-сервіс, наприклад користувач може забронювати номер в готелі через Інтернет. Також існують електронні меню ресторанів, які представляють собою електронний екран вбудований в стіл, де споживач може подивитися фотографії страв які представлені у ресторані, викликати к закладу таксі. Такі екрани встановлені в багатьох ресторанах світу, наприклад: ресторан «Подіум» у Росії, Dorian Grey, встановлені у готелях Нью-Йорка таких як Inter Continental або Hilton New York.

Головною міжнародною проблемою у сфері готельно-ресторанного бізнесу є величезна конкуренція. Ринок дуже агресивний, пропозиція випереджає попит, тому готелям важко відстоювати свої інтереси. Так, наприклад, з одного боку, суттєву конкуренцію великим підприємствам готельного господарства і, в тому числі, великим готелям, створюють фізичні особи – суб'єкти підприємницької діяльності, які переважно утримують невеликі готелі та є власниками приватних будинків та квартир, кількість яких за останні роки інтенсивно зростає. Вони пропонують відвідувачам великий спектр основних та додаткових готельних послуг при значно нижчій їхній вартості. З іншого боку, дрібним готелям часто доводиться просто виживати і працювати собі у збиток, оскільки саме крупний бізнес, здатен поліпшити якість обслуговування і пропозиції особливих послуг за рахунок впровадження дорогих інноваційних продуктів у свою діяльність.

Ще одна проблема з якою стикається готельно-ресторанний бізнес – це непередбачуваність повернення інвестицій. Сучасні тенденції економічного розвитку цього ринкового сегменту припускають окупність вкладень за 5-6 років, проте на ділі може виявитися, що готель просто не зможе впоратися за цей термін [2]. Все тому, що ризики прораховуються не до кінця, власники бізнесу не завжди можуть відразу вгадати правильний напрямок роботи, а клієнти з яких-небудь причин вибирають конкурентів.

Наші вітчизняні готелі, як правило, намагаються розвиватися відповідно до світових тенденцій, однак у них є власні особливості. Серед них:

- активне освоєння ринку західними мережами, які переважно «захоплюють» висококласні сегменти і пропонують свої послуги статусним гостям;
- відсутність чіткої «зірковості» готелів – незважаючи на ту чи іншу кількість «зірок», готелі можуть не відрізнятися один від одного за якістю.

У цілому готельна сфера в Україні розвивається повільно, і це обумовлено тим, що основну ставку інвестори роблять на будівництво торгових і розважальних комплексів, офісних і житлових центрів. Будівництво ж готелів ж відкладаються на потім, оскільки терміни їх окупності вище. Однак ці проблеми в готельному бізнесі Україна поступово долає, і якщо вона, як і раніше, буде орієнтуватися на європейські тенденції, їй вдасться вийти з багатьох проблемних ситуацій без втрат. Разом з тим, існуюча інфраструктура галузі ще не відповідає вимогам міжнародних стандартів. У більшості готелів відсутні сучасні засоби зв'язку та комунікацій, конференц-зали з відповідною аудіовізуальною технікою та технічними засобами для синхронного перекладу.

Готельна індустрія дозволяє використовувати все різноманіття комп'ютерних технологій, починаючи від спеціалізованих програмних продуктів управління готельним підприємством до застосування глобальних комп'ютерних мереж. На сьогоднішній день у готельній індустрії використовується досить багато новітніх інформаційних технологій: глобальні комп'ютерні системи резервування, інтегровані комунікаційні мережі, системи мультимедіа, інформаційні системи менеджменту та ін. Найбільший вплив сучасні інформаційні технології мають на просування готельного продукту.

Сьогодні треба приділяти увагу збереженню власного часу та часу своїх клієнтів, грошей, створювати екологічні інноваційні технології, в ресторанах впроваджувати планшети замість брошур або книг-меню, систему QR-коду, куди можна помістити інформацію про ресторан, його власника, історію, якщо це сімейний старовинний заклад, його сайт.

Розвиток сучасних технологій призводить до появи рішень, які можна назвати проривом в майбутнє і в готельно-ресторанній

сфері. Однією з таких концепцій є «інтелектуальний» будинок (IB – Intellectual Building). Основа концепції «інтелектуального» будинку – вимога максимально відповідати потребам користувачів і власників сучасного будинку. У загальному випадку до складу комплексу «інтелектуального» будинку повинні входити наступні підсистеми: безпеки (з контролем доступу та наглядом); пожежогасіння; зв'язку; освітлення; енергопостачання; мікроклімату; перегляду передач (радіо, домашній кінотеатр, ефірне та супутникове телебачення); забезпечення (водою, газом і т.д.); структурована кабельна підсистема (СКС). Яскравим прикладом такого готелю є відомий в усьому світі готель в Дубаї «Гідрополіс».

Таким чином, як в Україні впровадження інновацій в готельно-ресторанному бізнесі, можна реалізувати за рахунок прогресивних галузевих технологій, новітніх технологій, застосування автоматизованих систем контролю, а також традиційного проектного методу. Суть останнього, незалежно від сфери застосування, полягає в наступних етапах: 1. Створення схеми SPRINT для визначення відповідності проекту потребам. 2. Постановка чітких цілей проекту відповідно до потреб. 3. Аналіз зацікавлених сторін проекту. 4. Складання плану роботи та визначення термінів за допомогою розрахунку і аналізу критичного путі. 5. Аналіз проблем і ризиків. 6. Підбір команди і визначення ролі і функцій кожного її учасника. 7. Створення бюджету проекту і планування ресурсів. 8. Створення системи комунікацій.

Список використаних джерел:

1. Поворознюк І.М. Шляхи підвищення якості готельних послуг в Україні / І.М. Поворознюк [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://dspace.udpu.org.ua:8080/jspui/bitstream/6789/5582/1/>
2. Охота, В. І. Шляхи підвищення конкурентоспроможності підприємств готельної індустрії / В. І. Охота // Інвестиції : практика та досвід. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.investplan.com.ua/pdf/5_2017/11.pdf

НЕОБХІДНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ НОВІТНІХ ТЕХНОЛОГІЙ У СФЕРІ ТУРИЗМУ ДЛЯ БОРОТЬБИ З НАСЛІДКАМИ СУЧАСНОЇ КРИЗИ

А.О. Лойко, *Національний аерокосмічний університет імені
М.С. Жуковського «Харківський авіаційний інститут», студент 4
курсу, спеціальність «Міжнародні економічні відносини»*

Л.Л. Носач, *Національний аерокосмічний університет імені
М.С. Жуковського «Харківський авіаційний інститут»,
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри економіки та маркетингу*

Сфера туризму та розваг вважається однією з найбільш прибуткових та однією з таких, що найбільш динамічно розвиваються в усьому світі. Зокрема, якщо у 20 сторіччі більшість людей стояли на ступенях піраміди Маслоу, де переважали фізіологічні та безпекові потреби, то у 21, згідно з теорією вченого, вдоволена потреба перестала бути просто мотивом їхньої поведінки, а перетворилася на імпульс до формування потреб більш високого рівня [1], наприклад, таких як потреба самовираження, де подорожі та відпочинок відіграють не останню роль.

Сфера туризму та розваг приносить мільярдні прибутки щорічно. Ще на початку 2020 року, не можна було б і подумати, що щось здатне змінити такий темп її продуктивного розвитку, адже динамічно зростає кількість населення планети, статки людей, підвищується їхня соціальність, зростає їхній попит на подорожі та розваги, стираються торговельні кордони. Але сучасна всесвітня пандемія, та криза, яка з'явилась на фоні неї – внесли свої корективи в колісь, здавалося, ідеальну екосистему туристичного бізнесу.

Всесвітня туристична організація (ЮНВТО) опублікувала оновлену оцінку можливого впливу COVID-19 на міжнародний туризм. Беручи до уваги безпрецедентне введення обмежень на поїздки по всьому світу, спеціалізована установа Організації Об'єднаних Націй по туризму очікує, що число іноземних туристів в 2020 році скоротиться на 20-30% в порівнянні з показниками 2019 року. Але ЮНВТО підкреслює, що ці цифри спираються на останні події, оскільки світова спільнота стикається з безпрецедентною соціальною та економічною проблемою, і їх слід інтерпретувати з обережністю через вкрай невизначений характер нинішньої міжнародної ситуації. Очікуване зниження на 20-30% може

привести до скорочення доходів (експорту) міжнародного туризму на 300-450 млрд. дол. США, що становить майже третину від 1,5 трлн. дол. США, отриманих в 2019 році. З урахуванням минулих тенденцій ринку, це означало б, що зростання COVID-19 буде коштувати від 5 до 7 років. З огляду на це, ЮНВТО наводить наступні приклади: у 2009 році, у зв'язку з глобальною економічною кризою, число міжнародних туристів скоротилося на 4%, в той час як спалах атипової пневмонії призвела до зниження всього на 0,4% в 2003 році.

Слід відзначити думку Генерального секретаря ЮНВТО Зураб Пололікашвілі щодо ситуації, яка наразі склалася у туристичній сфері: «Туризм зазнав найбільшого удару з усіх секторів економіки. Проте, туризм, об'єднуючи зусилля з надання допомоги у вирішенні надзвичайної ситуації в області охорони здоров'я – наше першочергове і основне завдання – додає усіх можливих зусиль щодо пом'якшення впливу кризи на зайнятість та своє відновлення шляхом збереження робочих місць та сприяння економічному добробуту по всьому світу» [2].

Світова асоціація бізнес-подорожей підрахувала, що туристична галузь у 2020 році може втратити до 820 млрд. дол. США на скасованих відрядженнях, конференціях та виставках. Половина з цих втрат може припасти на Китай [3].

Хотілося б відмітити, що за 25 років Таїланд пережив і масштабну економічну кризу (1997), і цунамі (2004), а також перевороти і протести (2006, 2008, 2010, 2014). Але туристична статистика в цій країні в останні десятиріччя була позитивною. Ця галузь розвивалася настільки швидко, що держава навіть отримала прізвисько «тефлоновий Таїланд». Якщо у 1960 році країну відвідали близько 80 тис. іноземних туристів, то минулого року їхня кількість сягнула 39 мільйонів. У 2019 туристичний бізнес приніс Таїланду 60 млрд доларів, – це п'ята частина національного доходу. Туристи з Китаю становили чверть від загальної кількості туристів. За даними туристичного відомства країни, між кінцем січня та кінцем лютого кількість туристів у Таїланді скоротилася на 40% проти того ж періоду минулого року. Понад 80% цього скорочення дали «відсутні» громадяни КНР [3].

Уже сьогодні існує чимало версій і варіантів того, як подолати «післяпандемійний» та «післякарантинний» період розвитку туристичної галузі. Так, багато вчених та економістів дотримуються думки, що, першочергово, для подолання наслідків

кризи для туристичної галузі економіки потрібно, скоротити рівень оподаткування в цій сфері. Ввести на час карантину та на 5 років після його відміни податкові канікули, особливо в сфері авіаперельотів, туристичного та готельно-ресторанного бізнесу, задля того, щоб відновити ці галузі, які в подальшому зможуть приносити ресурси у вигляді грошей в економіку держави, яка постраждала. Разом з тим, окрім допомоги з боку держави слід звернути увагу на новітні технології та інновації, що зможуть допомогти залучити більше грошових ресурсів в дану сферу діяльності.

Сьогодні застосування інформаційних і інтернет-технологій розглядаються мало не як основний інструмент підвищення ефективності туристичного бізнесу. В умовах зростаючої конкуренції питання додаткових засобів підвищення рентабельності бізнесу стоять найгостріше [4].

Наразі в туризмі активно застосовуються, такі інноваційні технології, як інтернет-карти, які служать довідковим посібником і путівником для загального огляду, знайомства з районом подорожі, орієнтування на місцевості, отримання необхідної інформації про розміщення пам'яток. Інтернет-карти класифікуються наступним чином:

- статичні карти;
- інтерактивні карти;
- електронні довідкові карти і атласи [5].

Туристична сфера тепер як ніколи потребує розвитку маркетингових технології в сфері інтернет, для залучення додаткових туристів. Наприклад, актуалізується питання оптимізації підбору турів під окремі смаки кожного туриста, використовуючи штучний інтелект: аналізуються данні щодо смаків та побажань кожної людини, враховується її матеріальний стан. Штучний інтелект здатен проаналізувати вподобання одночасно великої кількості людей та запропонувати найоптимальніший варіант для їхнього туризму та відпочинку. В свою чергу, якщо врахувати побажання та можливості кожного – це й дасть той поштовх, який не тільки відновить прибутки, а й залучить нові грошові кошти в даний сегмент ринку. У цьому плані Україна є дуже привабливою варіантом, оскільки в Україні багато пам'яток архітектури, мальовничих природніх пейзажів, гірськолижних курортів на Закарпатті, лісів Волині, чорного моря в Одесі, пам'ятників історії та архітектури у Львові та Києві тощо. І все це за доступнішими

цінами, порівняно з аналогічними курортами в Європі та Азії. Зручне географічне розташування здатне забезпечити доступність авіаперельотів до України. Що для цього потрібно? Лише правильний підхід в маркетингу для залучення туристів після зняття обмежень в пересуванні. Окрім цього дуже вдалим ходом буде – залучення роботизованої техніки для обслуговування клієнтів, що в свою чергу допоможе заощадити значну кількість коштів на зарплатах, а також здивує мандрівників чимось новим.

Також зараз дуже цікавою сферою є віртуальний туризм. На даний момент можна відвідати майже всі музеї світу онлайн та не виходячи з дому. Які є в цьому переваги? Можна зекономити на авіаперельоті та проживанні в іншій країні та не виходячи з дому відвідати кілька музеїв за вечір, що знаходяться в різних куточках нашої планети. Окрім цього таким чином можна відвідувати і інші живописні місця нашої планети та підтримувати їх в такий важкий час. В Україні однією з найпопулярніших віртуальних екскурсій є віртуальна екскурсія Острозьким замком, яка переносить віртуальних мандрівників в одне з найживописніших місць України, а головне це наразі просто безпечно, оскільки для цього не потрібно виходити з дому.

До одного з видів віртуального туризму можна віднести популярні телепередачі, які можуть спонукати людей не тільки на онлайн подорож, а і на відвідання того, чи іншого місця реально. Такий віртуальний туризм міг би стати чудовим маркетинговим ходом в напрямку додаткового залучення реальних туристів, які в перспективі забезпечать притік реальних грошей в економіку України. Тобто на даний момент можна спробувати зацікавити іноземних туристів на онлайн подорожі Україною, після чого вони забажають відвідати нашу державу.

Отже, сьогодні, коли ми живемо в час щоденного створення винаходів та новітніх розробок практично у всіх галузях економіки, недопустимим є факт не скористатися цією перевагою 21 сторіччя для боротьби з наслідками сучасної кризи. Після зняття карантинних обмежень – люди знову почнуть подорожувати і тільки за умов використанні інноваційних підходів в маркетингу та передових інформаційних технологій в інтернеті можна перезапустити туристичну галузь і не лише дати їй поштовх до перезавантаження, а й залучити ще більше коштів, які простимулюють економіку в цілому та нівелюють втрати, які були понесені на фоні економічної кризи, яку спричинила всесвітня пандемія.

Список використаних джерел:

1. A Theory of Human Motivation A. H. Maslow (1943)
[Електронний ресурс] Режим доступу:
<http://psychclassics.yorku.ca/Maslow/motivation.htm>
2. International tourist arrivals could fall by 20-30% in 2020
[Електронний ресурс] Режим доступу:
<https://www.unwto.org/news/international-tourism-arrivals-could-fall-in-2020>
3. Коронавірус: скільки втрачає туризм [Електронний ресурс]
Режим доступу: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-51870285>
4. Дербеньов Ч. Ю. Інформаційні системи та інформаційно-комунікаційні технології в бізнесі: Навчальний посібник. - Ростов-на-Дону: Медіаграф, 2016. – 152 с.
5. Чудновський А. Д., Жукова М. А. Інформаційні технології управління в туризмі: Навчальний посібник. - 4 видавництва., Стер.- М. : КНОРУС, 2016. – 102 с.

THE ASPECTS OF LITHUANIAN INBOUND TOURISM DEVELOPMENT

Ramutė Narkūnienė, Master Degrees in Tourism and Recreation and Educology, Associate Professor, Utena University of Applied Sciences / Mykolas Romeris University, Lithuania

In the article, the author analyzes aspects of Lithuanian inbound tourism development. The object of the research is the Lithuanian inbound tourism development. The aim of the research is to carry out the analysis of inbound tourism in Lithuania. The article uses the analysis of scientific literature sources, documents analysis and the analysis of statistical data.

Relevance of the topic. Due to the influence of economic, social and political globalization processes, tourism has become one of the leading industries in many countries. According to the data of the United Nations World Tourism Organization (UN WTO) (2017) and the World Travel and Tourism Council (WTTC) (2017), currently tourism is the third largest economic sector in the world and on a global scale creates 10% of gross domestic product (GDP). The tourism sector employs 1 in 10 people worldwide, revenue from tourism services exports in 2017

accounted for 30% of global services exports and 7% of global exports of goods and services. In 2017, total revenue from the tourism sector in Lithuania amounted to EUR 2.03 billion or 4.9 percent of GDP, tourism services accounted for 4% of total exports of goods and services. It is forecasted that the number of international tourists could increase up to 1.8 billion by 2030. Over the last decade, tourism has become an important economic sector in Lithuania - since 2009 each year inbound tourism revenue steadily has increased.

Research problem. Inbound tourism has a significant impact on the economies of countries, attracting foreign tourist flows, and at the same time income to the country, helps to create new jobs, contributes to attracting foreign investment. This is a huge business that is growing and will continue to grow. Tourism development in Lithuania is little studied in the context of inbound tourism.

Inbound tourism, as one of the main components of global tourism, not only promotes cooperation and international exchange between countries, but also contributes to solving the domestic economic problems of a particular country. Tourism development is a long-term process related to tourism planning and tourism policy formation and the increasing flow of incoming tourists. This development requires strategic political and economic planning and decision-making, both in the public and private sectors. The role of the country's government in shaping tourism policy is important in the development of tourism.

According to the data of accommodation enterprises of the Lithuanian Department of Statistics, in Lithuania in 2017 visited and spent at least one night 1.55 million tourists from abroad, this is 4.3 percent more than in 2016. Including local tourism, the total growth of the sector in 2017 was 6.6 percent, and the number of tourists accommodated in the country amounted to 2.92 million. The growth of the number of tourists also determined the increase of income from tourism. Foreign and domestic tourists in Lithuania spent 1.89 billion. EUR, this is 9.3 percent more than in 2016. According to the growth of the number of tourist, who spent at least one night in accommodation establishments in Lithuania in 2017 led by Latvia (13.9 thousand more Latvians visited our country than in 2016), Russia (12.2 thousand more tourists), United Kingdom (8.2 thousand more tourists), USA (7.7 thousand more tourists) and Poland (6.2 thousand more tourists).

Analysing the flows of tourists arriving in Lithuania from 2006 to 2017, a constant growth is observed (Fig. 6.2). From 2006 to 2017, the number of tourist arrivals increased 2.4 times. In 2017, compared to

2016, the number of overnight trips of foreigners increased by 9.9 percent. Travel from European Union countries accounted for 56.4% all trips to Lithuania (www.tourism.lt). Consistent marketing in the country is focused on priority markets for inbound tourism: target (Italy, Great Britain, France, Sweden, Germany), distant (Israel, Japan, USA, China), as well as promising markets.

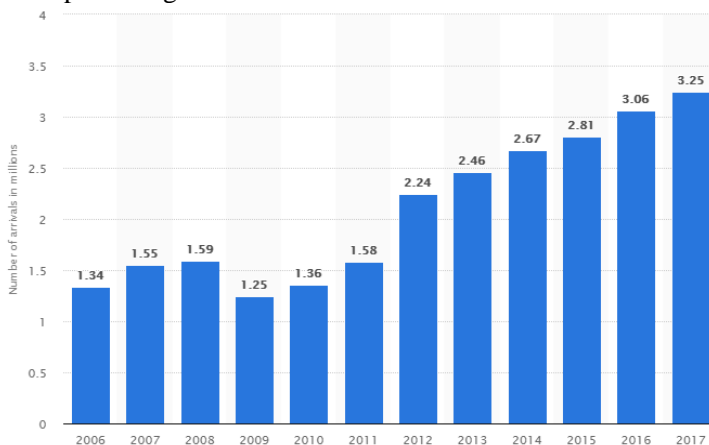


Figure 6.2 Accommodation indicators of tourists arriving in Lithuania from 2006 to 2017 (million) (www.tourism.lt)

It is concluded that the development of tourism is a long-term process related to tourism planning and the formation of tourism policy and the increasing flow of incoming tourists. After the analysis of the development of the tourism sector in Lithuania from a statistical point of view, the growth of tourist flows is recorded in Lithuania.

References:

1. Lithuanian Department of Statistics. – Available at: <https://www.stat.gov.lt>.
2. Lithuanian tourism development in 2014-2020. programe. – Available at: <https://e-seimas.lrs.lt/portal/legalAct/lt/TAD/098670e0af3511e39054dc0fb3cb01ae>
3. Lithuanian tourism marketing strategy for 2016-2020. – Available at: <http://www.tourism.lt/uploads/documents/VTD%20rinkodaros%20strategija.doc>.
4. Tourism statistics. – Available at: <http://www.tourism.lt/lt/atvykstamasis-turizmas>

СТРАТЕГІЇ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦІАЛУ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

UKRAINE'S ACCESSION TO THE WTO: CONSEQUENCES AND PROSPECTS FOR AGRICULTURAL ENTERPRISES

O. Bezpartochna, *PhD Student, University of Finance, Business and Entrepreneurship, Sofia, Bulgaria*

I. Britchenko, *Doctor of Economics, Professor, Faculty of Technical and Economic Sciences, State Higher Vocational School Memorial of Prof. Stanislaw Tarnowski in Tarnobrzeg, Poland; Professor, University of Finance, Business and Entrepreneurship, Sofia, Bulgaria*

Ukraine's integration into the world economic space an important step towards which was accession to the WTO opened a wide range of opportunities for the country, including facilitated access to foreign markets, closer cooperation with member countries, promotion of fair competition and non-discriminatory resolving trade conflicts with them, as well as expanding opportunities to attract the investment and technology.

The main objectives of the WTO are to gradually reduce the level of tariff and non-tariff barriers in trade relations between its member countries, including in order for developing countries to have a share in the growth of international trade that meets the needs of their economic development. However, there are cases when in order to ensure the sustainable development of the national economy of such a country to strengthen the position of the national producer and its potential in the international market it is appropriate to establish these barriers or keep them at the existing level.

Upon accession to the WTO in 2008 Ukraine undertook commitments on agricultural trade policy in the following directions:

- access to the market of agricultural goods;
- export competition in agricultural trade;
- sanitary and phytosanitary measures;
- state support for agriculture.

In our opinion, the main positive prospects for agricultural enterprises from Ukraine's accession to the WTO are:

- improvement of the investment climate due to improvement non-tariff regulation and internal taxation;

- formation of a transparent market environment. A more flexible national policy, the elimination of a significant number of personal preferences will contribute to the free development of trade relations, minimizing the negative impact of distorted administrative mechanisms on export-import operations. In addition, there will be no need for excessive protection of corporate interests at the international, national and regional levels;

- creation of preconditions for the establishment of a free trade zone between Ukraine and the EU in the future;

- reduction of transport costs due to the free transit of goods through the territory of WTO members. This will reduce the cost of production and hence increase the level of competitiveness of national products;

- localization of incentives for the introduction of innovations due to better protection of “know-how”;

- possibility of using multilateral mechanisms to resolve disputes, which will significantly strengthen national positions in anti-dumping and special investigations;

- possibility of ensuring their rights when changing the trade regimes of third countries;

- development and implementation of international mechanisms to protect the domestic food market, in particular the introduction of certain restrictions on the activities of foreign food business to maintain the balance of payments and stabilize the situation in the food market;

- participation in the development and improvement of regulatory rules trade operations;

- reforming the legislative field in accordance with WTO requirements. As a result of this step there will be a flexible development of customs regulation, certification and standardization of products, tax, insurance legislation, competition policy, and as a result will improve product quality and promotion of Ukrainian goods on the market. In this case, civilized mechanisms and levers for managing food flows will be formed;

- range of quality food products will expand, which will have a positive impact on changing the structure of consumer consumption and bring it closer to the standards of developed countries;

- multi-vector application of innovations and new technologies in

economic activity of agro-industrial enterprises. Without the use of modern technologies and innovations, it is impossible to achieve a proper economic effect not only in foreign but also in domestic food markets;

- opportunity to increase foreign direct investment;
- costs will be reduced due to the elimination of double standards in the sale of products in domestic and foreign markets. Mutual recognition of product quality assessment, inspection and certification costs are reduced by several percent;
- obtaining by domestic producers of simplified access to the markets of most countries of the world;
- elimination of the threat of trade-economic restrictions from the countries of Western, Central, Eastern Europe and the Baltic.

We believe that there may be negative consequences for agricultural enterprises from the acquisition of Ukraine WTO membership is:

- unwillingness of domestic producers to fierce competition in marketing and technical-economic parameters;
- significant reduction of support for agriculture in the context of liberalization of the food market and saturation of the domestic market with imported products;
- need for additional costs for domestic enterprises for measures to diversify national production to the WTO standardization system;
- impact of destructive changes in world conditions will increase food market to the food market of Ukraine, including the level of nutrition of the population of Ukraine;
- will be difficult to regulate economic relations between the entities of the food market in connection with the transition to new conditions of state regulation of the food market and the refusal to use in the process management of demand and supply of food traditional levers direct;
- removal of trade barriers.

Thus, Ukraine's accession to the WTO has a number of consequences and prospects to agricultural enterprises, which allows developing an effective strategy for further functioning of entities in the national and world agricultural markets, and the state – developing a policy to support national agricultural producers to increase volume exports production aboard and obtaining a positive financial result.

References:

1. The World Trade Organization (WTO)
<https://www.wto.org/index.htm>

2. Bezpartochnyi M., Britchenko I., Bezpartochna O., Mikhel V. (2019). Economic diagnostics as a tool for transformation of organizational-legal forms of economic activity in the field of agriculture, Management mechanisms and development strategies of economic entities in conditions of institutional transformations of the global environment: collective monograph, edited by M. Bezpartochnyi, ISMA University, Riga, «Landmark» SIA, Vol. 1, pp. 259-269.
3. Bezpartochna O. (2019). Use of economic diagnostics for innovative ensuring of the economic process of agroindustrial enterprises, Механізми та стратегії розвитку господарюючих суб'єктів в умовах інтеграційних процесів: матеріали науково-практичної INTERNET-конференції студентів та молодих вчених з міжнародною участю, Національний аерокосмічний університет імені М. Є. Жуковського “Харківський авіаційний інститут”, Wyższa Szkoła Społeczno-Gospodarcza w Przeworsku, Przeworsk, WSSG, pp. 143-146.
4. Rjashchenko V., Živitere M., Bezpartochna O. (2019). Reengineering of business processes at enterprises of consumer co-operation, Conceptual aspects management of competitiveness the economic entities: collective monograph, edited by M. Bezpartochnyi, I. Britchenko. Higher School of Social and Economic, Przeworsk, WSSG, Vol. 2, pp. 85-98.
5. Bezpartochna O., Britchenko I., Jarosz P., Radochonska-Jarosz R. (2019). Study of the modern production and economic relations of the enterprises of agricultural complex in Poltava region, Organizational-economic mechanism of management innovative development of economic entities: collective monograph / edited by M. Bezpartochnyi, in 3 Vol. Higher School of Social and Economic, Przeworsk, Vol. 1, pp. 142-153.
6. Bezpartochna O., Britchenko I. (2019). Study of etymology of concept “the economic diagnostics of agricultural enterprises”, Strategies for sustainable socio-economic development and mechanisms their implementation in the global dimension: collective monograph, edited by M. Bezpartochnyi, in 3 Vol. VUZF University of Finance, Business and Entrepreneurship, Sofia, VUZF Publishing House “St. Grigorii Bogoslov”, Vol. 1, pp.16-32.
7. Formation of modern social, economic and organizational mechanisms development of entities agrarian business: collective monograph / edited by M. Bezpartochnyi / ISMA University. – Riga, 2017. – 180 p.

ОКРЕМІ АСПЕКТИ ДЕРЖАВНОЇ ПІДТРИМКИ СІЛЬСЬКОГО РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ

*Газуда Л.М., ДВНЗ "Ужгородський національний
університет", д.е.н., професор, професор кафедри
економіки і підприємництва*

*Герцег В.А., ДВНЗ "Ужгородський національний
університет", аспірант кафедри економіки і підприємництва*

Проблеми державної підтримки сільського розвитку є особливо актуальними нині для України, оскільки період системних трансформаційних змін в економічній системі ще не завершено. При цьому, необхідним для покращення умов життя сільських мешканців та забезпечення збалансованого розвитку регіонів країни, в цілому є ефективне державне регулювання у сфері соціально-економічного та інфраструктурного розвитку сільських територій.

Дослідження свідчить, що для України концепція сільського розвитку передбачає передусім аграрний розвиток та акцентування уваги на сільськогосподарському виробництві, оскільки частка сільського господарства за статистичними даними станом на 2019 р. становить 11,4% у ВВП України [3]. Зазначена концепція спричинює деградацію інших видів економічної діяльності: сільський туризм, розвиток сфери послуг, побутове обслуговування тощо.

Сучасні механізми до забезпечення розвитку сільських територій в Україні мають певні протиріччя. З одного боку вважається позитивним формування територіальних механізмів управління сільськими територіями, укрупнення територіальних ресурсів та концентрації місцевих органів влади на конкретній проблемі їхнього регіону, а з іншого боку, такі механізми обмежують прагнення центральних органів влади втручатися в розвиток сільських територій та вирішувати проблеми місцевого характеру. Виникає потреба у створенні такого механізму, який би, враховуючи міжнародний досвід, створив баланс цих протилежних тенденцій для досягнення високих темпів сільського розвитку [1, с. 48].

З огляду на те, що сільські території – багатофункціональна система, то вона потребує дієвої державної підтримки, передусім через регіональні програми соціального, економічного й

екологічного регулювання з врахуванням пріоритетних цілей і завдань щодо розвитку сільської місцевості.

Державне регулювання сільського розвитку в цілому, та аграрної сфери зокрема є процесом впливу на їх розвиток і функціонування шляхом доповнення стимулів ринкового механізму щодо отримання суб'єктами господарювання стійких результатів прибуткової діяльності, створення сприятливого економічного середовища для поліпшення їх конкурентних позицій [2, с. 163]. Варто виокремити основні механізми державної підтримки сільського розвитку: інституційно-правові, економічні, організаційні та соціальні.

Інституційно-правові механізми державного регулювання сільського розвитку – механізми законодавчого характеру, які сприяють реалізації принципів демократичного управління та узгодженню інтересів різних суспільних груп з метою досягнення цілей розвитку регіону і держави.

До основних економічних важелів регулювання аграрного виробництва та забезпечення сільського розвитку можна віднести: оподаткування, цінову політику, бюджетну підтримку, кредитне забезпечення, сприяння розвитку страхування, митно-тарифне регулювання, гарантії уряду щодо інвестування зарубіжними установами.

Організаційні механізми – адміністративні методи управління, які є сукупністю засобів адміністративного впливу на умови та рівень життя сільських мешканців.

Соціальні важелі державної підтримки сільських територій – регіональні і соціальні програми розвитку виробничої та соціальної інфраструктури села, програми стимулювання сільського населення до несільськогосподарської діяльності та різні соціальні допомоги жителям сільської місцевості.

Дослідження засвідчує, що на основі проаналізованих вище аспектів державної підтримки сільського розвитку можна виокремити для України кілька перспективних напрямів, зокрема:

- для підвищення ефективності аграрного виробництва – субсидії і квоти на виробництво аграрної продукції; зниження рівня витрат на виробництво аграрної продукції, виплати зі страхування, виплати відсотків по кредитах, податкові пільги та запровадження засобів стимулювання сільськогосподарських товаровиробників;

- для забезпечення гармонійного розвитку соціальної інфраструктури сільських територій – створення дієвої мережі

дорадчих служб чи агентств в межах сільських територій, які б здійснювали роботу з молоддю у співпраці з працівниками районних центрів зайнятості; реалізація регіональних та державних програм розвитку соціальної інфраструктури, фінансування заходів щодо благоустрою сільських територій;

- для ефективного поєднання механізмів управління органів місцевої влади з механізмами державного управління – надання органам місцевого самоврядування не тільки широких прав з реалізації програм розвитку сільських територій, але й адекватної фінансової підтримки за допомогою використання комплексу фінансових інструментів: прями платежі населенню, програми грантової підтримки.

Висновки. Державна підтримка сільського розвитку в Україні повинна базуватися на діалектичній єдності всіх складових елементів системи (управлінських, економічних, соціальних, екологічних), пізнанні та всебічному використанні в господарській практиці об'єктивних законів природи, аналізу та синтезу концептуальних основ розвитку сільських територій України.

Інноваційні ідеї до забезпечення соціально-економічного розвитку сільських територій повинні втілюватися не тільки в державні програми та стратегії, а й у механізми їх реалізації як на макро- , так і на макрорівні. З цією метою необхідним є здійснення моніторингу процесу формування та реалізації державних стратегій розвитку сільських територій, використання сучасних концепцій і пошук моделей їх розширеного відтворення.

Список використаних джерел:

1. Газуда Л. М., Герцег В. А. Міжнародний досвід забезпечення розвитку сільських територій. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство, 2018. Вип. 17. С.47-51.
2. Газуда Л.М., Ерфан В.Й., Газуда С.М. Сільський розвиток регіону: монографія. Ужгород: Видавництво ФОП Сабов А. М., 2015. С 162-163.
3. Економічна статистика. Економічна діяльність. Сільське, лісове та рибне господарство. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu_u/cg.htm.
4. Мармуль Л.О. Методичні підходи до розвитку сільських територій на засадах децентралізації .Економіка АПК, 2016. №7. С. 80-86.

5. Панухник О.В. Напрями та шляхи трансформації державної підтримки суб'єктів аграрної сфери України. Актуальні проблеми інноваційної економіки, 2017. № 1. С. 5-10.

НЕОБХІДНІСТЬ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ СТРАТЕГІЙ ВИКОРИСТАННЯ ЗЕМЕЛЬНИХ РЕСУРСІВ АГРАРНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ

І.А. Гула, *Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти 3-го курсу, спеціальність «Фінанси, банківська справа і страхування»*

І.Г. Химич, *Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, канд. екон. наук, доц. кафедри економіки та фінансів – науковий керівник*

Виснаженість українських чорноземів, великий відсоток розореної землі, несприятливі кліматичні зміни-це проблеми, з якими сьогодні зустрічається Україна і від яких страждає економіка аграрного сектору. Управління використанням землі в нашій державі відбувається відповідно до основного нормативно-правового акту земельного законодавства України - Земельного кодексу України і ряду нормативно-правових положень.

Використання земельних ресурсів аграрними підприємствами здійснюється з використанням різних механічних, організаційно-економічних та екологічних заходів. Сьогодні досить важливою проблемою є розробка нової інноваційної стратегії, яка дала б можливість для аграріїв ефективно та раціонально використовувати земельні ресурси.

Така необхідність спричинена перш за все новими викликами, які зумовлені зміною клімату, що спричиняє висушування земель, зниження родючості українських чорноземів. Експерти Інституту біоенергетичних культур і цукрових буряків НААН наводять дані, які підтверджують зниження вмісту гумусу в ґрунті з 3,5% до 3%. Головною причиною такого зниження мікробіомної біомаси в українських ґрунтах є нераціональне та непродумане господарювання. [1] Постійне застосування різних агрозаходів, які доповнюються несприятливою дією гідротермічних чинників:

підвищенням температури повітря, недостатністю вологістю ґрунту, спричинена відсутністю опадів зменшує вміст гумусу в 1,5-2,8 рази. Також гумус має властивість окислюватись і вигорати, що спричинене надмірною розораністю земельних ресурсів. Академік НААН Віктор Камінський зазначив, що розораними є 72 % сільськогосподарських угідь України, а саме 41,8 млн. га з 60,1 млн.га., 55% ріллі (33,19 млн.га), 12,6 % сіножатей і пасовищ (7,63 млн.грн). Зальний відсоток розораності української землі сягає 56% і є найбільшою у всьому світі, при цьому розораність сільськогосподарських угідь постійно збільшується і прямує до позначки 80 %. [2] При таких показниках ефективність використання сільськогосподарських угідь є нижчою, ніж середній показник європейських країн.

Зважаючи на такий сценарій, важливо створити інноваційні стратегії розвитку та використання земельних ресурсів, щоб певним чином створити кореляційний зв'язок між кількістю розореної землі та її ефективністю використання. Також необхідно забезпечити нагляд за дотриманням рекомендацій щодо раціонального використання земельних ресурсів та охорони землі, тобто щодо проведення всіх взаємопов'язаних заходів, що збільшують зацікавлення осіб, які використовують земельні ресурси у своїй діяльності, зберігати та відтворювати родючість ґрунтів, проводити заходи, які убезпечують землю від негативних наслідків антропогенної діяльності.

Така стратегія повинна базуватись на дотриманні всіх нормативних положень та правил використання земельних угідь. Аграрії повинні враховувати всі розроблені державні та обласні програми по використанню землі, в яких визначені вимоги щодо впровадження екологічних заходів, що спрямовані на збільшення врожайності. Задля збільшення ефективності використання земельних ресурсів з дотриманням екологічних норм аграрні підприємства повинні переоснастити матеріально-технічну базу, привести технологічні процеси у відповідність до міжнародних стандартів, які засновані на раціональному використанню ресурсного потенціалу, збільшити практику використання технологій і біотехнологій, які здатні зменшити негативний вплив на родючість та ефективність земельних ресурсів, тобто удосконалити механізм використання природних джерел енергії в аграрному секторі.

Очевидно, що інноваційні стратегії використання земельно-

ресурсного потенціалу аграрних підприємств зобов'язані бути підтвердженні та підтриманні державою. Державні програми повинні забезпечити ефективний розвиток, створивши особливі умови кредитування, надавши податкові пільги. Для впровадження новітніх методів управління земельними ресурсами доцільно розвивати проекти для підтримки науково-технічної діяльності, а саме підтримувати розвиток таких елементів, як агротехнопарки, агротехнополіси та бізнес-інкубатори. Їх створення є пріоритетним напрямком перебудови та удосконалення аграрного сектору.

Варто врахувати, що сучасний розвиток аграрного сектору відбувається зі швидкими змінами у технологіях, техніці, населенні та всьому довкіллі. Глобалізаційні процеси диктують свої вимоги до розвитку аграрної сфери та всієї економіки загалом. Створення інноваційних стратегій використання земельних ресурсів аграрними підприємствами сьогодні є необхідністю, адже за іншим сценарієм аграрії не зможуть створювати конкурентоспроможну продукцію.

Список використання джерел:

1. Через десяток років залишимося без чорноземів. чорноземів. URL: <https://expres.online/archive/main/2017/08/10/256666-eksperty-byut-spoloh-vtrachayemo-chornozemy>
2. Розораність земель в Україні є найбільшою в світі – НААН. URL: <https://agravery.com/uk/posts/show/rozoranist-zemel-v-ukraini-e-najbilsou-v-sviti-naan>

ВИКОРИСТАННЯ БРЕНДИНГУ У СФЕРІ АГРАРНОГО ГОСПОДАРЮВАННЯ

М.В. Газуда, ДВНЗ «Ужгородський національний університет»,
д.е.н., професор

М.Р. Стеців, ДВНЗ «Ужгородський національний університет»,
аспірант

Активізація функціонування суб'єктів аграрного господарювання є вагомим складовим забезпеченням ефективності аграрної промисловості країни й окреслює стратегією розвитку господарства країни в цілому. Оцінюючи структуру економічної системи Закарпатського регіону, доцільно відмітити, що тут

переважає саме аграрна галузь, що склалося історично, крім цього кількість сільського населення і досі значо переважає над міським.

Близько 40 % земель регіону, за статистичними даними Закарпатської ОДА, це території сільськогосподарського призначення. В сукупності з м'яким помірно-континентальним кліматом, зручністю транскордонного співробітництва та наявною кількістю працездатного населення яке, на превеликий жаль, все частіше вимушене мігрувати до країн східної Європи, формують потужний ресурсний потенціал для розвитку аграрного господарювання, що повною мірою не використовується. Особливо критичною проблемою для галузі вважаємо досить яскраву сировинну спрямованість. Розглядаючи товарну структуру експортно-імпортних операцій області, варто відзначити статті, що мають досить значну частку обороту зовнішньої торгівлі та стосуються аграрної сфери: вивезення продукції рослинного походження становить помітну частку в структурі експорту і значно переважає експорт готової продукції харчування, яка у свою чергу є вагомим елементом імпортних операцій (статистичні дані відображено у табл. 7.1). Зважаючи на таку тенденцію вважаємо доцільним зауважити, що основним економічним суб'єктом у процесі розвитку аграрної сфери є підприємство. Прибутковість та економічна стабільність кожного окремого виробника сільськогосподарської продукції незалежно від форм власності, функціонуючого в межах аграрного ринку є запорукою забезпечення результативності перспективного розвитку досліджуваної сфери в цілому, тому доцільним є акцентування уваги на залученні ще не задіяних інструментів та механізмів прискорення темпів зростання.

Таблиця 7.1

Окремі аспекти товарної структури експорту Закарпатської області у 2019 р. [1]

Елемент товарної структури	Експорт		Імпорт	
	%	тис. дол. США	%	тис. дол. США
Продукти рослинного походження	5,50	82 009,80	1,25	18330,1
Продукти тваринного походження	0,13	1 973,90	0,63	9259,1
Готові харчові продукти	2,62	39 088,20	4,87	71 620,40

Для виробників сільськогосподарської продукції дієвим механізмом розвитку вважається брендинг, про що неодноразово наголошувалося у працях вітчизняних науковців. Розвиток успішних брендів, що дадуть змогу виробникам широко реалізовувати продукцію, збільшувати товарні лінійки, підсилювати конкурентні переваги сприятиме підприємствам працювати на внутрішньому ринку або експортувати дорожчу готову продукцію, і тим самим збільшувати кількість робочих місць, підсилювати аграрну галузь та підвищувати добробут мешканців сільських територій.

Національний рейтинг «ТОП-100 УкрБренд» у 2019 р. визначив, що формується за даними найавторитетнішого органу оцінки вартості національних брендів агенції. Так, НРР Consulting відзначає, що вартість 100 найпопулярніших в Україні торгових марок перевищує 6,2 млрд доларів США. У 30-ку найдорожчих та пайпопулярніших брендів також потрапили: Roshen, Наша Ряба, Торчин, Чумак, Олейна, Миргородська, Яготинське. Таким чином, серед сотні переможців є багато великих виробників продуктів харчування, молочної та м'ясної промисловості. Закарпаття на сучасному етапі вже має приклади виведення на ринок успішних продуктових брендів – Коник, Карпати Насолоджуйся, Селиські сири, Бараново, Чизай, Поляна Квасова, Шаянська, Штефаньо, Golden Fruit. Відмічені бренди вже не просто відомі виробники і торгові марки, більшість із них протягом останніх років стали синонімами своїх продуктів, візитівками області, а відповідно сильним ринковими гравцями.

Формування бренду – багаторівневий процес, складність якого зумовлена його нематеріальною сутністю, впливом багатьох зовнішніх чинників на всіх рівнях, необхідністю задоволення потреб стейкхолдерів, вимогою лаконічності та проблемою позиціонування бренду в свідомості широкої групи споживачів («масового суспільства»). Успішний бренд це результат синергії команди професіоналів, що працюють у різних сферах та на усіх рівнях забезпечують можливість існування єдиної ідеї [2]. На практиці, досить часто підприємці витрачають значні кошти на рекламні компанії й намагаються створити бренд, акцентуючи увагу на його формі – упаковці, логотипі, рекламній комунікації, мерчендайзингу, нехтуючи тим фактом, що сутність брендингу значно глибша. Схема архітектури змісту бренду Трофимова (рис. 1) якнайкраще ілюструє багатоаспектність процесу брендингу,

єдність його форми та змісту, недооцінюючи яку не вдасться отримати очікуваних від брендингу результатів.

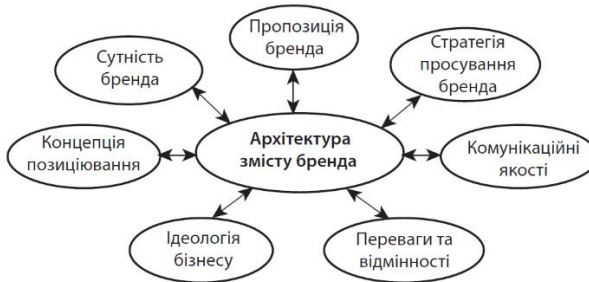


Рис. 7.1. Схема архітектури змісту бренда [3]

Місце та роль брендингу в забезпеченні ефективного використання ресурсного потенціалу підприємства аграрної сфери доцільно розглядати через призму низки вигод, що здатні забезпечити відповідну орієнтацію компанії, зокрема:

- можливості розширення асортименту, виведення на ринок нових продуктів;
- підсилення конкурентних переваг продукції;
- цілеспрямованість та значне збільшення ефективності реклами;
- підвищення вартості виробника за рахунок збільшення цінності бренду;
- Формування платформи для об'єднання підприємств сировинного спрямування з виробниками готової продукції, підвищення результативності системи постачання;
- збільшення загального товарообігу продукції.

Дослідження підтверджує, що через ресурсну затратність на різних етапах брендингу виробникам необхідно оцінювати доцільність такої діяльності, оскільки для багатьох вона означатиме потребу перепрофілювання, або стане рушієм до колаборації, що у свою чергу теж є позитивною тенденцією, адже сприятиме зменшенню транспортних витрат, забезпечить конкурентність з ціноутворення, уможливить рух активів місцевості, а отже підвищить рівень економічного зростання регіону в цілому.

Список використаних джерел:

1. Головне управління статистики у Закарпатській області. 2019. URL: <http://www.uz.ukrstat.gov.ua/statinfo/zez/index.html>.
2. Мороз О.В., Воловдюк С.С. Потенціал і перспективи брендингу у вітчизняному конкурентному середовищі// БІЗНЕСІНФОРМ. Економіка. 2014. №12. С. 479-484.
3. Трофимов Я. И. Брендинг и идентификация настоящего и будущего / Одесса : Пласке, 2009. 96 с.

ПЕРСПЕКТИВИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ МОЛОЧНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ В УКРАЇНІ

Ю.В. Войчишена, *Національний аерокосмічний університет імені М.С. Жуковського «Харківський авіаційний інститут», студент 5 курсу, спеціальність «Економіка підприємства»*

І.О. Давидова, *Національний аерокосмічний університет імені М.С. Жуковського «Харківський авіаційний інститут», завідувач кафедри економіки та маркетингу, д.е.н. – науковий керівник*

Молокопереробний комплекс виконує ряд важливих функцій: забезпечує суспільство незамінними продуктами харчування; безперервно поповнює оборотні кошти товаровиробників, бюджет країни, постачає сировину для інших сфер виробництва і, як результат, формує привабливий за обсягами ринок.

Основне завдання молочної промисловості – забезпечення сталого постачання населенню країни молочних продуктів у широкому асортименті, високої якості, збалансованих за основними поживними речовинами, а це в свою чергу пов'язано із глибокою комплексною переробкою тваринницької продукції.

Особливої гостроти проблема забезпечення конкурентоспроможності набуває для підприємств молочної промисловості України, яка в даний час виступає однією з профільюючих в країні. Через високі вимоги до якості продукції цієї галузі, неякісний менеджмент, низьку активність і ефективності інноваційної діяльності, недосконалої бізнес-процесів та інших зовнішніх і внутрішніх факторів велика кількість харчових підприємств виявилися неготовими до адекватно активної поведінки на зовнішньому ринку. Україна займає 11 місце у

світовому рейтингу виробників молока (1,5 % світового виробництва) [1, с. 103].

Зараз триває скорочення виробництва молока. Правда, в окремих сферах спостерігається позитивна динаміка, за даними Державної служби статистики України - за період з січня по квітень 2015 року на господарських підприємствах удій молока склав 852, 3 тис. тонн - на 2,0% більше, ніж за попередній період. Однак в цілому ситуація залишається нестабільною.

За даними Державної служби статистики України, у січні – грудні 2019 р. Україна експортувала молочних продуктів на 78,3% більше, ніж у відповідний період 2018 р., проте на 45,3% менше, ніж у 2015 р. На зниження обсягу експорту молока та молочних продуктів за досліджуваний період значною мірою вплинула заборона поставок молочної продукції в Росію та складність доставки товару в країни Середньої Азії.

У зв'язку з ситуацією, яка склалася на українському ринку харчових продуктів, виникає потреба в докорінних змінах на підприємствах харчової промисловості, деякі з основних проблем можуть бути вирішені завдяки проведенню модернізації та, тим самим, підвищення ефективності діяльності цієї галузі. Формування стратегії модернізації обумовлено динамічним зовнішнім середовищем функціонування підприємств і визначають потребу в застосуванні стратегічного управління для визначення напрямків модернізації їх діяльності [1, с. 105].

Основними цілями стратегії модернізації та позиціонування підприємств молочної промисловості виступають:

1. Підвищення якості продукції завдяки впровадженню сучасної техніки і технологій; формування відповідності світовим стандартам, мінімально придатне молоко для переробки повинно відповідати таким критеріям:

- бактеріальна забрудненість - ≤ 100 тис. / мл;
- КСК (кількість соматичних клітин) - ≤ 400 тис. / мл;
- температура замерзання - $\leq -0,520$ ° C (тобто без домішок води);

- не містить інгібіторів.

2. Оновлення організаційно-економічного механізму стимулювання запровадження модернізаційних процесів, на основі залучення сучасних вимог до управлінського апарату, фахівців і впровадження системи єдиного державного контролю, тобто обов'язкова сертифікація молока та молочних продуктів за

європейськими стандартами. Яка включає такі етапи:

- подача заяви на сертифікацію;
- відбір зразків, які будуть піддані випробуванням;
- аналіз результатів тестування молочної продукції;
- прийняття рішення про можливість видачі міжнародної ліцензії.

3. Введення ресурсозберігаючого та безвідходного виробництва, залучення місцевих сировинних ресурсів для діяльності підприємств.

4. Формування системи моніторингу за функціонуванням підприємств і якістю виробленої продукції. Потрібно проводити обов'язкову ідентифікацію та реєстрацію сільгосптварин [2].

Для того, щоб стратегія модернізації почала працювати, потрібно на державному рівні заохотити всі підприємства молочної промисловості в Україні (їх близько 100) пройти міжнародну сертифікацію, подати зразки молочних продуктів на оцінку їх якості. Залучати іноземних інвесторів, зараз активно ведуться переговори з Китаєм та Японією на поставку молочних продуктів на їхні ринки. Кожного року з державного бюджету виділяються кошти на покращення технологій, підвищення якості продукції та переоснащення молочних підприємств.

Будь-які перетворення вимагають конструювання нових ціннісних орієнтирів. Тому можна сказати, що модернізація несе в собі такі якості, як мобільність, адаптивність, інноваційність, які сприяють більшому ефекту в досягненні перетворень. Необхідність модернізації пов'язана не тільки зі змінами в технічному або технологічному напрямках, але і включає формування стратегії розвитку підприємства з виділенням конкретних етапів вдосконалення [2].

Список використання джерел:

1. Говорушко Т. А. Продовольчий ринок молока України, його розвиток та перспективи / Т. А. Говорушко, В. П. Дуда // Вісник Одеського національного університету. – 2013. – Т. 18, Вип. 1/1. – С. 102-106.
2. Кернасюк Ю. Молочний сектор: реалії і перспективи [Електронний ресурс] / Ю. Кернасюк // Агробізнес сьогодні. – 2015. – № 6 (301). – Режим доступу: <http://www.agro-business.com.ua/ekonomichnyi-gektar/2805-molochnyi-sektorrealiii-i-perspektyvy.html>.

ЕФЕКТИВНІСТЬ ФОРМУВАННЯ РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦІАЛУ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Р.А. Левченко, ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана», студент 2 курсу факультету обліку та податкового менеджменту
В.Ю. Ільїн, ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана», д.е.н., професор, професор кафедри обліку і оподаткування

Систематизація результатів сучасних досліджень в сфері аграрної економіки нам доводить, що дуже велика увага приділяється питанням підвищення економічної ефективності аграрних підприємств через шлях реалізації їх виробничого потенціалу. При цьому сучасні наукові роботи досить добре демонструють широкий спектр поглядів на сутність виробничого потенціалу аграрних підприємств, наявність в них теоретично-методологічних протиріч, а також відсутність понятійно-категоріального апарату його досліджень [1]. Крім того, варто сказати, що наразі досить поширеним є авторське визначення економічних понять, які часто містять протиріччя з базовими положеннями економічної науки та майже не створюють приросту знань або такого приросту взагалі не існує. Все це робить дуже необхідним дослідження потенціалу аграрних підприємств.

Більшість сільськогосподарських підприємств України за рівнем КСВ перебувають на початкових шаблях піраміди Керолла реалізуючи переважно економічні зобов'язання щодо забезпечення прибутковості. Економічний детермінізм, комерціалізація вітчизняного землеробства спричиняють хижацьке ставлення орендарів до землі. Останні масово порушують вимоги плодозміни, раціональної структури посівів, наслідком чого є ґрунтовтома, виснаження й деградація угідь [2].

Комерційна привабливість виробництва експортоорієнтованої продукції рослинництва сприяє інтенсифікації, монокультуризації, що призводить до поглиблення як соціально негативних (вивільнення працівників, оголення місцевих продовольчих ринків), так і екологодеструктивних наслідків. За сировинною експортною орієнтацією аграрного сектора приховується активний процес вивезення українських чорноземів із урожаєм, тоді як вивезення їх у натуральному вигляді свого часу спричинило

національне обурення [3].

Українські підприємства сільськогосподарської продукції, як ми бачимо з рис. 7.2, не використовують весь потенціал ГСП.



Рис. 7.2. Індекс сільськогосподарської продукції (у % до відповідного періоду попереднього року, наростаючим підсумком)

Причини низького рівня використання преференцій – слабка інформованість українських експортерів про можливості ГСП та складності в виконанні правил ЄС щодо визначення походження товарів. Україна та ЄС зацікавлені в поглибленні торговельних відносин і створенні зони вільної торгівлі задля розвитку потенціалу з обох сторін. З боку ЄС ця зацікавленість визначена можливістю посилити вплив в регіоні та отримати доступ до нових ринків.

Проведений аналіз оцінки ефективності формування ресурсного потенціалу аграрних підприємств дає підстави говорити про значні невикористані резерви збільшення виробництва продукції, підвищення її якості і, як наслідок, конкурентоспроможності на внутрішньому і зовнішньому ринках. Європейський Союз – це невичерпне джерело досвіду державного регулювання економічних процесів. Саме тут Україна може отримати знання щодо розробки й реалізації результативної антимонопольної політики та недопущення надмірної концентрації ринку окремими його учасниками. Україна повинна збільшувати свій потенціал та

підвищувати цінність своїх ринків задля співпраці з ЄС.

Список використаних джерел:

1. Хринюк О.С., Бова В.Л. Сутність фінансового потенціалу підприємства / О.С. Хринюк, В.Л. Бова // Актуальні проблеми економіки та управління. - 2017. - № 11. - С. 32-38.
2. Белінська О.В. Сутність фінансового потенціалу підприємства / О.В. Белінська // Вісник Хмельницького національного університету. 2012. - № 4. - Т. 3. - С. 267-271.
3. Левченко Н. М. Фінансовий потенціал підприємства: сутність та підходи до діагностики / Н.М. Левченко // Інвестиції: практика та досвід. - 2012. - № 2. - С. 114–117.

ЕКОНОМІЧНЕ ЗНАЧЕННЯ КАЛЬКУЛЯЦІЇ У СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

Л.М. Березіна, *Полтавська державна аграрна академія, д.е.н.,
професор, професор кафедри економіки та міжнародних
економічних відносин*

А.В. Резнік, *Полтавська державна аграрна академія, здобувач
ступеня вищої освіти доктор філософії 2-го курсу,
спеціальність «Економіка»*

Ефективність діяльності сільськогосподарських підприємств залежить від обраної стратегії розвитку та сформованої системи управління витратами для її впровадження. Управління витратами включає в себе такі організаційні підсистеми: пошук і виявлення чинників економії ресурсів; планування витрат за їхніми видам; облік та аналіз структури і динаміки витрат; стимулювання економії і зниження рівня витрат [1, с.1261]. У системі управління витратами сільськогосподарського підприємства ключове значення має собівартість одиниці продукції. Інструментом визначення собівартості одиниці виробленої продукції є калькуляція. Калькуляція витрат у сільськогосподарському підприємстві - це сукупність аналітичних засобів, що дозволяють на основі даних бухгалтерського обліку визначити собівартість одиниці виробленої продукції або наданої послуги у грошовій формі (грн/ га); (дол/ га); (грн/ тн.). Метою калькуляції є визначення ефективності

запланованих і фактично здійснених агротехнічних, технологічних, організаційних та економічних заходів, спрямованих на розвиток і вдосконалення виробництва та обґрунтування цінової політики підприємства. Фактичну собівартість продукції (робіт та послуг) у сільськогосподарських підприємствах розраховують загалом за рік [2]. Об'єктами калькуляції в сільськогосподарському виробництві є окремі види продукції (рис. 7.3).

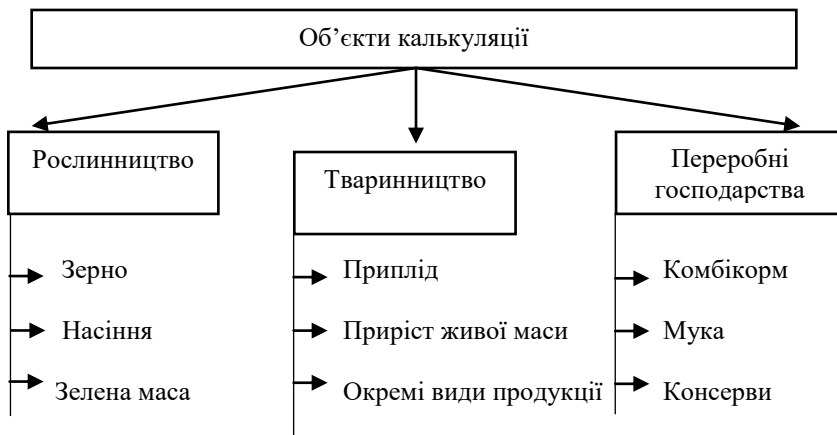


Рис. 7.3. Об'єкти калькуляції у сільськогосподарському виробництві [2]

Виробнича спеціалізація та обрана стратегія розвитку обумовлюють для сільськогосподарського підприємства вибір необхідної методики калькулювання собівартості одиниці сільськогосподарської продукції. Враховуючи специфіку сільськогосподарського виробництва доцільними для застосування є три методи калькулювання, такі як: позамовний, попередільний і нормативний [3]. Нині фінансово-економічні служби сільськогосподарських підприємств застосовують на практиці комбінування різних методів калькуляції. Протягом року під час виконання виробничих процесів у сільськогосподарському підприємстві (передпосівний обробіток, посів, підживлення добривами, збір врожаю, зберігання та реалізація продукції) планові витрати на виробництво співвідносяться з фактичними витратами, які накопичуються протягом року за певними статтями. Після завершення виробничого процесу повна собівартість продукції розраховується діленням загальної суми витрат на

кількість одиниць продукції або на площу ріллі, яка використовується у виробництві. Застосування такого методу калькулювання дає змогу визначити, за якою із статей було перевищення допустимого рівня витрат, а за якою, навпаки, – економія. При подальшому розподілі статей витрат за центрами фінансової відповідальності детально визначається, під час якої технологічної операції відбулося відхилення фактичних витрат від планових та причина відхилення. Калькуляція собівартості одиниці виробленої продукції дає змогу оперативно визначити рентабельність виробництва та відповідність фактичних економічних показників плановим. У залежності від отриманих показників управлінський персонал сільськогосподарського підприємства приймає рішення про подальше впровадження виробничої стратегії, або її корегування.

Корегування виробничої стратегії відбувається у разі необхідності зниження поточного рівня собівартості одиниці виробленої продукції, для підвищення рівня її конкурентоздатності на ринку збуту. Шляхами скорочення собівартості одиниці виробленої продукції є: впровадження найбільш оптимальних для підприємства виробничих технологій; пошук економічно привабливих ринків збуту; скорочення кількості посередників у процесі реалізації виробленої продукції; оптимізація чисельності виробничого персоналу підприємства; підвищення ефективності системи оперативного контролю та обліку виробничих матеріалів тощо.

Список використаних джерел:

1. Єдинак Т.С., Омельницька Ю.Е. Особливості калькулювання собівартості продукції рослинництва сільськогосподарськими підприємствами. *Бухгалтерський облік. Аналіз та аудит* 2018. № 19. С.1260-1265.
2. Калькуляція та її види, методи калькулювання. *Навчальні матеріали онлайн*. URL: https://pidruchniki.com/87868/buhgalterskiy_oblik_ta_audit/kalkulyatsiya_vidi_metodi_kalkulyuvannya.
3. Бурко К.В. Калькулювання собівартості одиниці продукції в системі управлінського обліку сільськогосподарських підприємств. 2013. URL: [http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&Z21ID=&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/ecnof_2013_10\(3\)_21.pdf](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&Z21ID=&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/ecnof_2013_10(3)_21.pdf).

МОДЕРНІЗАЦІЯ ТА РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВ ТРАНСПОРТУ ТА ІНФРАСТРУКТУРИ

МОДЕЛЮВАННЯ ТА ОПТИМІЗАЦІЯ ТЕХНОЛОГІЧНИХ ПРОЦЕСІВ МУЛЬТИМОДАЛЬНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ

Н.І. Новальська, *Національний авіаційний університет,
доцент кафедри організації авіаційних робіт та послуг,
к.е.н., доцент*

В сучасних умовах ведення бізнесу в сфері транспортних перевезень вантажу використання кількох видів транспорту надає можливість задовільними зростаючі вимоги клієнтів щодо перевезень на великі відстані та «до дверей». Сучасна ситуація характеризується зростаючою конкуренцією серед транспортних компаній, які спеціалізуються на організації мультимодальних та інтермодальних перевезень.

Питання оптимізації транспортних процесів є актуальним для сучасного суспільства, оскільки людина завжди прагне знайти якнайкраще рішення в будь-якій сфері діяльності. Визначення оптимальних маршрутів для мультимодальних перевезень сприятиме своєчасному та з мінімальними витратами виконання замовлень на транспортування вантажу.

На наш погляд, ефективним методом дослідження складних процесів та важливим напрямком розвитку науки є моделювання. Цей метод дозволяє визначити оптимальні варіанти організації мультимодальних перевезень вантажів.

Економіко-математичні моделі планування технологічних процесів надають можливість вивчати і вимірювати вплив різних факторів на результати діяльності транспортних підприємств за допомогою імітування поведінки систем, здійснювати взаємну ув'язку між багаточисленними суб'єктами транспортного процесу, визначати найбільш оптимальні варіанти поєднання елементів транспортного процесу за встановлених умов.

Моделюючи процес мультимодальних перевезень намагаємося знайти оптимальний план, який пропонує найкращий варіант використання існуючих умов для забезпечення максимально

можливого економічного ефекту (наприклад, швидкісна доставка за мінімальних витрат). Досягнути збалансування попиту і пропозиції на ринку транспортних послуг доволі складно, враховуючи, що потреби існують завжди і в окремі періоди часу виходять за межі можливостей їх задоволення, і навпаки, в результаті перевиробництва втрачається стимул розвитку діяльності.

Вибір способу транспортування та виду транспорту, тобто технології перевезення, може здійснюватися на основі таких критеріїв, як: мінімальні затрати на транспортування; час доставки вантажу; максимальна надійність та безпека; мінімальні затрати, пов'язані з запасами в дорозі; потужність і доступність видів транспорту; продуктова диференціація. Однак головним критерієм, як правило, є транспортні витрати.

Під час розв'язання конкретних транспортних задач часто потрібно враховувати додаткові обмеження, що не зустрічалися при розгляді простих варіантів даних задач. Замовники транспортних послуг нині доволі часто звертають увагу на додаткові критерії, до яких належать можливість отримання замовленого товару в чітко визначені строки, якісне інформаційне супроводження процесу виконання замовлення.

Оптимальне планування передбачає вибір найкращого плану із множини можливих. Ідея оптимізації плану базується на виявленні функціональної залежності складових елементів технологічного процесу в досліджуваному об'єкті. Умови моделі представлені нерівностями та балансовими співвідношеннями і відображають основні напрями технологічного процесу мультимодального перевезення, визначають потребу в основних матеріально-технічних ресурсах і враховують вплив факторів зовнішнього середовища.

Відповідно, організація транспортного процесу мультимодальних перевезень має включати наступну послідовність дій:

- формулювання початкового переліку транспортних послуг по результатами кон'юнктурного дослідження транспортного ринку;
- складання з переліку сумісних елементів груп транспортних послуг;
- складання з виділених груп локальних транспортних систем, які є оптимальним за заданими критеріями;

- вибір із альтернативних локальних транспортних систем допустимих варіантів, які за значеннями кількісних та якісних показників найбільше відповідають існуючим ситуаціям;

- вибір оптимальної локальної транспортної системи.

На практиці, як правило, ефективність процесу мультимодального перевезення оцінюється не за одним, а одночасно за кількома критеріями. Одні з них максимізуємо, інші – мінімізуємо.

Разом з тим, є задачі з двома критеріями оптимізації, які мінімізують. Сформульована задача оптимізації розташування пунктів перевалювання вантажів в мультимодальних системах з двома перевалюваннями вирішувалася за наступними критеріями: «мінімум сумарних витрат по перевезенню заданої кількості вантажу»; «мінімум часу перевезення цього вантажу» [1].

Варіанти розв'язку задач, отриманні за різними критеріями, іноді різко відрізняються один від одного. Отже перед дослідниками і безпосередніми транспортними підприємствами стоїть завдання вибору із множини варіантів найкращого з їх точки зору. Виникає необхідність в застосуванні теорії багатокритеріальної оптимізації, використання методів багатокритеріального аналізу для розв'язку подібних задач.

Необхідно звернути увагу на те, що процес мультимодальних перевезень має переважно ймовірнісний характер. В зв'язку з цим розрахунки слід проводити з урахуванням нерівномірності матеріальних та транспортних потоків, динамічної та комплексної залежності між ними [2].

Як висновок, слід зазначити що сам процес мультимодальних перевезень вантажів слід розглядати як складний об'єкт оптимального управління та моделювання.

Список використаних джерел:

1. Сторожев В.В. Оптимізація параметрів транспортних засобів в мультимодальних системах доставки вантажів : автореф. дис... канд. техн. наук : 05.22.01 / В. В. Сторожев; Одес. нац. мор. ун-т. - О., 2008. - 20 с. - укр.

1. Никифоров В.С. Мультимодальные перевозки и транспортная логистика. Учебное пособие. НГАВТ. - Новосибирск, 1999. - 103 с.

ПЕРЕДУМОВИ ФОРМУВАННЯ ІНТЕГРОВАНОГО ТРАНСПОРТНОГО ПРОСТОРУ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ

Н.Д. Маслій, *Одеський національний університет імені І.І. Мечникова, доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування, д.е.н., доцент; Інститут проблем ринку та економіко-екологічних досліджень НАН України, старший науковий співробітник відділу ринку транспортних послуг*

Сучасна транспортна система України та функціонування транспорту в регіонах переживає період глибокої системної кризи, оскільки стан інфраструктури і рівень організації перевезень за багатьма параметрами не відповідають зростаючим потребам суспільства та європейським стандартам якості надання транспортних послуг [1-2]. Це знижує ефективність функціонування транспорту в регіонах та зумовлює необхідність активізації розвитку інфраструктури транспортних регіонів та їхню інтеграцію у транснаціональну систему.

З метою покращення ситуації, що склалася в транспортній сфері, прискорення її виходу з кризи та надання необхідного імпульсу для подальшого розвитку, потрібно розробити і здійснити низку економічних, структурних, організаційних, технологічних та інституційних перетворень. Однією з найважливіших проблем є координація взаємозв'язку різних видів транспорту на різних економічних рівнях (рис. 8.1).

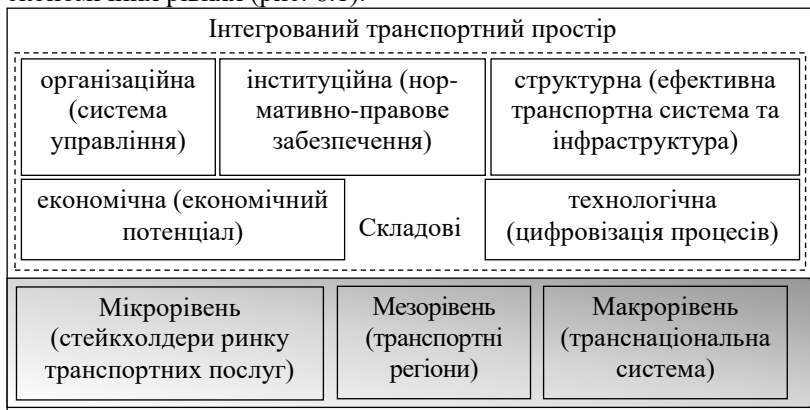


Рис. 8.1. Структурна модель формування інтегрованого транспортного простору на різних економічних рівнях
Джерело: сформовано автором

В межах єдиного інтегрованого транспортного простору основний обсяг вантажних та пасажирських перевезень здійснюють за участю двох або більше видів транспорту. У структурі транспортного регіону різні види транспорту (рис. 8.2) мають певну специфіку функціонування, особливо сьогодні, коли зростають вимоги щодо якості послуг, забезпечення максимальної швидкості та зручності перевезень за умови мінімального використання відповідних ресурсів.



Рис. 8.2. Основні складові транспортного простору регіону

Джерело: сформовано автором

Передумовою для створення транспортних регіонів є проведення оцінки транспортного потенціалу: обсяг перевезень вантажів за різними видами транспорту; обсяг перевезень вантажів за напрямками і пунктами кінцевого призначення; взаємозалежність валового регіонального продукту від об'єму транспортних послуг, питомої ваги транзитних перевезень та інших показників. Виокремлення транспортних регіонів надасть можливість ефективного розміщення транспортних вузлів (мультимодальних терміналів) та мультимодальних логістичних центрів, які можуть бути пунктами безпосереднього взаємозв'язку та інтеграції між регіонами. На основі аналітичної оцінки розвитку території необхідно розробити регіональну політику щодо

вирішення транспортних проблем, яка сприятиме, в свою чергу, як міжрегіональній співпраці, так і європейській інтеграції на засадах інтермодальності та мультимодальності.

Список використаних джерел:

1. Інфраструктурне забезпечення розвитку транспортної системи регіону: колективна монографія / І. В. Заблудська, І. Р. Бузько, О. О. Зеленко, І. О. Хорошилова. Северодонецьк: Вид-во СНУ ім. В. Даля, 2016. 193 с.
2. Transport 2050: Commission outlines ambitious plan to increase mobility and reduce emissions. Brussels: European Commission, 2011. URL: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/IP_11_372

МОЖЛИВОСТІ МОДЕРНІЗАЦІЇ ПОЗИЦІЮВАННЯ АВІАКОМПАНІЇ «МІЖНАРОДНІ АВІАЛІНІЇ УКРАЇНИ»

*Д.В. Жук, Національний аерокосмічний університет імені
М.С. Жуковського «Харківський авіаційний інститут»,
студент 4-го курсу, спеціальність «Маркетинг»*

*А.В. Артёмова, Національний аерокосмічний університет імені
М.С. Жуковського «Харківський авіаційний інститут»,
доцент кафедри економіки та маркетингу,
к. т. н, доцент – науковий керівник*

Для держави, що взяла курс на євроінтеграцію, необхідно мати власного національного авіаперевізника. Це зумовить розвиток транспортної системи, інфраструктури країни, а також її економічного росту.

Брендинг – це комплексний вплив різних елементів просування на споживача (реклами, зв'язків з громадськістю, стимулювання збуту, прямого маркетингу, фірмового стилю, спеціальних подій), спрямоване на формування у свідомості споживчої аудиторії цілісності та сталого образу, що ідентифікує торгову марку та відрізняє її від конкурентів на ринку. [1]

Бренд представляє товар, як щось більше, ніж він є насправді, роблячи над функціональними атрибутами і споживчою цінністю «туманний ореол» з символів престижу, успіху, переваг тощо.

Коли більшість конкурентів роблять одне і теж, доводиться

шукати нові ефективні способи нецінової конкуренції і найважливішим засобом є створення та розвиток сильного бренду. Саме з такою проблемою зіткнулася українська авіакомпанія «Міжнародні авіалінії України».

Авіакомпанія «Міжнародні Авіалінії України» — найбільший національний перевізник цивільної авіації, який з'єднує Україну з 38 країнами: а також виконує понад 1100 регулярних рейсів на тиждень. [2]

На сьогоднішній день авіакомпанія має проблеми низької конкурентоспроможності. За останні пару років на українському ринку повітряних перевезень з'явилися європейські бюджетні «гравці» з більш демократичними цінами, які забирають великий сегмент ринку України.

Коли українські мандрівники обирають іноземні авіакомпанії для подорожей — це означає про недовіру до національного авіаперевізника чи незгоду з його ціновою політикою. Накопичення непорозуміння з клієнтами та відсутності лояльності за багато років спричинило відмову пасажирів від послуг компанії.

Споживачі не купуватимуть квитки «МАУ», адже дешевші авіаквитки вони можуть придбати у лоукостерів, а сервіс отримати в ліпших іноземних компаніях. Відбувається дисонанс, бо є незрозумілим сутність компанії «Міжнародні Авіалінії України» на ринку авіаперевезень. Також грає проти факт, що українці звиклись з тим, що вітчизняні авіалінії не є конкурентоспроможними по відношенню до іноземних компаній.

Для подолання цієї кризи пропонується розробити для авіакомпанії «МАУ» нове позиціонування, аби воно «літало» не гірше літаків.

Репозиціонування – це стратегія, що дозволяє адаптувати те, як сприймають споживачі нас або наших конкурентів [3, с.14].

Отже, авіакомпанія «Міжнародні Авіалінії України» в 2020 році – це це надійна на безпечна авіакомпанія, яка дарує впевненість своїм споживачам. Вона орієнтована на мандрівників та на їхні потреби. Компанія завжди в тренді та йде в ногу з часом.

Цінності, які набули чинності після репозиціонування: престиж, надійність, патріотизм, легкість спілкування, безпека.

Список використаних джерел:

1. Іванов А. А. Брендинг : навчальний посібник / А. А. Іванов – Комсомольськ-на-Амури: ФГБОУ ВПО «КнАГТУ», 2013. – 74с.

2. Офіційний сайт авіакомпанії «Міжнародні Авіалінії України»
URL: <https://www.flyuia.com/ua/ua/about/uia-about>
3. Траут Дж., Рівкин С. Репозиціонування. Бізнес в епоху конкуренції, змін і кризи / Дж. Траут, С. Рівкин – СПб.: «Пітер», 2010. – 186 с.

УПРАВЛІННЯ ЗМІНАМИ НА ПІДПРИЄМСТВІ АВІАЦІЙНОЇ ГАЛУЗІ В КОНТЕКСТІ ПІДВИЩЕННЯ ЙОГО МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

В.В. Коломієць, *Національний аерокосмічний університет імені М.Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут», магістрант, спеціальність «Світова економіка»*

І.О. Давидова, *Національний аерокосмічний університет імені М.Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут», завідувач кафедри економіки та маркетингу, д. е. н., професор – науковий керівник*

Підприємство, що виходить на зовнішній ринок авіаційної промисловості стикається з принципово новим конкурентним середовищем. В умовах світового ринку конкурують не лише окремі виробничо-господарські одиниці, насамперед конкурують капітали різних країн, тобто йдеться про міжнаціональну конкуренцію в глобальному просторі. Окрім цього, в умовах міжнародного конкурентного середовища підприємство авіакосмічної галузі стикається з великою кількістю конкурентів, які різняться за своїми економічними, технологічними, маркетинговими характеристиками. Кожне підприємство прагне отримати якомога вищі економічні результати від своєї діяльності, незалежно від того, діє воно в межах національних кордонів чи в умовах світового ринку.

Метою дослідження є розкриття особливостей управління стратегічними змінами на підприємстві авіаційної галузі в контексті підвищення рівня його міжнародної конкурентоспроможності.

Серед проблем підвищення конкурентоспроможності останнім часом все більшого значення набуває проблема управління організаційними змінами на підприємстві. Висока динамічність як

зовнішнього, так і внутрішнього середовища ставить керівництво підприємства перед необхідністю впровадження процесу адаптації до змін. Зміни життєво необхідні для нормального функціонування організації, оскільки компанія, яка втратила здатність змінюватися разом з оточуючими світом, гине [1].

З точки зору конкурентоспроможності стратегічні зміни – це комплексне поняття, що означає перехід організації або окремих її складових в новий стан відповідно до мінливих вимог зовнішнього чи внутрішнього середовища, а також темпи цих змін для досягнення організацією поставлених цілей розвитку, спрямованих на підвищення ефективності її діяльності.

Управління змінами – це системний підхід до роботи зі змінами як з точки зору організації, так і на індивідуальному рівні; активне вирішення адаптації до змін; контролювання змін та їх здійснення [2].

Безумовно, для підтримки високого рівня конкурентоспроможності, кращого обслуговування покупців та забезпечення належного технологічного рівня організаціям необхідно своєчасно здійснювати поточні зміни, а іноді й радикальні. Взаємозв'язок організаційних змін на підприємстві та його конкурентоспроможності представлено на рис. 8.3 [3].

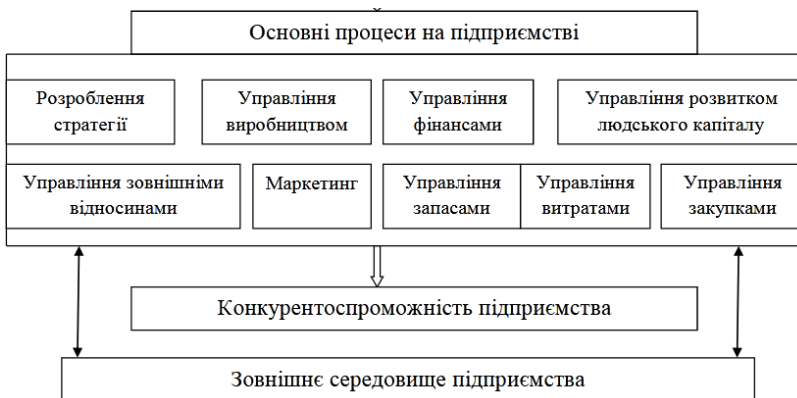


Рис. 8.3. Вплив організаційних змін на конкурентоспроможність підприємства

Ринок авіакосмічної галузі досить насичений, конкуренція відбувається не між окремими компаніями, а між авіаційними державами. Конкуренція відбувається в умовах ринкової системи:

для того, щоб вижити, необхідно розвиватися.

Особливістю міжнародної конкуренції в авіаційній промисловості є наявність суттєвих входних бар'єрів до цієї високотехнологічної галузі таких, як високі капітальні вкладення, налагоджені зв'язки з постачальниками, наявність визнаних лідерів ринку, ефект масштабу тощо.

На сьогодні проблема конкурентоспроможності підприємства авіаційної галузі стоїть досить гостро. Оскільки в умовах ринкових відносин та загострення конкурентної боротьби в лідируючих позиціях залишаються тільки ті підприємства, які здатні до швидких змін в організації управління, до постійного оновлення виробництва, впровадження інновацій, постійного поліпшення якості та характеристик продукції та послуг [4].

Таким чином, управління стратегічними змінами, спрямованими на підвищення конкурентоспроможності підприємства, має враховувати не тільки основні бізнес-процеси підприємства, але й вимоги зовнішнього середовища, ставлення персоналу підприємства до змін. Врахування всіх цих аспектів дасть змогу успішно провести стратегічні зміни та підвищити конкурентоспроможність підприємства.

Список використаних джерел:

1. Підвищення конкурентоспроможності економіки України [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.niurr.gov.ua/ukr/econom/vzaem>.
2. Bridges W. Leading transition: a new model for change, in *On Leading Change* / W. Bridges and S. Mitchell / ed F. Hesselbein and R. Johnston. – NY: Jossey-Bass, 2002. – P. 47-59.
3. Тарасюк Г. М. Управління змінами в системі управління підприємством/ Г. М. Тарасюк. // Вісник Житомирського державного технологічного університету. Економічні науки. – Житомир: ЖДТУ, 2010. – №2(52). – С. 287–291.
4. Підвищення ефективності конкурентних стратегій в авіаційній галузі [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/bses_2016_12%281%29__30.

ЕКОЛОГІЗАЦІЯ ТРАНСПОРТНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ УКРАЇНИ

Н.А. Кіяшко, *Державний університет інфраструктури та технологій, студентка 1-го курсу, спеціальність «Екологія»*

В.В. Ковальчук, *Державний університет інфраструктури та технологій, доцент кафедри «Теоретична і прикладна механіка», к.ф.-м.н., доцент – науковий керівник*

Транспортна інфраструктура має важливе значення для розвитку будь-якої країни. Водночас за даними екологічного моніторингу України транспортні засоби генерують майже чверть сукупного обсягу парникових викидів. Також треба зазначити ще такі негативні наслідки для довкілля, як значне споживання кисню, тверді відходи, підвищений рівень шуму, теплове забруднення, фрагментація екосистеми і середовища існування флори і фауни [1]. Тому останнім часом країни ЄС активно впроваджують масштабні та далекосяжні програми інвестування з метою модернізації транспорту та інфраструктури шляхом їхньої «екологізації».

Програма екологізації передбачає не тільки природоохоронну діяльність. Основною її метою є не стільки охорона природного середовища, скільки запобігання ризиків негативного впливу на нього. Це означає, що на нинішньому етапі для досягнення збалансованого розвитку транспортної інфраструктури необхідне забезпечення інтеграції соціально-економічних та екологічних аспектів. Кожне рішення щодо освоєння нових або модернізації старих технологій необхідно оцінювати з позиції мінімізації негативного впливу на довкілля.

Транспортна галузь України має розгалужену залізничну мережу, розвинуту мережу автомобільних шляхів, морські та річкові порти (термінали), аеропорти та широку мережу авіаційних сполучень, вантажних і митних терміналів. На рис. 8.4 наведений порівняльний аналіз впливу на атмосферу різних видів транспорту.

Наведені показники показують забруднення атмосфери, але при дослідженні негативного впливу транспорту на довкілля необхідно відслідковувати весь життєвий цикл: виробництво, використання, відновлення працездатності та утилізація. Вже на етапі створення об'єктів транспортної інфраструктури треба враховувати добування і переробку сировини, виробництво конструкційних,

експлуатаційних, дорожньо-будівельних матеріалів, транспортування, зберігання тощо.

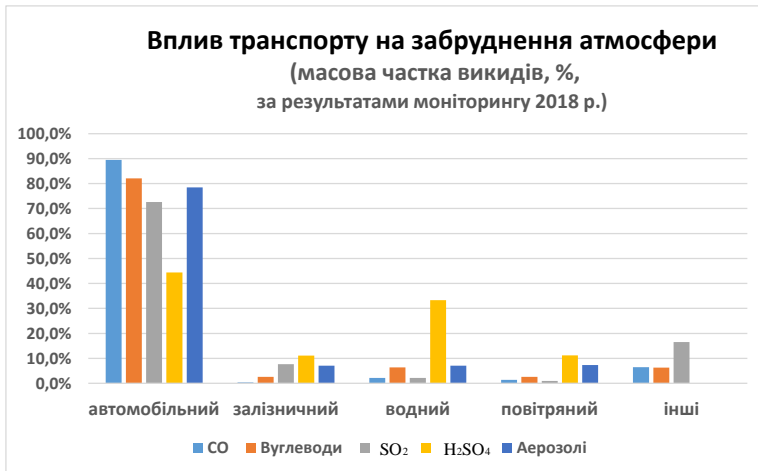


Рис. 8.4. Вплив транспорту на забруднення атмосфери

Наприклад автотранспорт, який за даними рис. 8.1 є основним забруднювачем атмосферного повітря, є також і основним споживачем моторних палив та чинить значний акустичний вплив на навколишнє середовище [2]. Тому дуже важливо, що у Національній транспортній стратегії України на період до 2030 року врахована необхідність застосування технологій, які сприятимуть збереженню навколишнього природного середовища.

На сьогоднішній день при реформуванні транспортної галузі України серед загальних проблем, що потребують вирішення, важливо звернути увагу на низький рівень контролю за показниками енергоефективності та техногенного навантаження на довкілля. Сьогодні ці показники не задовольняють екологічні вимоги ЄС. Одним із потужних засобів контролю за указаними показниками є технології геоінформаційних систем (ГІС).

ГІС використовують для вирішення багатьох практичних завдань, у тому числі і тих, що пов'язані з керуванням екологічним моніторингом. Розробка ГІС дає можливості для підвищення ефективності систематизації та узагальнення даних щодо антропогенних чинників забруднення довкілля. Використання ГІС-картографування спрощує аналіз карт регіонів за особливостями

географічного розміщення потенційно-небезпечних об'єктів транспортної інфраструктури. При цьому широкі можливості ГІС дозволяють автоматизувати процедури аналізу та прогнозування екологічного стану і тенденцій його змін як в межах певного міста або окремого регіону, так і в масштабах усієї країни.

Україна має потенціал для розвитку транспортного комплексу з урахуванням вимог охорони довкілля. Тому серед завдань реформування транспортної інфраструктури України важливе значення має покращення екологічності транспорту (зокрема, розвиток ринку електромобілів), імплементація норм і стандартів ЄС та інтеграція транспортної системи України до міжнародної європейської транспортної системи.

Список використаних джерел:

1. Марушевський Г. Б. Інтеграція екологічної політики в транспортну політику ЄС та України / Г. Б. Марушевський // Інвестиції: практика та досвід. – 2016. – №. 6. – С. 87–91.
2. Хрутьба В. О. Екологізація транспортної системи за принципами сталого розвитку / Хрутьба В. О., Спасіченко В. О., Грищук В. І., Старинець Л. М. // Вісник Національного транспортного університету. – 2017. – Вип. 3(39). – С. 221–229

ПРО РОЗРАХУНОК СТЕРЖНЕВИХ КОНСТРУКЦІЙ ЗАЛІЗНИЧНИХ БУДІВЕЛЬ І МОСТІВ

В.А. Грибовський, *Державний університет інфраструктури та технологій, студент 1-го курсу, спеціальність «Електроенергетика, електротехніка та електромеханіка»*

В.В. Ковальчук, *Державний університет інфраструктури та технологій, доцент кафедри «Теоретична і прикладна механіка», к.ф.-м.н., доцент – науковий керівник*

Для сучасного етапу розвитку транспортної інфраструктури України важливими чинниками є планова реалізація низки державних програм зі створення мережі швидкісних залізниць, інтеграція вітчизняних норм проектування з європейськими стандартами, а також розробка сучасних спеціалізованих систем автоматизованого проектування і розрахунку мостових

конструкцій. При вирішенні питань оптимізації будівельних конструкцій залізничної галузі одним із важливих напрямків наукових досліджень стає всебічне теоретичне вивчення ефективності використання ферм (стержневих систем) як альтернативної складової при будівництві залізничних мостів, будівель вокзалів та інших об'єктів транспортної інфраструктури.

Стержневі конструкції дуже поширені в практиці будівництва споруд залізничної інфраструктури. Використання таких конструкцій, виготовлених переважно з металу, зумовлене їхньою значною несучою здатністю та надійністю роботи. До того ж важливим фактором є економічність стержневих систем (низька металосміність і трудомісткість виготовлення).

При збільшенні швидкостей руху залізничного транспорту і транспортних засобів в цілому найважливішою вимогою до елементів конструкцій мостів, естакад, фермових конструкцій є забезпечення їхньої працездатності та стійкості в процесі експлуатації. Тому для оптимізації указаних конструкцій важливе значення мають розробка ефективних методів аналізу та розрахунку стержневих систем. Наукові дослідження, пов'язані з моделюванням процесів взаємодії рухомого навантаження і пружної стержневої системи, є основою для розвитку динаміки мостів [1].

На сьогоднішній день запропонована достатньо велика кількість конструкцій різноманітних просторових ферм і вузлів з'єднання їхніх елементів, які розроблені за певними критеріями оптимізації та призначені для широкого використання в різних галузях [2]. При цьому проблема розробки ефективних методик і алгоритмів проектування та обґрунтування раціональних параметрів і конфігурації фермових споруд залишається актуальною. Важливе значення тут має вибір розрахункової схеми, що забезпечить узгодженість результатів теоретичних досліджень з експериментальними даними та з результатами спостережень за експлуатаційними випробуваннями стержневих конструкцій.

При розрахунках дискретних стержневих систем усі силові фактори зводять до характерних вузлових точок і вважають, що силові та кінематичні параметри передаються від одного вузла іншому через стержні [1]. Для аналізу надійності конструкції першим етапом є статичний розрахунок. Загальні підходи до розв'язання задач оптимізації стержневих систем враховують специфічні особливості експлуатації досліджуваних стержневих

систем.

Слід зазначити, що розрахунок ферм проводять при вузловій передачі навантаження, оскільки будь-яке навантаження, як правило, можна привести до вузлового за допомогою спеціальних засобів перерозподілу. До того ж розрахунок просторової ферми можна звести до розрахунків декількох плоских ферм. Це дозволяє визначати оптимальні значення основних характеристик системи, що узгоджуються з конструкторською документацією. Також це дає можливість визначення критеріїв вибору раціональних параметрів стержневої системи, що моделює роботу мостової конструкції під час руху поїздів.

Сучасна комп'ютерна техніка й розрахункові методики, що існують, базуються на прикладних програмних пакетах і дають можливість для моделювання поведінки зварних ферм із урахуванням багатьох конструктивних, технологічних, експлуатаційних факторів для конкретної ферми за певних умов навантажування [3]. Важливим етапом при проектуванні стержневих систем залізничної інфраструктури є оцінювання вірогідності результатів використання математичного моделювання і внесення відповідних коректив у сучасні розрахункові методики з метою отримання оптимального співвідношення конструктивних параметрів системи. При аналізі придатності прикладного програмного пакета для вирішення завдань науково-дослідного та проектно конструкторського характеру при дослідженні будівельних ферм необхідно враховувати ступінь узгодження розрахункових показників напружено деформованого стану конструкції з результатами спостережень при практичній експлуатації ферми.

Список використаних джерел:

1. Распопов О. С. Рекомендації по впровадженню швидкісного руху на існуючих нерозрізних залізобетонних прогонових будовах / О. С. Распопов, О. Г. Мариніченко // Мости та тунелі: теорія, дослідження, практика, 2014. – № 5. – С. 76–82.
2. Захаров О. В. Числовий аналіз раціональних параметрів конструкції вежі для імітації навантаження ракетного стартового комплексу / О. В. Захаров, А. П. Дзюба // Проблеми обчислювальної механіки і міцності конструкцій, 2017. – Вип. 27. – С. 65–74.
3. Ковальчук Я. О. Деформування зварної будівельної ферми при

статичних навантаженнях / Я. О. Ковальчук, Н. Я. Шингера, О. І. Рибчак // Вісник ТНТУ ім. Івана Пулюя, 2014. – № 1. – С. 28–34.

РОЗВИТОК ТРУБОПРОВІДНОГО ТРАНСПОРТУ УКРАЇНИ

***А.В. Берчук**, Державний університет інфраструктури та технологій, студент 2-го курсу, спеціальність «Транспортні технології (на залізничному транспорті)»*

***В.В. Ковальчук**, Державний університет інфраструктури та технологій, доцент кафедри «Теоретична і прикладна механіка», к.ф.-м.н., доцент – науковий керівник*

Розвиток транспорту є важливою складовою розвитку країни. Без транспортування і переміщень сировини, продуктів і знарядь праці функціонування виробництва неможливо. Транспорт є тією складовою частиною народного господарства країни, яка обслуговує всі його галузі.

До єдиної транспортної системи України входять всі види транспорту: залізничний, автомобільний, трубопровідний, авіаційний, морський, річковий, поромний, міський.

Активний розвиток трубопровідного транспорту на сучасному етапі зумовлений необхідністю забезпечення доставки газу і нафти до споживачів. У сучасних умовах трубопровідний транспорт становить 11 % від обсягу світового вантажообігу. В Україні у 2018 р. трубопроводами транспортовано 7% усіх вантажів [1]. Цей вид транспорту відрізняється найменшою собівартістю і використовується для перекачування нафти, нафтопродуктів, газу, а також деяких хімічних продуктів (зокрема, аміаку). Він є одним з найефективніших, бо вартість доставки при цьому втричі дешевша порівняно із використанням залізничного чи автомобільного транспорту. Трубопровідний транспорт має також чимало інших переваг: можливість функціонування протягом усього року, висока продуктивність праці, відносно мала кількість обслуговуючого персоналу, мінімальні втрати при транспортуванні, можливість прокладання трубопроводів за найкоротшою відстанню незалежно від рельєфу, безперервність процесу транспортування, а також його екологічна чистота.

На сьогодні Україна є найбільшим у світі транзитером природного газу. Системами магістральних газопроводів, які перебувають у користуванні НАК "Нафтогаз України", російський природний газ надходить до країн Західної, Центральної та Східної Європи. Ці системи технологічно зв'язані з аналогічними магістральними газопроводами Росії, Білорусі, Молдови, Румунії, Угорщини, Словаччини та Польщі, а через них – і з газопроводами всього Європейського континенту.

Перспективами розвитку є збільшення потужностей нафтотранспортної системи. Для підвищення рівня використання виробничих потужностей нафто-транспортної системи, збільшення пропускної спроможності магістральних нафтопроводів, передбачено ряд заходів, направлених на реалізацію перспективних проєктів.

З метою підвищення пропускної здатності нафтопроводу Кременчук-Херсон, а також для забезпечення надійної експлуатації підводних переходів через річки Дніпро і Псьол необхідно спроектувати і побудувати проміжну НПС «Чикалівка». Для перевалки нафти і нафтопродуктів на танкери з використанням споруд збудованого терміналу розроблено проєкт будівництва залізничної естакади, що дасть можливість перевалки з залізниці в танкери на МНТ "Південний" додаткових обсягів нафти та нафтопродуктів в обсягах 3,2 млн. тон на рік.

У майбутньому згідно із проєктом “Енергетична стратегія України до 2035 р.” [2] обсяги споживання та власного видобутку природного газу в Україні будуть збільшуватись. Обсяги імпорту газу будуть залежати від обсягів його споживання (які в свою чергу залежать від темпів економічного розвитку країни та обсягів енергозбереження). За базовим і оптимістичним сценаріями указаної стратегії ці обсяги складуть порядку 60÷65 млрд.м³.

Аналізуючи перспективи розвитку трубопровідного транспорту України, треба зазначити, що на даний момент актуальними є питання продовження ресурсу експлуатування магістральних трубопроводів і забезпечення необхідного рівня екологічної безпеки під час їхнього ремонту [3]. Вирішення цих питань потребує системного дослідження.

Список використаних джерел:

1. Чупрін Є. С. Аналіз та перспективи розвитку транспортної галузі України з позиції автотранспортних підприємств /

Є. С.Чупрін, Д. В, Кондратенко, Є. М. Гелеверя // Наук. вісник Ужгородського нац. ун-ту. Серія «Міжнародні економічні відносини та світове господарство». – Ужгород, 2019. – Вип. 24, Ч. 3. – С. 125–130.

2. Про схвалення Енергетичної стратегії України на період до 2035 року «Безпека, енергоефективність, конкурентоспроможність»: розпорядження Кабінету Міністрів України від 18 серп. 2017 р. № 605-р [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/605-2017-%D1%80>.

3. Хрутьба В. О. Системний аналіз технології екологічно-безпечного відновлення мережі магістральних трубопроводів / В. О. Хрутьба // Управління проектами, системний аналіз і логістика. – К.: НТУ, 2018. – Вип. 17. – С.95-102.

ПРАВОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІМПЛЕМЕНТАЦІЇ СУЧАСНИХ ІННОВАЦІЙНИХ СТРАТЕГІЙ ТА МОДЕЛЕЙ ГОСПОДАРЮЮЧИМИ СУБ'ЄКТАМИ

РЕГУЛЮВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПРЕДСТАВНИЦЬКИМИ ОРГАНАМИ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ

І.М.Алмаші, *Ужгородський торговельно-економічний інститут
Київського національного торговельно-економічного університету,
к.ю.н., доцент кафедри природничо-гуманітарних та
інформаційних дисциплін*

М.М.Алмаші, *ДВНЗ «Ужгородський національний університет»,
к.ю.н., доцент кафедри конституційного права та порівняльного
правознавства*

В умовах глобалізації, розвитку технологій, інноваційної діяльності, вдосконалення технологічного процесу важливого теоретичного та практичного значення набуває дослідження проблематики регулювання інноваційної діяльності представницькими органами місцевого самоврядування.

У даній доповіді буде проаналізовано проблематику регулювання інноваційної діяльності представницькими органами місцевого самоврядування.

Інновації чи нововведення поширюються на весь спектр соціальних явищ та процесів - новий порядок, новий звичай, новий метод, нова форма управління тощо. Інновація в буквальному розумінні означає процес використання нового в будь-якій сфері діяльності [1, с. 10]. Інновації є результатом діяльності з оновлення, перетворення попередньої діяльності, що приводить до заміни одних елементів іншими або доповнення наявних новими [2, с. 6].

Згідно ст. 4 Закону України «Про інноваційну діяльність» [3] об'єктами інноваційної діяльності є: інноваційні програми і проекти; нові знання та інтелектуальні продукти; виробниче обладнання та процеси; інфраструктура виробництва і підприємництва; організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно

поліпшують структуру і якість виробництва і (або) соціальної сфери; сировинні ресурси, засоби їх видобування і переробки; товарна продукція; механізми формування споживчого ринку і збуту товарної продукції.

Важлива роль у регулюванні інноваційної діяльності належить органам місцевого самоврядування, які в межах їх компетенції: затверджують місцеві інноваційні програми; у межах коштів бюджету розвитку визначають кошти місцевих бюджетів для фінансової підтримки місцевих інноваційних програм; створюють комунальні інноваційні фінансово-кредитні установи для фінансової підтримки місцевих інноваційних програм за кошти місцевих бюджетів, затверджують їх статути чи положення про них, підпорядковують їх своїм виконавчим органам.

Одним із основних завдань на сьогодні є створення передумов для розширення сприйнятливості органів державної влади та місцевого самоврядування до інновацій, формування сприятливого інноваційного середовища всередині них [4, с. 163].

На регіональному та місцевому рівнях міські ради та місцеві державні адміністрації (в першу чергу обласні) також відіграють роль у безпосередньому сприянні та реальному відчутному стимулюванні розвитку малого та середнього підприємництва, та стартапів. З цією метою створюється низка стратегій та програм підтримки різних напрямів, зокрема Програми розвитку підприємництва [5, с. 9].

Діяльність місцевих рад у сфері регулювання інноваційної діяльності можна проаналізувати на прикладі Ужгородської міської ради. Рішенням Ужгородської міської ради № 1382 від 18.01.2019 р. було затверджено Стратегію розвитку міста «Ужгород - 2030», згідно якої стратегічною метою розвитку промислового потенціалу м.Ужгород є підвищення конкурентоспроможності промислових підприємств на засадах залучення інвестицій в модернізацію виробничих потужностей, активізації інноваційної діяльності, впровадження енергоефективних, ресурсоощадних технологій у процеси створення продукції, розширення міжнародного співробітництва [6].

Проектна пропозиція «Належне управління водними ресурсами міста Ужгород через покращення якості питної води, шляхом використання змішаних оксидантів в процесі очищення води на НФС-1, НФС-2 та НФС-3 м. Ужгород» у рамках програми «Сталий розвиток територіальних громад через партнерські проекти»

(Накора) разом з містом-побратимом Дармштадт (Німеччина) у 2019 була подана на розгляд конкурсної комісії [7].

Отже, належне регулювання інноваційної діяльності представницькими органами місцевого самоврядування має важливе значення для розбудови економічно самодостатніх і успішних територіальних громад у різних регіонах. Інновації є запорукою сучасного розвитку територіальних громад, сприяють економічній незалежності та самодостатності територіальних громад, наповненню місцевих бюджетів, вирішенню наявних соціально-економічних та екологічних проблем.

Отже, у даній доповіді проаналізовано проблематику регулювання інноваційної діяльності представницькими органами місцевого самоврядування.

Список використаних джерел:

1. Морозов Ю.П., Гаврилов А.И., Городнов А.Г. Инновационный менеджмент. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. 471 с.
2. Хачатурян Х.В. Інновації в державному управлінні: Монографія. К.: Видво НАДУ, 2005. 252 с.
3. Про інноваційну діяльність: Закон України від 4 липня 2002 року. Відомості Верховної Ради України. 2002. № 36. Ст.266.
4. Ляхоцький А., Ігнатенко О. Аналіз інноваційного середовища у міських радах України. Вісник Національної академії державного управління. 2013. №1. С.163-164
5. Аналіз правового регулювання діяльності інноваційних структур, підтримки малого та середнього підприємництва в Україні (регіональний аспект): за ред. С.В.Глібка, Ю.Є.Атаманової, О.В.Черкасова. Харків: Право, 2018. 96 с.
6. Про затвердження Стратегії розвитку міста «Ужгород -2030». Рішення Ужгородської міської ради №1382 від 18.01.2019 року. URL: https://rada-uzhgorod.gov.ua/rada_docs/show/pro-zatverdzhennya-strategiyi-rozvytku-mista-uzhgorod-2030
7. Управління міжнародного співробітництва та інновацій. URL: <https://rada-uzhgorod.gov.ua/viddil-mizhnarodnyh-grantovyh-program-ta-innovatsij>

НОРМАТИВНІ ПРОБЛЕМИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ СФЕРИ ТУРИЗМУ

В.С. Бедзир, *Ужгородський торговельно-економічний інститут
Київського національного торговельно-економічного університету,
ст. викладач кафедри менеджменту туристичного та готельно-
ресторанного бізнесу*

Україна перебуває на найнижчих рейтингових позиціях світового туристичного ринку, який забезпечує 10,3% світового ВВП. Причини – відсутність єдиного центру реалізації державної політики у сфері туризму та, як наслідок, недосконале нормативно-правове поле. Так, нинішній Держтуризм, під різними назвами, лише за неповний рік побував у підпорядкуванні чотирьох різних міністерств, але так і не обзавівся власним web-ресурсом. Синхронно в регіонах відбувається «переливання» управлінь туризму в департаменти то економічного розвитку, то молоді і спорту, то культури, втрачаючи в реорганізаційному запалі напрацювання і спеціалістів. Наразі туристична галузь залишилася без нормативно-правового ініціатора, яким був Держтуризмкурорт, ліквідований у 2015 році.

Нормативно-правова модернізація в галузі давно назріла. Згідно ст. 17 закону України «Про туризм» ліцензуванню підлягає тільки тур-операторська діяльність. В той же час ст. 19 Закону визначає встановлення відповідної категорії об'єктам туристичної інфраструктури, причому така класифікація хоч і здійснюється за заявою суб'єкта туристичної діяльності, але є обов'язковою, оскільки пункт 5 цієї ж статті забороняє надавати послуги з розміщення без наявності свідоцтва про встановлення відповідної категорії [1]. Чинна ж Постанова КМУ від 29.07.2009 р. № 803 установлює, що «категорії готелям та іншим об'єктам, що призначаються для надання послуг з тимчасового розміщення (проживання), встановлюються за результатами добровільної сертифікації послуг...» [2]. Станом на 26.11.2019 категорії встановлено 384 об'єктам туристичної інфраструктури, причому у 98 з них термін дії свідоцтва закінчився (Держтуризмом дані не поновлюються).

Обов'язкову сертифікацію послуг гостинності скасовано ще у 2012 році в рамках підготовки до проведення чемпіонату Європи з футболу. Це стало потужним стимулом для туристичної індустрії,

однак якість послуг з тих пір регулюється суто ринковим механізмом «попит-пропозиція», тобто в українських реаліях стихійно, не на користь споживача та якості. Покладатися на громадські організації (об'єднання рестораторів, готельєрів тощо) також не можна, оскільки у них поки що відсутня як корпоративна стандартизація, хоча б на рівні професійної етики, так і авторитетна історія на кшталт німецької DEHOGA (Об'єднання підприємств готельного та ресторанного бізнесу).

ДСТУ 4268:2003 «Послуги туристичні. Засоби розміщування» до готелів відносить «колективні засоби розміщування, що складаються більше ніж з семи номерів» [3, п. 4.2.1]. В той же час принципово інший нормативно-термінологічний підхід відображено в Постанові КМУ від 15.03.2006 р. № 297 «Про затвердження Порядку надання послуг з тимчасового розміщення (проживання)», за якою *колективні* засоби розміщення - загальною кількістю місць 30 або більше [4, п. 2].

Ця ж Постанова визначає, що «фізичні особи - власники або орендарі індивідуальних засобів розміщення надають послуги з тимчасового розміщення (проживання) без державної реєстрації їх як суб'єктів підприємницької діяльності» [4, п. 7]. Під цю категорію однозначно підпадають суб'єкти діяльності так званого зеленого або сільського туризму, що набув масового характеру як соціально-культурне явище і успішно розвивається як різновид підприємницької діяльності в сільській місцевості. Нормативно-правовою основою організації зеленого сільського туризму є ЗУ «Про особисте селянське господарство», за яким особисте селянське господарство не являється суб'єктом підприємницької діяльності, а тому не подає у відповідні державні органи ні статистичної, ні фінансової звітності. Наслідком чого є доволі парадоксальна ситуація, коли значний сектор індустрії гостинності нормативно відноситься не до сфери туризму, а до сільського господарства. Можливо, саме ця початкова «незарегульованість» і надала йому потужного стимулу до розвитку, однак бурхливий розвиток сільського зеленого туризму без відповідних інфраструктурних зрушень у сфері водопостачання, каналізування та вивозу сміття приводить до безконтрольного екологічного навантаження, що суперечить статті 400 (пункт «с») Угоди про Асоціацію між Україною та Європейським Союзом, що прямо вимагає чіткої взаємодії між туризмом та захистом навколишнього середовища [5].

У невизначеному стані залишається питання обліку туристичних ресурсів, немає законодавчого розуміння того, що туристичні ресурси не менш цінні, ніж ресурси мінеральні (корисні копалини), але на відміну від останніх можуть бути як наявними, так і потенційними, або такими, що можуть виявитися в майбутньому та/або бути використаними за певних. Очевидна необхідність у міжрегіональних інтегральних програмах розвитку туризму – приміром, комплексної програми розвитку Українських Карпат, яка б охоплювала принаймні Закарпатську, Івано-Франківську, Львівську, Чернівецьку області, та була б дотичною до регіональних програм розвитку наших європейських сусідів по Карпатам – Польщі, Румунії, Словаччини.

Список використаних джерел:

1. Про туризм: Закон України. Документ № 324/95-ВР; ред. від 04.11.2018. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80>
2. Про затвердження Порядку встановлення категорій готелям та іншим об'єктам, що призначаються для надання послуг з тимчасового розміщення (проживання): Постанова Кабінету Міністрів України від 5.03.2012 № 830; ред. від 01.04.2020 р. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/830-2012-%D0%BF>
3. ДСТУ 4268:2003 «Послуги туристичні. Засоби розміщування». URL: <http://dbn.at.ua/load/normativy/dstu/5-1-0-941>
4. Про затвердження Порядку надання послуг з тимчасового розміщення (проживання): Постанова Кабінету Міністрів України від 15.03.2006 № 297; ред. 13.09.2012. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/297-2006-%D0%BF/print>
1388167416296208
5. Угода про Асоціацію між Україною та Європейським Союзом. URL: http://www.kmu.gov.ua/control/publish/article?art_id=246581344

МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНИХ ВИКЛИКІВ

ВЛИЯНИЕ ИНОСТРАННОГО ИНВЕСТИРОВАНИЯ НА МАКРОЭКОНОМИЧЕСКУЮ СТАБИЛЬНОСТЬ ПОЛЬШИ

М. Артман, *Висшая школа страхования и финансов
(г. София, Болгария), аспирант*

П. Ярош, *Социально-Экономический Университет
(г. Пшевск, Польша), проректор, д.э.н., профессор*

Следует отметить, что макроэкономическая стабильность Республики Польша, вместе с удачным месторасположением в центре Европы и с развитой инфраструктурой, дало возможность ей наращивать уровень конкурентоспособности. За последние 20 лет страна продемонстрировала ежегодный средний прирост ВВП более 4%. Дружественный и стабильный макроэкономический климат в сочетании с сильным внутренним спросом и процветающей бизнес-средой является позитивным фактором привлечения иностранных инвестиций в национальную экономику.

Известная медиа компания US News & World Report, в своем последнем отчете поставила Польшу на почетное третье место в опубликованном рейтинге «Лучших стран для инвестирования 2018», пропустив вперед Малайзию и Сингапур. Данная компания, специализирующаяся на политических и экономических исследованиях, оценивала страны мира в разрезе 8 основных критериев: степень коррупции, динамики, экономической стабильности, предпринимательства, налоговой среды, инноваций, образованной рабочей силы и технических знаний [1].

Какие преимущества может предложить Республика Польша иностранным инвесторам? Всесторонний анализ позволяет нам выделить основные преимущества: достаточно либеральный и относительно безопасный инвестиционный климат; защита инвестиций от нелегальной экспроприации; государственная защита иностранных инвесторов, позволяющая им свободно конвертировать и репатриировать свою прибыль; возможность приобретения инвесторами строений и земельных участков (после

получения согласия Министерства Внутренних Дел); созданная система государственной поддержки деятельности инвесторов, в частности, получение ими налоговых льгот в местностях с высоким уровнем безработицы [2]

Кроме этого, дополнительными преимуществами для иностранных инвесторов являются: доступность государственных программ финансирования, в том числе и программ ЕС; функционирование и поддержка развития специальных экономических зон; сниженная ставка налога CIT для малого бизнеса, а именно 15% вместо 19%.

Оценивая динамику ключевых индикаторов социально-экономического развития страны за последние пять лет можем утверждать, что наблюдается стабильный прирост валового внутреннего продукта как промышленного, так и сельскохозяйственного производства, снижение уровня потребительских цен, уровня безработицы, дефицит консолидированного бюджета. Вместе с этим, существенное увеличение международных валютных резервов, рост объемов экспорта и превышение его над импортом является позитивным явлением.

За последние пять лет Польша лидирует по количеству вложенных в экономику зарубежных инвестиций. Это впервые она попала в пятерку стран-лидеров наиболее инвестиционно привлекательных для ПИИ. Согласно отчетным данным ЕУ, только в прошлом году в Польше реализовано было 256 новых проектов ПИИ, финансируемых за счет привлеченного капитала из-за рубежа. Этот показатель на 21% выше значения предыдущего года. В рамках таких масштабных инвестиций, Республика Польша может рассчитывать на минимум 43 тысячи новых рабочих мест и это первый результат в Европе.

Следует отметить, что иностранные компании в Польше не только значительно повышают уровень занятости, но и предлагают стабильную и привлекательную оплату труда, инвестиции в развитие кадрового потенциала, расширение экспорта и генерирование доходов в сферу публичных финансов.

По объему вливаний капитала, среди стран Центральной и Восточной Европы Польша входит в состав лидеров. Особенно зафиксировано повышение инвестиционной привлекательности и, как следствие, инвестиционной активности в столицу РП - Варшаву. Она входит в тройку наиболее привлекательных городов

мира для вложения ПИИ. Как было отмечено ранее, потоки инвестиций в польскую экономику в основном поступают из Западной Европы, а также США (около 80-ти процентов всех ПИИ).

Инвестиционные ресурсы зарубежных инвесторов в основном реализуются в промышленном секторе экономики, транспортной сферы и хранения, бизнес-услуг и операций с недвижимостью, а также торговли. В 2005-2018 годах в этих сферах было реализовано 95% проектов в Польше. В это же время, главной движущей силой инвестиционной деятельности эксперты называют все же сферу услуг, ПИИ в которую имеют положительную динамику.

Представленные данные анализа ИД свидетельствуют о стабильно положительной динамике наращивания темпов инвестиционной активности в стратегически важных секторах и отраслях национальной экономики. Однако, в то же время следует отметить об колебаниях в инвестиционной деятельности самой Польши на мировом инвестиционном рынке. Так, в частности активы страны по ПИИ в анализируемом периоде существенно снизились. Указанные обстоятельства свидетельствуют об необходимости задействования комплекса мер управленческого характера с целью повышения эффективности инвестиционной деятельности.

Список использованных источников:

1. Почему стоит инвестировать в Польшу. Плюсы инвестирования в Польшу в 2018 году URL: <https://mojafirma.org/pochemu-stoit-investirovat-v-polshu>
2. Инвестиции в Польше URL: <http://www.polska.ru/biznes/ekonomika/inwesticji.html>
3. Poland: Land of rising opportunities, 2019 URL: https://www.paih.gov.pl/publikacje/inwestorzy_zagraniczni_w_polsce

PANDEMIC ECONOMY: CURRENT CHALLENGES, PROBLEMS, NEW RISKS AND THREATS

I. Britchenko, *State Higher Vocational School Memorial of Prof. Stanislaw Tarnowski in Tarnobrzeg, Doctor of Economics, Professor; VUZF University of Finance, Business and Entrepreneurship, Professor*

M. Bezpartochnyi, *National Aerospace University named after N. Zhukovsky "Kharkiv Aviation Institute", Doctor of Economics, Professor, Department of Economics and Marketing*

Before pandemic the world economy had a pre-crisis situation which was characterized by unprecedented imbalances in the global financial and economic system, the lack of growth in world GDP, which posed a real threat to the world economic order. Almost all global analysts predicted a global economic crisis at the end of 2019. For the first time since time immemorial, bank interest rates in all countries have dropped to unprecedented low levels. Often interest rates were 0% or even negative. The EU's financial system has been so disfigured by the VAT tax that fraud with this tax has reached a scale far exceeding hundreds of billions EUR and in fact got out of control of the authorities. The imperfection of the EU's financial system led to Brexit, statements by the actually bankrupt Italy, and other countries about their intention to leave the euro zone. The EU was not able to adopt a budget for the next 7 years. The US trade wars with China, the US with Europe, the complete impasse of the Russian economy and much more led to the fact that the global crisis was already on the verge. The global recession was about to begin.

As a result of the pandemic, four major events occurred:

- 1) huge reduction in GDP in almost all countries;
- 2) the USA, the EU and many other countries have adopted laws on the so-called anti-crisis infusion of money into the economy on an enormous scale. At the same time, states were allowed to deviate from the standard proportion of public debt relative to GDP. Typically, such a standard was 60%. Now there are no legal prohibitions on increasing public debt under the legalized right of central banks to virtually unlimited emission. That is, all countries can print money, multiply government debt almost unlimited;
- 3) the population as the main consumer of material goods is frightened and partially deprived of livelihoods, which will gradually

decrease consumer demand around the world;

4) at first the global confrontation of modern energy-saving technologies with hydrocarbon production began under the flag of ecology and energy rationality, to which more recently an unprecedented earlier oil confrontation joined the non-oil market, smoothly transitioning to the gas market, which has actually already gone beyond the framework of a purely economic process.

It is important to understand that on the scale of the world economy apart from these processes nothing significant has happened. All other processes and phenomena do not have any significant economic consequences.

A huge monetary emission with a gigantic reduction in global GDP and solvent demand will indeed lead to tectonic changes in the global economic order. In order to clearly understand the essence of these changes it is necessary to understand that in the economy not figures, formulas or calculations, but proportions, like starting conditions and the final result of economic processes are of fundamental importance. **It is the proportions of the world economy that will determine the future world economic order.** It is proportions that will form the objective conditions for the development of the world economy. It is not so important how much a particular product is worth, as in fact, it is important how many other products you can buy for it.

The fall in world GDP in all countries will be enormous. And it's not so important how specifically the percentage will fall. It is important that a drop in GDP will make the economies of developed countries even stronger with respect to the economies of less developed countries. **At the same time, the more GDP will fall (that is, the deeper the economic crisis will be), the more developed countries will become in relation to less developed ones.** Such an effect is inevitable even if the GDP of developed countries decreases by the same percentage as the GDP of developing countries. At the same time, it should be noted that the level of decline in GDP of rich countries will be significantly lower than the level of decline in GDP of undeveloped countries.

Issued cash emissions in almost all countries and an increase in government loans will lead to a significant depreciation of the money supply. But here the above effect will also be observed and rich countries will significantly strengthen their positions in relation to the poor. And besides, the greater the "anti-crisis injections" into the economy the greater will be the advantage of rich countries. This effect is obvious even if the currencies of rich and poor countries were

equivalent. And taking into account the unequal currencies of developed and undeveloped countries, this effect due to the banking specifics will be multiplied. First of all, countries whose currencies are global will win. Moreover, it is they who will carry out the issue and it is they who will decide where exactly the injections of saving money will be carried out. The exchange rate differences between currencies and interstate borrowings will strengthen the rich, developed countries much more than the changing proportions in the structure of GDP. Therefore, the most developed countries are actually not very concerned about the fall in GDP, because they have a much more effective tool – this is what they control the printing press. In fact, everything is now in their hands, they are active players, and the rest can only passively react. Such is the lot of poor economies.

A widespread decline in consumer demand will similarly strengthen the economies of developed countries. At the same time, the more solvent demand decreases, the more attractively the solvency of developed economic countries will grow exponentially.

The “Great Oil War” looks very unusually attractive. In the current economic conditions, the role of Russia will obviously fall to a minimum even without an oil conflict. But the oil wars are really capable of simply resetting Russia to the point of no return. Moreover, Russia has no chance to resolve the situation peacefully, that is, in an economic way. Arabs have it! Arabs, on the one hand, are not interested in strengthening the USA, Europe, China, Japan and England, and obviously understand that the fall in oil prices is working against them. But unlike Russia, they have a way out and not even one. Just Russia is stopping them. Here are a few exits for the Arab world. Здесь очень много будет зависеть от человеческого фактора, то есть от системы государственного управления. Create a single monetary union with the Arab countries, from the beginning oil producing countries, and then attach the currencies of the other Arab countries to the single Arab currency. Moreover, unlike the EU, they do not have linguistic and religious diversity. There are other solutions. But here Russia is like a splinter with its war in Syria and inadequate imperial behavior in the Arab world. As an option, the Arabs can generally deliver oil to Europe for almost half a year for free in order to stop all the wells in Russia that it would be impossible to renew, then to completely dominate the world oil market and return all losses incurred earlier. Here a lot will depend on the human factor, that is, on the public administration system.

Thus, with the advent of the pandemic associated with COVID-19,

all economic processes in the world are changing. This is especially noticeable in the imbalances in GDP, migration processes, the structure of consumption of economic goods, financial markets, the closure of borders, and reallocation of financial resources.

References:

1. Bezpartochnyi M. Methodological tools for assessing suppliers of trade enterprises. Formation strategy of economic structures: the tools and practices: [Collective monograph] / edited by A. Berezin, M. Bezpartochnyi. Riga: «Landmark» SIA, 2016. P. 110–120.
2. Брітченко І.Г. Маркетинг у банках: навч. посіб. /Брітченко І.Г., Бєлявцев М.І., Тягунова Н.М.// Полтава: РВЦ ПУСКУ, 2008. - 345 с.
3. Bezpartochnyi M., Živitere M., Riashchenko V. Modern vision of effective functioning and development of tourist enterprises. Mechanisms and models of development of entities tourist business: collective monograph / edited by A. Berezin, M. Bezpartochnyi. ISMA University. Riga: «Landmark» SIA, 2016. P. 8–14.
4. Брітченко І.Г., Момот О.М., Сасенко В.Г. Економічні проблеми розвитку підприємницької функції в секторах економіки національного господарства / під наук ред. проф. Брітченко І.Г. – Донецьк-Полтава: ООО «Техсервіс», 2012. – 640с.
5. Мікловда В.П., Брітченко І.Г., Кубіній Н.Ю., Дідович Ю.О. Ефективність стратегічного управління підприємствами: сучасні проблеми та перспективи їх вирішення. - Полтава: ПУЕТ, 2013. - 240 с.
6. Bezpartochnyi M., Živitere M., Riashchenko V. The modern concept of operation and development of retail. Innovative approaches in the management of competitiveness of businesses: collective monograph / edited by A. Berezin, M. Bezpartochnyi. ISMA University. Riga: «Landmark» SIA, 2016. Vol. 2. P. 8–14.
7. Брітченко І.Г. Маркетинг менеджмент: новые решения / АА Шубин, РК Перепелиця, ГИ Брітченко. - Донецк: ДонНУЕТ им. М. Туган-Барановского, 2007. - 326 с.
8. Bezpartochnyi M., Živitere M., Riashchenko V. Use of cluster analysis to ensure the effective functioning and development of retail. Innovative approaches in the management of competitiveness of businesses: collective monograph / edited by A. Berezin, M. Bezpartochnyi, in 2 vol. ISMA University. Riga: «Landmark» SIA, 2016. Vol. 2. P. 51–55.

9. Брітченко І.Г. Переваги застосування нових кредитних технологій // Схід. – № 3 (53). – 2003. – С. 55–58.
10. Bezpartochnyi M. European model of consumer protection. Legal mechanisms to ensure the activities of economic entities: collective monograph. ISMA University. Riga: «Landmark» SIA, 2016. P. 50–65.
11. Брітченко І.Г., Князевич А.О. Контролінг: навч. посіб. // І.Г. Брітченко, А.О. Князевич. - Рівне: Волинські обереги, 2015. – 280 с.
12. Князевич А.О. Кластерний підхід до створення інноваційної інфраструктури країни / А.О. Князевич, І.Г. Брітченко // Науковий вісник Мукачівського державного університету. – Серія «Економіка». – Вип. 2(4). – Ч. 2. – 2015. – С. 24-28.
13. Bezpartochnyi M., Živitere M., Riashchenko V. Management and strategies of financial activities of trade enterprises. Organizational and economic mechanisms of development of the financial system: collective monograph / edited by M. Bezpartochnyi. ISMA University. Riga: «Landmark» SIA, 2016. P. 101–117
14. Брітченко І.Г. Концепція виробничого менеджменту підприємства // 36. наукових праць “Торгівля і ринок України”. – Випуск 12. – Том II. – Донецьк: ДонДУЕТ, 2001. – С. 31-36.
15. Bezpartochnyi M., Živitere M., Riashchenko V. Specific features of personnel management system of trade enterprises. Theoretical, methodological and practical foundations of human resources management: collective monograph / edited by M. Bezpartochnyi. ISMA University. Riga: «Landmark» SIA, 2016. P. 10–18.
16. Брітченко І.Г. Формування системи державного управління інвестиційним процесом як головна передумова економічного зростання в Україні / Брітченко І.Г., Кужелев М.А. // Вестник ДонГУЭТ- №12 - Донецк: ДонГУЭТ, 2001.- С. 15-22.
17. Bezpartochnyi M., Živitere M., Riashchenko V. Creating a marketing strategy on agriculture market. Formation of modern social, economic and organizational mechanisms development of entities agrarian business: collective monograph / edited by M. Bezpartochnyi. ISMA University. Riga: «Landmark» SIA, 2017. P. 52–68.
18. Брітченко І.Г. Вплив малого бізнесу на регіональний розвиток // Науковий вісник ПУЕТ. - № 4 (43) / 2010 – Полтава: ПУСКУ, 2010. – С. 15 - 19.
19. Bezpartochnyi M., Živitere M., Riashchenko V. Organizational and legal aspects of free trade zone between Ukraine and the European Union // Transformation of international economic relations: modern challenges, risks, opportunities and prospects: collective monograph /

edited by M. Bezpartochnyi. ISMA University. Riga: «Landmark» SIA, 2017. Vol. 1. P. 176–186.

20. Bezpartochnyi M., Britchenko I. Development the wholesale enterprises region through business process reengineering. Transformational processes the development of economic systems in conditions of globalization: scientific bases, mechanisms, prospects: collective monograph / edited by M. Bezpartochnyi. ISMA University. Riga: «Landmark» SIA, 2018. Vol. 1. P. 10–22.

21. Bezpartochnyi M., Britchenko I., Jarosz P. Reengineering business processes as a modern innovation of development wholesale enterprises region. Management of innovative development the economic entities: collective monograph / edited by M. Bezpartochnyi, I. Britchenko. Higher School of Social and Economic. Przeworsk: Wydawnictwo i Drukarnia NOVA SANDEC, 2018. Vol. 1. P. 10–24.

22. Bezpartochnyi M., Britchenko I., Jarosz P. Economic diagnostics in ensuring of competitiveness the economic entities. Conceptual aspects management of competitiveness the economic entities: collective monograph / edited by M. Bezpartochnyi, I. Britchenko. Higher School of Social and Economic. Przeworsk: WSSG, 2019. Vol. 1. P. 10–19.

23. Rjashchenko V., Živitere M., Bezpartochna O. Reengineering of business processes at enterprises of consumer co-operation. Conceptual aspects management of competitiveness the economic entities: collective monograph / edited by M. Bezpartochnyi, I. Britchenko. Higher School of Social and Economic. Przeworsk: WSSG, 2019. Vol. 2. P. 85–98

24. Ножова Г.В., Брітченко І.Г. Інноваційна діяльність в контексті стратегічного управління // Науковий вісник ПУЕТ. - № 6 (51) / 2011. Частина 1 – Полтава: ПУЕТ, 2011. – С. 34 –39.

25. Брітченко І.Г., Гаврилко П.П., Завадяк Р.І. Стратегічне управління інноваційною діяльністю як основа конкурентоспроможності // Науковий вісник УжНУ. – № 35/2012. Частина 1. – Ужгород: УжНУ, 2012. – С. 27 – 32.

26. Князевич А.О., Брітченко І.Г. Сутність та специфіка формування соціально-орієнтованої інноваційної інфраструктури // Науковий журнал "Менеджер". Вісник донецького державного університету управління. - № 3 (65)/2013. – Донецьк: ДонДУУ, 2013. – С. 68 – 73.

27. Кужелев М.О., Брітченко І.Г. Корпоративний контроль інсайдерської ренти // Науковий вісник ПУЕТ - № 1 (56) / 2014 – Полтава: ПУЕТ, 2014. – С. 281 – 285.

28. Князевич А. А. Организационно-правовые основы регулирования деятельности субъектов инновационной инфраструктуры Украины / А. А. Князевич, И. Г. Бритченко // Новая экономика. – Минск (Беларусь). – № 1(63). – 2014. – С. 137–142.
29. Бритченко И. Модернизация инновационной инфраструктуры Украины в процессе конвергенции с ЕС / И. Бритченко, А. Князевич // The international journal «Sustainable development». – «Технический университет», г. Варна (Болгария). – № 6 (27). – 2015. – С. 4–10.
30. Bezpartochnyi M., Britchenko I., Bezpartochna O., Mikhel V. Economic diagnostics as a tool for transformation of organizational-legal forms of economic activity in the field of agriculture. Management mechanisms and development strategies of economic entities in conditions of institutional transformations of the global environment: collective monograph / edited by M. Bezpartochnyi. ISMA University. Riga: «Landmark» SIA, 2019. Vol. 1. P. 259–269.
31. Бритченко І.Г. Передумови сталого розвитку національних соціально-економічних систем, що формують Європейський Союз / Бритченко І.Г., Стьопочкін А.І. // Економіка і організація управління. Збірник наукових праць ДонНУ - Вінниця. - Випуск № 3 (23). - 2016. С. 40-49.
32. Бритченко И.Г. Бизнес в Украине: Социально-экономические процессы ориентированные на внешнеэкономические связи / Бритченко И.Г., Саенко В.Г. // Науковий вісник УжНУ. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство - № 10 Ч. 1. - Ужгород: УжНУ, 2016. - С. 64-70.
33. Бритченко И.Г. Виртуальные банки и их связь с реальной банковской системой // Наука, релігія, суспільство. – № 2. – 2001. – С. 3–10.
34. Бритченко И. Модернизация инновационной инфраструктуры Украины в процессе конвергенции с ЕС / И. Бритченко, А. Князевич // The international journal «Sustainable development». – «Технический университет», г. Варна (Болгария). – № 6 (27). – 2015. – С. 4–10. (Наукометрическая база JIFACTOR).
35. Бритченко І.Г., Перепелиця Р.К. Оцінка кредитоспроможності емітента корпоративних облігацій // Вісник НБУ. – № 11 (117). – 2005. – С. 32–37.
36. Бритченко І.Г. Підвищення конкурентоспроможності банків на ринку банківських послуг України // Науковий вісник УжНУ (Серія

економіка). Випуск 1 (45). - Том. 1/ 2015. - С. 176-180.

37. Iryna Diachuk, Igor Britchenko, Maksym Bezpartochnyi Content marketing model for leading web content management // *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, volume 318, pp. 119-126. – 3rd International Conference on Social, Economic, and Academic Leadership (ICSEAL 2019), Web of Science
38. Serhii Tkachenko, Igor Britchenko, Maksym Bezpartochnyi Leading methods for promoting finished product quality // *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, volume 318, pp. 99-106. – 3rd International Conference on Social, Economic, and Academic Leadership (ICSEAL 2019), Web of Science
39. Шубін А.А., Брітченко І.Г., Перепелиця Р.К., Брітченко Г.І. Маркетинг менеджмент: новые решенияю - Донецьк: ДонНУЕТ ім. М. Туган-Барановського, 2007. – 326 с.
40. Мікловда В.П., Брітченко І.Г., Кубіній Н.Ю., Колодинський С.Б, Ціцак Л.М. Стратегічне управління конкурентоспроможністю: епістологічні підходи та практична проблематика. - Полтава : ПУЕТ, 2013. – 307 с.
41. Bezpartochna O. Study of the modern production and economic relations of the enterprises of agricultural complex in Poltava region / Bezpartochna O., Britchenko I., Jarosz P., Radochonska-Jarosz R. // *Organizational-economic mechanism of management innovative development of economic entities: collective monograph / edited by M. Bezpartochnyi*, in 3 Vol. / Higher School of Social and Economic. – Przeworsk: WSSG, 2019. – Vol. 1. – pp. 142-153.
42. Bezpartochnyi M. Modern approaches to formation the mechanisms of management and regulation the activity of trade enterprises / Bezpartochnyi M., Britchenko I., Jarosz P., Radochonska-Jarosz R. // *Organizational-economic mechanism of management innovative development of economic entities: collective monograph / edited by M. Bezpartochnyi*, in 3 Vol. / Higher School of Social and Economic. – Przeworsk: WSSG, 2019. – Vol. 1. – pp. 300-310.
43. Bezpartochna O. Gamification. Haven't we overplayed? / Shamshina T., Koryuhina C., Riashchenko V., Bezpartochna O. // *Organizational-economic mechanism of management innovative development of economic entities: collective monograph / edited by M. Bezpartochnyi*, in 3 Vol. / Higher School of Social and Economic. – Przeworsk: WSSG, 2019. – Vol. 3. – pp. 275-287.
44. Riashchenko V., Korjuhina J., Bezpartochnyi M. Modern management decision-making approaches // *Strategies for sustainable*

socio-economic development and mechanisms their implementation in the global dimension: collective monograph / edited by M. Bezpartochnyi, in 3 Vol. // VUZF University of Finance, Business and Entrepreneurship. – Sofia: VUZF Publishing House “St. Grigorii Bogoslov”, 2019. – Vol. 1. – pp. 83-91.

45. Bezpartochna O., Britchenko I. Study of etymology of concept “the economic diagnostics of agricultural enterprises” // Strategies for sustainable socio-economic development and mechanisms their implementation in the global dimension: collective monograph / edited by M. Bezpartochnyi, in 3 Vol. // VUZF University of Finance, Business and Entrepreneurship. – Sofia: VUZF Publishing House “St. Grigorii Bogoslov”, 2019. – Vol. 1. – pp. 16-32.

46. Britchenko I., Bezpartochnyi M., Maslii N. (2019) Financial decentralization in Ukraine: prerequisites, problems, prospects. VUZF review, No. 4(4), pp. 25-44. ISSN 2534-9228

47. Britchenko I., Bezpartochnyi M., Levchenko Y. (2020) Development of methodology of alternative rationale for financial ensuring of bridges building. VUZF review, No. 5(1), pp. 43-49. ISSN 2534-9228

NON-TARIFF MEASURES AND GEORGIA-EU TRADE INTEGRATION PROSPECTS

L. Jamagidze, *Iv. Javakhishvili Tbilisi State University,
PhD in Economics, Assistant Professor*

The goal of the present paper is to analyze non-tariff measures (NTMs) and Georgia-EU trade integration prospects. It is focused on bilaterally applied technical barriers to trade (TBT) and Sanitary and phytosanitary SPS measures with their implications for trade flows.

Generally there is a positive correlation between the level of development and the use of NTMs. Ghodsi et al. (2017) show that richer countries apply more NTMs than poorer countries. The situation in EU is similar to that in international trade globally: obvious barriers such as tariffs have been removed, whereas NTMs as means of trade regulation are broadly used. The most prevalent measures are SPS measures for agriculture and food products and TBT for industrial products. Overall, TBT measures are the most common type of NTMs imposed by

countries worldwide, followed by price control measures. Agriculture has a high incidence of product and process regulations, while consumer regulations tend to be concentrated in primary products (Ederington & Ruta, 2016). Globally TBT are imposed on approximately 30% of products and trade. SPS measures are imposed on approximately 15% of trade. According to UNCTAD TRAINS database in the EU there are 319 TBT currently in force towards all partners. Among them 29 measures are bilateral. Overall 4824 category of products are subject to TBT regulation. The number of products affected by at least one SPS measure accounts 1554. In EU the highest level of SPS coverage and frequency ratios (above 90%) are observed in animal, vegetable and food sectors, while the lowest - in fuel and mineral sectors. Compared to SPS measure, TBT are even more intensively used, evidenced by the fact that the majority of sectors are subject to strict TBT regulation in the EU. For all aggregated sectors coverage and frequency ratios account 94.12% and 93.13% respectively and for the majority of sectors TBT coverage and frequency ratios are above 90%. Another feature of using NTMs is related to the varieties in the state of implementation of EU single market legislation at the national level. Member countries differ in their performance levels in the transposition of EU law (Szczepański, 2017). NTMs have a protectionist and discriminatory effect, when they are excessively and unjustifiably applied or poorly implemented. According to Global Trade Alert data, in 2009-2017 the majority of trade interventions made by the EU were detrimental to trade. Namely, from 2068 trade interventions 90% were trade restrictive.

During 2014-2019 total trade flows between Georgia and the EU increased. Taken export and import flows separately, there was a decrease in the share of imports from EU in Georgia's total imports from 27.8% to 25.61% in 2019, while EU's share in total Georgian exports remained stable (21.8%) (EU, 2020). NTMs have greater significance for Georgian exporters, as EU applies greater number of NTMs towards Georgia, than vice versa. There are 402 measures currently in force which can affect imports from Georgia. Among them the majority (290 in total) are TBT and SPS measures.

Qualitative research conducted about the impact of the EU's NTMs on Georgia's exports, as shown on Fig. 10.1 gives evidence that the impact of all SPS categories (prohibitions, requirements, conformity assessments, etc) is perceived by the majority of exporters as either not restrictive at all or restrictive to a small extent. The perception is similar about TBT, as shown by Fig. 10.2.

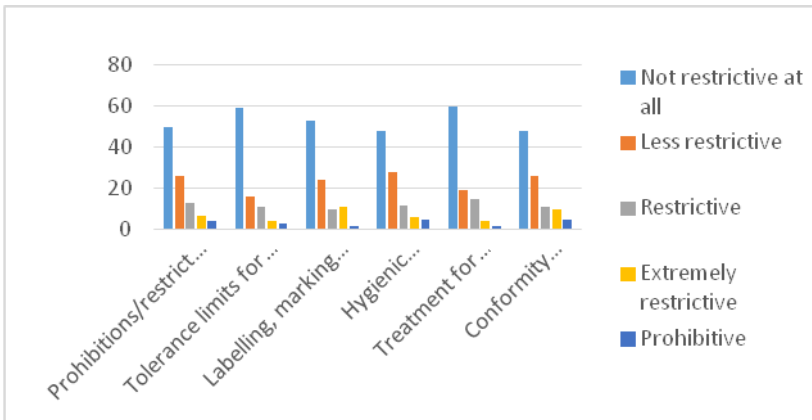


Figure 10.1 Impact of SPS Measures applied by the EU on Georgia's Exporters

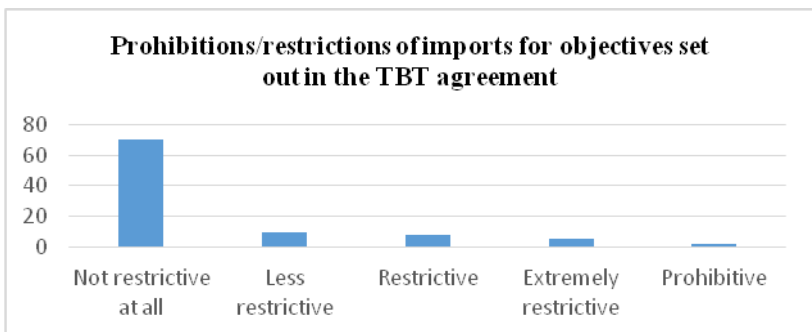


Figure 10.2 TBT applied by the EU towards Georgia

Although active exporters do not find SPS and TBT measures restrictive for their trade transactions, they seem costly for potential exporters. Approximation to EU by adoption of European standards on TBT which is currently under way will further enhance exportability of industrial products, while in agricultural and food industries small firms and family-owned farms face large costs for the adoption of EU SPS regulations (EU, 2020). Therefore Georgia takes step-by-step approach and relies heavily on the financial aid from the EU in implementing SPS institutional infrastructure. NTM harmonization is part of trade-related institutional importation (Jamagidze, 2019). In order to benefit from

increased trade integration Georgia needs to be focused more on behind-the-border infrastructure of trade and keep going along the approximation path. Harmonization in the areas of SPS and TBT will enhance trade integration prospects for the potential small and medium-sized exporters.

References:

1. Ederington, J., Ruta M. (2016). Non-tariff Measures and the World Trading System; ch 13 of K. Bagwell and R. Staiger, eds., Handbook of Commercial Policy; Amsterdam: North Holland.
2. European Union. (2020). Association Agreement between the EU and Georgia. European Implementation Assessment (update)
3. Ghodsi, M., J. Grübler, O. Reiter and R. Stehrer (2017), The Evolution of Non-Tariff Measures and their Diverse Effects on Trade, wiiw Research Report 418, May 2017
4. Global Trade Alert. URL: https://www.globaltradealert.org/global_dynamics
5. Jamagidze, L. (2019). Institution Importation in Georgia-EU Trade Relations. Journal "Ekonomika da Biznesi", No. 3, pp. 199-216
6. Szczepański, M. (2017). Understanding Non-tariff Barriers in the Single Market.

ВИЗНАЧЕННЯ МІСЦЯ БРІКС ЯК МРУ В СУЧАСНОМУ ГЛОБАЛЬНОМУ ЕКОНОМІЧНОМУ ВРЯДУВАННІ

***А.В. Кобилянська**, Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка, професор кафедри агрологістики та управління ланцюгами постачань, к.е.н., доцент*

Заснована в 2006 році БРІК(С), спочатку як об'єднання чотирьох найбільших економік світу що активно розвиваються (Бразилія, Російська Федерація, Китай, Індія), які пізніше долучили до своїх лав Південну Африканську Республіку (2011 р.), промовисто проявила себе як актора глобального економічного врядування вже в 2009 році на тлі світової фінансової кризи.[1]

На практиці це знайшло своє відображення, в тому числі, в рішеннях ухвалених на Самміті Великої 20, коли Китай затвердив

стимулюючий пакет відновлення в обсязі 585 млрд. дол. США, а Бразилія перетворилася з нетто-дебетора МВФ в найбільшого донора інституції. Втім, як видно, тоді зусилля країн-учасниць БРІКС все ще носили внутрішній характер. [2:3]

Концентруючись на таких сферах економічного співробітництва, як: енергетика, транспорт, телекомунікації, соціально-трудова відносинами, БРІКС створив власний банк розвитку з метою фінансування інфраструктурних проектів країн-учасниць об'єднань. З цієї точки зору банк розвитку БРІКС міг би відігравати одну із значних ролей в глобальному економічному врядуванні, втім сфера охоплення є наразі географічно обмеженою.

З інформації з відкритих джерел вбачається, що з більшою частиною ініціатив в БРІКС виступає Російська Федерація, а відповідні проекти та заходи переважно сконцентровані в сфері захисту, безпеки та оборони, незалежно від того в якому блоці економічних питань розташовані ці ініціативи. Так очевидним є і той факт, що більшість ініціатив мають двосторонній характер, більшість проектів реалізується в межах єдиного географічного континенту, іншими словами ініціативи щодо ПАР та Бразилії зустрічаються значно рідше. Таким чином, незважаючи на технічний прогрес та цифрову революцію, географічний критерій та критерій взаємодоповнюваності в економічному та політичному сенсі не втрачають своєї актуальності ані у випадку простої міжнародної економічної інтеграції, ані мега-регіональної інтеграції.

Втім варто підсумувати, що протягом періоду свого існування БРІКС набули певних рис формальної організації. В табл. 10.1 запропоновано основні інституціолізовані інструменти глобального економічного врядування БРІКС.

Варто зауважити, що на відміну від інших мега-регіональних угод та об'єднань БРІКС вкрай скромно ознаменовані підписанням принаймні двосторонніх преференційних торговельних угод. Це свідчить, по-перше, про відсутність зацікавленості в полегшенні ведення двосторонньої торгівлі між країнами учасницями, по-друге, про відсутність необхідності в преференційному режимі, чи то через невеликі обсяги, чи то через розбіжність в товарній структурі зовнішньої торгівлі, відсутність компліментарності, по-третє, про те, що подальше співробітництво в економічній сфері буде менш активним ніж у випадку інших МРУ/О, які об'єднують країни з численними ПТУ.

Таблиця 10.1

**Специфічні інституціоналізовані ініціативи БРІКС в контексті
глобального економічного врядування**

Документ	Тематична спрямованість Сфера ГЕВ	Географічна спрямованість
Cooperation agreement on innovation	Інноваційний розвиток (в т.ч. інвестиції) Виробництво Технології та розробки	Країни БРІКС
Memorandum of understanding on cooperation among BRICS export credit insurance agencies	Фінанси (страхування міжнародної торгівлі, кредитування експорту та захист інвестицій)	Країни БРІКС
Agreement on the New Development Bank	Фінансування інфраструктурних проєктів та проєктів сталого розвитку	Країни БРІКС та інші країни, що розвиваються
Contingent Reserve Arrangement (щодо створення пулу умовних валютних резервів)	Захист від ризиків на світових фінансових ринках, а саме вирівнювання платіжних балансів у випадку їх різких змін шляхом видачі тих чи інших валют на умовах повернення (як альтернатива МВФ)	Країни БРІКС

Джерело: складено автором з врахуванням [14, с.279]

Додаткова невизначеність в можливості реалізації впливу на глобальне економічне врядування пов'язане зі статусом БРІКС, яке визначено як неформальну організацію.

Список використаних джерел:

1. BRICS official web-site. Joint Statement of the BRIC Countries' Leaders. Yekaterinburg, Russia. 2009. URL: <http://infobrics.org/document/3/>
2. Haibin, N. BRICS in Global Governance: A Progressive Force?, New York: Friedrich Ebert Stiftung. 2012. С.1-8. URL: <https://library.fes.de/pdf-files/iez/global/10227.pdf>
3. The New York Times. A Year Later, China's Stimulus Package Bears Fruit. 2009. URL: <https://www.nytimes.com/2009/10/23/>

business/global/23iht-rglobalchin.html

4. Цинсун В. Роль БРИКС в глобальном управлении и трансформации мирового порядка: китайский взгляд. Государственное управление. Электронный вестник. 2015. № 48. С. 273-286. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-briks-v-globalnom-upravlenii-i-transformatsii-mirovogo-poryadka-kitayskiy-vzglyad>

ГЛОБАЛІЗАЦІЯ В УМОВАХ СУЧАСНИХ МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН

Я.А. Коробко, *Первомайська філія Національного університету кораблебудування імені адмірала Макарова, студентка 4-го курсу, спеціальність 051 «Економіка»*

І.О. Жувагіна, *Первомайська філія Національного університету кораблебудування імені адмірала Макарова, декан інженерно-економічного факультету, доцент кафедри економіки та організації виробництва, к.е.н., доцент – науковий керівник*

На сучасному етапі розвитку світової економіки відбуваються суттєві зміни всієї системи міжнародних відносин, посилюється взаємовплив та взаємозалежність різних сфер і чинників економіки, що є закономірним і цілком логічним процесом. Поступове накопичення кількісних змін у розбудові світового господарства привели світ до якісно економічного зростання, до більш високої стадії інтеграції – глобалізації.

Специфіку процесів глобалізації в умовах трансформаційного розвитку української економіки і проблем ефективної інтеграції України до світової економіки розглянуто у працях вітчизняних авторів В. Будкіна, І. Бурковського, А. Гальчинського, В. Геєця, А. Кредісова, Д. Лук'яненка та ін.

Одним із ключових процесів розвитку світової економіки є прогресуюча глобалізація, тобто якісно новий етап у розвитку інтернаціоналізації господарського життя [1].

Ставлення до глобалізації фахівців є неоднозначним, а часом і діаметрально протилежним. Це пов'язано з різними точками зору щодо наслідків глобалізаційних процесів, де одні вчені вбачають серйозну загрозу світовій економічній системі, а інші розглядають їх як засіб подальшого прогресу економіки.

Безсумнівно, наслідки глобалізації можуть носити як позитивний, так і негативний характер, однак альтернативи тут не існує, у зв'язку з чим основну увагу наукових дослідженнях приділено дослідженню проблем та перспектив глобалізації міжнародних економічних відносин.

Глобалізацію міжнародних економічних відносин можна охарактеризувати як посилення взаємозалежності та взаємовпливу різних сфер економіки в рамках міжнародних відносин. Це означає, що будь-яка комерційна трансакція буде неминуче торкатися внутрішньої економіки, виробництва, екології, соціальних відносин, політики тощо.

Глобалізація стала найважливішою реальною характеристикою сучасної світової системи, однією з найбільш впливових сил, за якої структури національного виробництва і фінансів стають взаємозалежними, прискорюються у результаті збільшення числа укладених і реалізованих зовнішніх угод [2].

Глобалізація, яка охопила всі регіони і сектори світового господарства, принципово змінює співвідношення між зовнішніми та внутрішніми чинниками розвитку національного господарства. Жодна національна економіка не може більше бути самодостатньою виходячи з наявних чинників виробництва, технологій та потреби в капіталі. Жодна держава не в змозі раціонально формувати і реалізовувати економічну стратегію розвитку, не враховуючи пріоритети та норми поведінки основних учасників світогосподарської діяльності [3].

Відтак, глобалізація є невідворотним процесом, сутністю якого є абсолютна влада світового порядку над державами та суспільствами.

Глобалізація розглядається науковою спільнотою як така, що не має аналогів у світовій історії, вона впливає на глибокі зміни в розвитку держав та суспільств, які пристосовуються до існування в межах взаємозв'язаного, але достатньо невизначеного світу.

Дослідження проблеми та перспективи в розрізі розкриття сутності поняття глобалізації світового господарства дало можливість визначити цей процес як трансформаційну інтернаціоналізацію світової економіки в глобальну систему міжнародного масштабу на принципах відкритості, універсальності та взаємозалежності [4].

Список використаних джерел:

1. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура; пер. с англ. под науч. ред. О.И. Шкаратана. М.: ГУ ВШЭ, 2000. 608 с.
2. Хмельевський С.В. Транснаціональні корпорації та глобалізація світової економіки. Збірник наукових праць студентів магістратури; ред. К.К. Рубішевська. К.: Ін-т економіки та права «Крок», 2002. С. 289–305.
3. Lypez-Claros A., Porter M.E. and Schwab K., The Global Competitiveness Report 2005-2006 Policies Underpinning Rising Prosperity New York: Palgrave Macmillan, 2005. 660 p.
4. Євроінтеграційний портал. – [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://euua.org>.

ІНДЕКС ЯКОСТІ ЖИТТЯ В УКРАЇНІ

Ю.В. Кузнєцова, Національний аерокосмічний університет імені М.С. Жуковського «Харківський авіаційний інститут», студентка 4–го курсу, спеціальність «Міжнародна економіка»

А.В. Артџомова, Національний аерокосмічний університет імені М.С. Жуковського «Харківський авіаційний інститут», доцент кафедри економіки та маркетингу, к. т. н., доцент – науковий керівник

Досягнення високого рівня людського розвитку неможливе без утвердження високої якості життя. Рівень життя населення впродовж тривалого часу залишається однією з основних соціально–економічних категорій, що характеризує не лише матеріальний добробут окремої людини, а й визначає узагальнений результат діяльності економіки країни за певний період. Отже, актуальність проблеми, недостатній рівень її наукової розробки, об'єктивна потреба усунення значних суперечностей зумовили вибір теми дослідження.

Методологія Economist Intelligence Unit (підрозділу The Economist Group) передбачає розрахунок відповідного Індексу якості життя для 111 країн світу за регресійною моделлю, котра переважно (на 80%) заснована на результатах соціологічних опитувань. Поряд із суб'єктивними оцінками якості життя,

одержаними за результатами опитувань респондентів різного віку, що ранжували ступінь задоволеності різноманітними сферами якості життя за 5-бальною шкалою.

Розглянувши загальні характеристики міжнародних систем оцінювання якості життя, хотілося б детально розглянути індекс якості життя на Україні за методологією Economist Intelligence Unit.

Дослідження використовує 9 факторів якості життя для визначення оцінки країни. Нижче йде опис показників, які враховувалися при складанні рейтингу:

1. Здоров'я: очікувана тривалості життя (в роках).
2. Сімейне життя: Рівень розлучень (на 1 тис. осіб), ставиться оцінка від 1 (мало розлучень) до 5 (багато розлучень).
3. Громадське життя.
4. Матеріальне благополуччя: ВВП на душу населення.
5. Політична стабільність та безпека: Рейтинги політичної стабільності та безпеки.
6. Клімат та географія.
7. Гарантія роботи: Рівень безробіття (у %).
8. Політична свобода: Середній індекс політичної та громадянської свободи. Шкала від 1 (повністю вільна) до 7 (невільна).
9. Статеву рівність: Вимірюється шляхом ділення середньої зарплати чоловіків на зарплату жінок.

Розглянемо детально кожен з цих показників.

Здоров'я: Очікувана середня тривалість життя в Україні у 2008–2009 рр. становила 69.3 роки, в тому числі у міських поселеннях – 70.0 років, у сільських – 67.8 років. На сьогоднішній день показники змінилися, їх дані наведені у табл. 10.2.

Таблиця 10.2

Середня тривалість життя в Україні на 2013 рік

Загальна очікувана тривалість життя при народженні	Чоловіча очікувана тривалість життя при народженні	Жіноча очікувана тривалість життя при народженні
68,25	62,37	74,5

Сімейне життя: сімейне щастя українців тріщить по швах. Фахівці підрахували, що нині на 10 шлюбів припадає 6 розлучень. Такі цифри роблять Україну одними з європейських лідерів за нестійкістю шлюбів. Серед причин розлучень найчастіше вказують на невирішені житлові та матеріальні проблеми, а також морально–

психологічні аспекти. Тому оцінку Україна в цьому аспекті отримує 4 (багато розлучень).

Матеріальне благополуччя: за даними видання ЦРУ «The World Factbook», економіка України займає 39 місце серед всіх економік світу за загальним розміром ВВП (за паритетом купівельної спроможності).

За рівнем ВВП на душу населення Україна посідає 106 місце з 183 з показником 3,575. За кількістю жителів (49,7 млн. чоловік на 1.01.2000 р.) Україна поступається в Європі тільки Німеччині, Франції, Великобританії та Італії.

Клімат та географія. Географічне положення має надзвичайно велике значення в країнознавстві, воно певною мірою визначає спосіб життя і навіть характер народу. Україна – унікальна мінерально–сировинна держава, багатства надр якої зумовлені особливостями геологічної будови її території. В межах країни розповсюджені всі основні геоструктурні зони земної кори: платформні, геосинклінальні і перехідні між ними області – крайові прогини. Загальне географічне положення є вигідним для України.

Гарантія роботи: рівень безробіття в Україні, визначений за методологією Міжнародної організації праці, у 1–му кварталі поточного року становив 8,8% від загальної кількості економічно активного населення, тоді як за підсумками першого кварталу 2013 року цей показник становив 8,1% і 7,5% – за підсумками першого півріччя 2018 року.

Політична свобода: згідно з дослідженнями міжнародної неурядової організації Freedom House останні роки ситуація з рівнем свободи в Україні стає гіршою. Україна залишається «Частково вільною», та має, відповідно до звіту Freedom House, негативну тенденцію розвитку. Індекс політичної свободи становить 3 з 7.

Статеву рівність: жінки в Україні заробляють в середньому на 19% менше чоловіків. Отже, говорити про статеву рівність в нашій країні ми не можемо.

Таким чином, можемо говорити про те, що Україна визначається як країна з середнім рівнем людського розвитку, та з кожним роком втрачає свої позиції.

Список використаних джерел:

1. Farquhar M. Quality of life in older people //Advances in Medical Sociology. – 1994. – № 5. – С. 139–158.

2. Приступа Є. , Кеуриш Н. Якість життя людини: категорії, компоненти та їх вимірювання // Фізична активність, здоров'я і спорт. – 2010. – № 2. – С. 54–63.
3. Агжанов Р. А. Соціально–економічний моніторинг качества жизни населения городов // Вестник Удмуртского университета, 2006. – № 2. – С. 182–191.

МАСШТАБИ РОЗВИТКУ ТА СТРУКТУРА СВІТОВОГО РИНКУ АВІАЦІЙНИХ ПАСАЖИРСЬКИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ

В.Л. Петрик, *Національний аерокосмічний університет імені
М.С. Жуковського «Харківський авіаційний інститут», кандидат
технічних наук, доцент кафедри економіки та маркетингу*

Цивільна авіація є однією з складових частин глобальної транспортної системи, яка забезпечує робочими місцями та впливає на розвиток світової економіки будь якої країни світу. Основними складовими цієї системи є авіакомпанії, аеропорти, підприємства з обслуговування повітряних суден, державні органи регулювання діяльності в галузі авіації та використання повітряного простору, міжнародні організації в галузі цивільної авіації та повітряного транспорту (ІКАО, ІАТА, АТАГ). Економічний ефект від діяльності світової галузі авіаперевезень становить понад 800 млрд дол. США, починаючи з 2018 р. Галузь забезпечує 65,5 млн робочих місць в усьому світі [1, 2]. Постійний моніторинг стану й тенденцій в галузі авіаційних перевезень в умовах глобальних трансформацій дозволяє підприємствам своєчасно реагувати на зміни й за необхідності моделювати свою бізнес-модель поведінки на ринку.

За даними ІАТА у 2019 р. на регулярних авіарейсах було перевезено 4,540 млрд пасажирів. Кількість вильотів в світі досягло 38 млн. Однак, економічні показники у 2019 р. виявилися нижче, ніж очікувалося за прогнозами: зростання пасажиропотоку склало усього 3,7% (проти 6,9% у 2018 р.). Приріст світового сумарного обсягу пасажиро-кілометрів (РПК) склав лише 4,2%. Стримуючим фактором стало скорочення заходів зі стимулювання попиту на повітряні перевезення за рахунок більш низьких тарифів, торгівлі війни, брексит та інші геополітичні проблеми [2]. Найшвидше

зростання RPK на міжнародному ринку у 2019 р. в порівнянні з 2018 р. показали перевізники з Азіатсько-Тихоокеанського регіону – 4,7%. Цьому сприяв загальний економічний фон у регіоні та збільшення повітряного транспортного сполучення. Уповільнення зростання RPK у 2019 р. у європейських авіаперевізників (4,5% проти 7,5% у 2018 р.) відбулося на фоні уповільнення економічної активності. Зниження ділової довіри ускладнювалося промисловими страйками, невизначеністю після виходу Великобританії з Європейського союзу й фінансовими проблемами ряду авіакомпаній [2].

Авіаційний транспорт відіграє вирішальну роль у розвитку міжнародного туризму, з його допомогою здійснюється понад 58% подорожей. Загальносвітовий коефіцієнт завантаження крісел досяг у 2019 р. рекордного рівня 82,4%. На майбутні 15 років ІКАО прогнозує дворазове збільшення кількості рейсів і обсягу пасажирських перевезень [3, 4].

Великі обсяги авіаперевезень притаманні країнам з високим економічним розвитком. Так, 37% від загального обсягу перевезень пасажирів на міжнародних й внутрішніх регулярних лініях було виконано у 2017 р. авіакомпаніями Азії-Тихого океану, європейськими авіакомпаніями – 26%, авіакомпаніями Північної Америки – 23 %, авіакомпаній Латинської Америки і Карибського басейну – 8%, авіакомпаній Близького Сходу – 4% і на долю авіакомпаній Африки довелося біля 2% [3, 5].

Для планування діяльності авіакомпаній, аеропортів, аеронавігаційних систем та ін. необхідні глобальні й регіональні прогнози пасажирських перевезень та руху повітряних. У кінці 2019 р. ІАТА випускає оптимістичний прогноз на 2020 р., згідно з яким світова авіація готувалася збільшити виручку на 4% до 872 млрд. доларів і заробити чистий прибуток в розмірі 29,3 млрд дол. США. Передбачалося, що кількість пасажирів має досягнути 4,72 млрд. чоловік (+ 4,0% у порівнянні з 2019 р. – 4,54 млрд.) [2].

За довгостроковим прогнозом ІАТА до 2037 р. кількість перевезених пасажирів може подвоїтися і досягти 8,2 млрд. чоловік. Домінувати на цьому ринку в найближчі десятиліття має Азіатсько-Тихоокеанський регіон [6].

В цілому, прогнози на 2020 рік і найближчі десятиліття були позитивними. Проте, загальна картина показувала, що зростання авіаційної галузі сповільнюється. Довгострокова ця перспектива або тимчасова, нам ще тільки належало дізнатися.

На фоні поширення коронавірусної інфекції COVID-19 у 2020 р. вперше з часів фінансової кризи 2008-2009 рр. за прогнозом IATA через обмеження на авіап перевезення світовий обсяг перевезень впаде на 4,7% всупереч раніше прогнозованому зростанню. Такий сценарій повинен привести до втрати прибутку авіакомпанії у розмірі 29,3 млрд. дол. США. Але вже у березні 2020 року IATA коригує свій прогноз в гіршу сторону [7].

За попередніми оцінками ІКАО у першому кварталі 2020 р. можливо загальне зниження пасажиромісткості на 39-41%, тобто зменшення кількості пасажирів на 16,4-19,6 млн. осіб у порівнянні з тим, що прогнозували авіакомпанії до спалаху захворювання [8].

Спалах COVID-19 та його вплив на авіап перевезення наголошують на необхідності ефективної координації та пропорційної відповіді з боку держав. Авіап перевізникам необхідно розглянути можливості та знайти інструменти не тільки мінімізації втрат, але і розробити ефективні стратегії для боротьби за перерозподіл пасажиропотоків.

Список використаних джерел:

1. Economic Impacts of COVID-19 on Civil Aviation. URL: <https://www.icao.int/sustainability/Pages/Economic-Impacts-of-COVID-19.aspx>
2. IATA. Industry Statistics Fact Sheet. URL: <https://www.iata.org/en/iata-repository/pressroom/fact-sheets/fact-sheet--industry-statistics/>
3. ATAG: Aviation benefits beyond borders. Global summary. URL: https://aviationbenefits.org/media/166344/abbb18_full-report_web.pdf
4. UNWTO: International Tourism Highlights. 2019 Edition. URL: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421152>
5. ATAG: Aviation Benefits beyond borders. URL: <https://www.atag.org/our-publications/latest-publications.html>
6. IATA: Forecast Predicts 8.2 billion Air Travelers in 2037. URL: <https://www.iata.org/en/pressroom/pr/2018-10-24-02/>
7. IATA: COVID-19 Initial impact assessment of the novel Coronavirus, 20th February 2020. URL: <https://www.iata.org/en/iata-repository/publications/economic-reports/coronavirus-initial-impact-assessment/>
8. Economic impact estimates due to COVID-19 travel bans. URL: <https://www.icao.int/Newsroom/Pages/RU/Economic-impact-estimates-due-to-COVID-19-travel-bans.aspx>

ВИКЛИКИ СВІТОВІЙ ЕКОНОМІЦІ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ

М.О.Царапкіна, *Дніпровський національний університет імені
О. Гончара, студентка 3-го курсу, спеціальність
«Фінанси, банківська справа та страхування»*

Т.А.Смирнова, *Дніпровський національний університет імені
О. Гончара, старший викладач кафедри маркетингу та
міжнародного менеджменту, старший викладач –
науковий керівник*

Спалах епідемії коронавірусу став глобальним викликом для людства. З одного боку, йдеться про спроможність швидко та ефективно визначити природу збудника чергового лиха та розробити відповідні методики й фармацевтичні засоби для лікування. З іншого боку, будь-яка епідемія, не кажучи вже про пандемію, має цілком конкретні економічні наслідки коротко-, середньо- та довгострокового характеру.

Згідно з Bloomberg, який посилався на дослідження фінансового холдингу JPMorgan Chase в результаті пандемії вірусу COVID-19 світова економіка втратить зростання на \$ 5,5 трлн. в найближчі два роки. За оцінками аналітиків, світ занурюється в найглибшу з 1930-х років рецесію в мирний час [1].

Обмеження на пересування людей і закриття кордонів в Європі і Північній Америці негативно вплинули на сектор послуг, особливо роздрібну торгівлю, готельну справа, індустрію розваг і транспорт. Через зниження споживчого попиту в ЄС і США скоротився обсяг імпорту з країн, що розвиваються, які також постраждали від скорочення світового виробництва, порушення торгових ланцюжків і скорочення інвестицій. Дуже важко доводиться і бідним країнам, що живуть за рахунок туризму.

Ступінь тяжкості економічних наслідків буде залежати від того, наскільки довго будуть зберігатися обмеження в найбільших економіках, і від масштабів і дієвості фіскальних заходів. Знизити ймовірність глибокої рецесії можна буде за рахунок вкладень в охорону здоров'я і фінансової підтримки груп населення, особливо постраждалих від пандемії.

Міжнародний валютний фонд вважає. За словами голови МВФ, якщо пандемія піде на спад у другому півріччі 2020 року, що дозволить поступово згорнути обмежувальні заходи, в 2021 році світову економіку очікує «часткове відновлення». Але слід

відзначити колосальну невизначеність навколо прогнозу, адже він може бути погіршений залежно від безлічі різних факторів, зокрема тривалості пандемії [2].

На даний час уряди різних країн рішуче діють і координують свою політику в умовах пандемії. Бюджетні заходи, вжиті всіма державами світу з моменту початку кризи, МВФ оцінює сумарно у \$ 8 трлн.

Вперше в історії в березні поточного року відбувся віртуальний саміт держав G20. Він був присвячений коронавірусу і його наслідків.

За його підсумками учасники домовилися про розширення повноважень ВООЗ в боротьбі з коронавірусом, погодилися виділити кошти для боротьби з ним і закликали зробити аналогічні кроки інші держави і міжнародні організації. За результатами цього саміту учасники G20 виступили з проханням до ВООЗ, МВФ і Світовий банк допомогти країнам, що розвиваються впоратися з наслідками коронавірусної інфекції [3].

Оптимістичний сценарій подій наводить на те, що сам економічний спад буде недовгим, але знадобиться певний проміжок часу, щоб надолужити згаяне і утримати ринки.

Незважаючи на безпрецедентні державні заходи підтримки бізнесу та населення, а також стимулювання національних економік, світовий ВВП зможе повернутися до докризових показників не раніше 2022 року. Це переломний момент у світовій економіці, який створює серйозні загрози бізнесу але і відкриває можливості в нових перспективних напрямках.

Список використаних джерел:

1. Журнал «Bloomberg» . [Електронний ресурс] / Режим доступу: <https://www.bloomberg.com/europe>
2. Журнал «МВФ» . [Електронний ресурс] / Режим доступу: <https://www.imf.org/external/russian/index.htm>
3. Журнал «Made for minds» [Електронний ресурс] / Режим доступу: <https://www.dw.com/uk>

ТРАНСФОРМАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ В ЕКОНОМІЧНІЙ СИСТЕМІ УКРАЇНИ

І.К. Чаплигін, *Національний аерокосмічний університет імені М.Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут»*, студент 3-го курсу, спеціальність «Облік і оподаткування»

М.Г. Безпарточний, *Національний аерокосмічний університет імені М.Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут»*, професор кафедри економіки та маркетингу, д. е. н. – науковий керівник

Сьогодні Україна виступає державою, яка продовжує перебувати в глибокій економічній кризі, що негативно впливає на розвиток вітчизняної економіки. Основною причиною такого стану є відсутність чіткої моделі трансформації економіки, що значно вплинуло під час переходу країни від планової економіки до ринкової.

На думку Петришиної Н.В., економічна трансформація – це складний процес перетворення економічної системи, передбачаючий кількісні та якісні зміни складників системи та сфер суспільного життя [5].

Вітчизняні трансформаційні процеси відрізняються від інших економічно розвинувтих держав тим, що вони мали революційний характер. Наприкінці ХХ ст. Україна змінила свої напрями майбутнього розвитку, стаючи на шлях радикальних соціально-економічних і політичних змін. Проте замість прогресивних економічних і науково-технологічних зрушень, побудови демократичної держави, підвищення матеріального добробуту й духовного рівня життя народу, перехід у нову якість набув руйнівного характеру та Україна опинилася в глибокому занепаді. Це було пов'язано насамперед із відсутністю в нашій країні національної трансформаційної моделі та невдалого запозичення чужих моделей економічного розвитку [1].

Україна, маючи найкращі стартові умови для ринкових перетворень серед пострадянських країн, продемонструвала чи не найгірші результати. Достатньо відмітити, що протягом 1991-1999 рр. відбувся безперервний економічний спад, який супроводжувався скороченням ВВП у середньому на 9,5 % щорічно. Це є свідченням того, що в керівництві соціально-економічними перетвореннями в країні були допущені серйозні

прорахунки та помилки [2].

Трансформаційні перетворення під час проголошення незалежності призвели до щорічного скорочення сільського та промислового виробництва, зростання безробіття, суттєвого зменшення сукупного попиту населення, зумовленого зниженням його реальних грошових доходів, надмірного розвитку особистих селянських господарств тощо [3].

На сучасному етапі трансформація соціально-економічних процесів української економіки характеризується подальшим поглибленням соціальної нерівності за всіма показниками (економічними, політичними, соціальними), що несе в собі зростання напруженості в суспільстві. З одного боку, соціальна нерівність є результатом державної політики, з іншого – результатом сформованої за останні роки системи розподілу доходів, доступу до економічних, політичних, соціальних ресурсів. Подальший розвиток процесів соціальної стратифікації в українському суспільстві буде залежати від швидкості економічного та політичного реформування, від зміни державної ідеології, яка підмінена сьогодні інтересами вузького кола людей [4].

Отже, роки незалежності не стали для України періодом динамічного соціально-економічного розвитку, що передусім зумовлено відсутністю застосування належних чітких механізмів та інструментів макроекономічного регулювання. В умовах трансформаційних процесів саме держава повинна сприяти науково-технічному прогресові, регулювати структурні зміни в економіці, впливати на економічний цикл, здійснювати соціальне страхування та забезпечувати соціальні гарантії.

Проблеми трансформації вимагають проведення економічних реформ в Україні, зокрема, створення таких законодавчих засад державної власності, за яких вона би фігурувала в галузях народного господарства, у яких комерційний сектор може забезпечити отримання хоча б середньої норми прибутку (галузі соціально-виробничої інфраструктури: транспорт, дорожнє будівництво, атомна енергетика, міське комунальне господарство, оздоровлення та санація галузей у періоди криз, охорона довкілля та ін.).

Список використаних джерел:

1. Адаманова З. О. Формування пріоритетів соціально-економічного розвитку в посттранзитивних економіках / З. О. Адаманова // Бізнесінформ. – № 9. – 2011. – С. 4–7.
2. Аніловська Г. Я. Ринкова трансформація економіки України (економічна роль держави) / Г. Я. Аніловська [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.lib.ua-ru.net/diss/cont/348634.html>.
3. Глубіш Л. Особливості продовольчого забезпечення населення України / Л. Глубіш // Аграрна економіка. – 2013. – Т. 6. – №1–2. – С. 24–27.
4. Давидюк О. О. Соціальна політика в умовах поглиблення соціальної нерівності в Україні / О. О. Давидюк [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.cpsr.org.ua/index.php?option>.
5. Петришина Н. В. Проблеми трансформації економіки України / Н. В. Петришина // Науковий часопис НПУ імені М. П. Драгоманова. Серія 18: Економіка і право. – 2014. – Вип. 24. – С. 31–38.

HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS OF UKRAINE IN THE WORLD RATINGS OF THE BEST UNIVERSITIES

V. Shevchuk, *State University of Infrastructure and Technologies, Associate Professor of Department of Theoretical and Applied Economics, Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor*

Various world ratings of higher education institutions (HEI) are compiled on the basis of a large amount of data on the functioning of the HEI and, thus, take into account almost all areas and aspects of their activities.

Let us turn to the data on the rating of the reputation of world universities World Reputation Rankings, which is compiled by the UK newspaper app Times "Times Higher Education", information group Thomson Reuters and public opinion research service Ipsos Media; as well as the World University Rankings of the same newspaper. The latest rating is formed on the basis of 13 indicators of the functioning of higher education institutions: academic and scientific reputation of universities, which are formed by interviewing representatives of the

academic community; citation of scientific publications, for the analysis of which the authors of the rating monitor 12,000 scientific journals over a five-year period; volume of public and private funding for university research; ratio of the number of foreign teachers and students to the number of local; contribution to innovation; number of defended dissertations and other indicators. After analyzing all these data, experts evaluate the HEI on a 100-point scale.

Since 2014, universities in the United States and Great Britain have held first places in the ranking. In the ranking World Reputation Rankings Harvard University has been in the top spot for several years in a row, in the ranking World University Rankings – Oxford University of Great Britain.

Rating of the best higher education institutions of the planet according to Times Higher Education "World University Rankings 2015/16" included 800 universities from 70 different countries, compared to 400 universities from 41 countries in 2014, when the ranking was 179 universities from Europe, 126 – from North America, 52 – from Asia, 25 – from Oceania, 11 – from the Middle East and 4 – from South America and Africa [1]. Among the 100 best universities in the world in this ranking, 45 American universities, 12 from the UK, 5 from Japan and 4 each from Canada, Australia, Germany and the Netherlands. Universities from countries such as India, China, South Korea and Saudi Arabia are increasingly adding to the list of the best universities in the world. In recent years, even Tehran and Turkish universities have been included in this rating. World University Rankings 2016/17 totaled 980 of the best universities in the world, and 2019 – 1,258 universities, which makes it by far the largest international ranking.

For the first time in rating history Times Higher Education World University Rankings 2015/16 it included two Ukrainian universities: Taras Shevchenko National University of Kyiv та V.N. Karazin Kharkiv National University. Both universities are represented in the category of positions from 601 to 800. In the ranking 2019/20 six universities of Ukraine have already entered it: at position 801-1000 – Lviv Polytechnic National University, 1000+ – Ivan Franko National University of Lviv, National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute", Sumy State University, V.N. Karazin Kharkiv National University, Taras Shevchenko National University of Kyiv [2].

Also known world ranking QS World University Rankings, which is calculated according to the methodology of a British consulting

company Quacquarelli Symonds (QS). In 2013, four higher education institutions of Ukraine took certain positions in it; since 2014, their number has grown to six. In 2019, it included such HEI of Ukraine: 481 place – V.N. Karazin Kharkiv National University, from 531 to 540 places – Taras Shevchenko National University of Kyiv, from 601 to 650 places – National Technical University of Ukraine "Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute", and in the top 701+ ranking – National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute", Lviv Polytechnic National University, Sumy State University. For several years in a row, the first place in this ranking of universities has been held by the USA HEI – Massachusetts Institute of Technology [3].

In the ranking Webometrics Ranking of World Universities (or Ranking Web of Universities) 2014 entered the top 1000 Taras Shevchenko National University of Kyiv (885 place), the top 2000–National Technical University of Ukraine "Kyiv Polytechnic Institute" (1271 place); National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute" (1318 place); Kharkiv National University V.N. Karazin (1378 place); Sumy State University (1475 place); National Aviation University (1762 place); Odessa National I.I. Mechnikov University (1870 place); Lviv Polytechnic National University (1932 place).

In 2017, the top 2000 entered Taras Shevchenko National University of Kyiv (1299 place) i National Technical University of Ukraine "Kyiv Polytechnic Institute" (1685 place) [4].

In 2019, the top 2000 entered Sumy State University (1977 place) and Taras Shevchenko National University of Kyiv (1995 place) [4]. At the beginning of 2020, the State University of Infrastructure and Technologies entered this rating, taking 13,632 place in it [5].

Thus, we can state a rather low level of presence of higher educational institutions of Ukraine in the ratings of the best universities in the world, because in many performance indicators they are far behind universities in developed countries. Only the leading HEI countries occupy certain positions in them.

References:

1. Рейтинг найкращих ВНЗ світу: знову без України. URL: http://www.bbc.co.uk/ukrainian/science/2014/10/141002_world_university_rankings_vs.
2. World University Rankings 2020. URL: <https://www.timeshighereducation.com/world-university-rankings/2020/world->

ranking#!/page/0/length/25/sort_by/rank/sort_order/asc/cols/stats.

3. QS World University Rankings. URL:
<https://www.topuniversities.com/university-rankings/world-university-rankings/2019>.

4. Ranking Web of Universities. URL:
<http://www.webometrics.info/en>.

5. Опубліковано новий рейтинг WEBOMETRICS.
URL:http://www.euroosvita.net/index.php/?category=1&id=6338&fbclid=IwAR2SzwD3hL0enrgCGJKFpFQoakV399GFoh-ZIx9-3mR67swb9G1_GyI_Pc4.

Наукове видання

**ІННОВАЦІЙНІ СТРАТЕГІЇ ТА МОДЕЛІ
ЕКОНОМІЧНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ В
УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНИХ
ВИКЛИКІВ**

МАТЕРІАЛИ

міжнародної науково-практичної Internet-конференції

*15 травня 2020 року
Харків – Ужгород – Софія – Пшеворськ*

Формат 60x84/16
Тираж: 150 примірників
12,75 д.а.

Издательство на ВУЗФ “Св. Григорий Богослов”

Софія, 2020

ISBN 978-954-8590-83-9