

**Східноукраїнський інститут
економіки та управління**

МІЖНАРОДНА
НАУКОВО-ПРАКТИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ

**«МОДЕРНІЗАЦІЯ ЕКОНОМІКИ:
ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ
ТА ПРАКТИКА РЕАЛІЗАЦІЇ»**

23 січня 2021 року

МЕЖДУНАРОДНАЯ
НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ

**«МОДЕРНИЗАЦИЯ ЭКОНОМИКИ:
ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ
И ПРАКТИКА РЕАЛИЗАЦИИ»**

23 января 2021 года

Запоріжжя
2021

УДК 330.341(063)
М 74

У збірнику представлені матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Модернізація економіки: теоретичні засади та практика реалізації».

У збірник увійшли матеріали секцій: «Мікроекономіка», «Макроекономіка», «Економетрика», «Інституціональна економіка», «Економіка галузевих ринків», «Економіка праці», «Економіка розвитку», «Міжнародна економіка», «Фінансова економіка», «Ринок цінних паперів» та інші.

Наукове видання призначене для науковців, практиків, викладачів, аспірантів і студентів економічних спеціальностей, а також для широкого кола читачів.

Усі матеріали публікуються в авторській редакції.

Модернізація економіки: теоретичні засади та практика реалізації: збірник матеріалів Міжнародної науково-практичної конференції (м. Запоріжжя, 23 січня 2021 року) / Східноукраїнський інститут економіки та управління. – Запоріжжя: ГО «СІЕУ», 2021. – 164 с.

Модернизация экономики: теоретические основы и практика реализации: сборник материалов Международной научно-практической конференции (г. Запорожье, 23 января 2021 года) / Восточноукраинский институт экономики и управления. – Запорожье: ОО «ВИЭУ», 2021. – 164 с.

УДК 330.341(063)

© Східноукраїнський інститут економіки та управління, 2021
© Колектив авторів, 2021

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ 1. МІКРОЕКОНОМІКА

Боб Д. М.

УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА.....	7
--	---

СЕКЦІЯ 2. МАКРОЕКОНОМІКА

Бондаренко Н. М., Гончар К. С.

СУЧАСНИЙ СТАН ВНУТРІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ.....	11
---	----

Іличок Б. І., Шимків В. В.

СТАН РЕАЛІЗАЦІЇ РЕГІОНАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ В УКРАЇНІ.....	14
--	----

Подлесний М. С.

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СИСТЕМ СЕРТИФІКАЦІЇ В СВІТІ ТА В УКРАЇНІ.....	20
---	----

СЕКЦІЯ 3. ЕКОНОМЕТРИКА

Андрієнко В. М., Савенко В. О.

ІНСТРУМЕНТИ ЕКОНОМЕТРИЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ ДИНАМІКИ МАКРОЕКОНОМІЧНИХ ПОКАЗНИКІВ	24
---	----

СЕКЦІЯ 4. ІНСТИТУЦІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА

Бабаєв Ф. А.

УСОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЕМ ПЕРСОНАЛА.....	30
---	----

Бахур Н. В.

ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ АГРОБІЗНЕСУ	35
--	----

Клевцєвич Н. А.

ДЕРЖАВНО ПРИВАТНЕ ПАРТНЕРСТВО ЯК ІНСТРУМЕНТ ІНСТИТУЦІЙНОГО МЕХАНІЗМУ РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЙ РОЗВИТКУ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД.....	39
--	----

СЕКЦІЯ 5. ЕКОНОМІКА ГАЛУЗЕВИХ РИНКІВ

Дерігін О. Д.

ТРАНСФОРМАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ ГАЛУЗІ УКРАЇНСЬКОГО АВІАБУДУВАННЯ.....	44
---	----

Обнявко Т. С. АКТУАЛІЗАЦІЯ ЕКОЛОГІЧНОГО ВЕКТОРУ ПРИ МОДЕРНІЗАЦІЇ ВПК УКРАЇНИ	48
Рогачевський О. П. АНАЛІЗ КРИТЕРІЇВ ЦІЛЬОВОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ СИСТЕМИ В ГАЛУЗІ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я	53
СЕКЦІЯ 6. ЕКОНОМІКА ПРАЦІ	
Легейда Г. А. СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ЯКОСТІ.....	56
Мамедбагірлі С. Н. СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ МОТИВАЦИИ СЛУЖАЩИХ И СПЕЦИАЛИСТОВ	58
Поліщук І. Г., Іванова А. А. УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ НА МЕТАЛУРГІЙНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ	63
СЕКЦІЯ 7. ЕКОНОМІКА РОЗВИТКУ	
Гуцул Д. Б. СТАНДАРТИЗАЦІЯ ЯК МЕТОД УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ У СФЕРІ ОНЛАЙН-МАРКЕТИНГУ	67
Джаїн Прадіп Кумар МІСЦЕ КОМУНІКАТИВНОЇ СТРАТЕГІЇ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ВЗАЄМОДІЇ ОРГАНІВ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ.....	69
Зиз Д. О. СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ЯК ОСНОВА ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТНОГО СТАТУСУ ПІДПРИЄМСТВА	73
Титикало В. С. ІНОВІНГ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА	78
СЕКЦІЯ 8. МІЖНАРОДНА ЕКОНОМІКА	
Мацак Т. Р. ОСОБЛИВОСТІ ТЕХНОЛОГІЇ ОБЛІКОВОГО ПРОЦЕСУ: ДОСВІД ЗАРУБІЖНИХ КРАЇН	83

Михайленко О. Г. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СВІТОВОГО РИНКУ ЕЛЕКТРОМОБІЛІВ В УМОВАХ СТАЛОГО РОЗВИТКУ	86
Романашенко М. О., Онегіна В. М. ЗОВНІШНЯ ТОРГІВЛЯ УКРАЇНИ: ВИКЛИКИ СУЧАСНОСТІ.....	92
Ткаленко С. І. ЕФЕКТИ МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ	97
Flephantova Anna CREATIVE INDUSTRIES: ESSENCE AND CURRENT STATE.....	99
СЕКЦІЯ 9. ФІНАНСОВА ЕКОНОМІКА	
Коваль А. С. ФІНАНСУВАННЯ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я: СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА ШЛЯХИ РЕФОРМУВАННЯ	103
Нос Ю. А. ОСОБЛИВОСТІ ТА ПЕРСПЕКТИВИ СУЧАСНОЇ ВАЛЮТНОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ	107
Ситник Н. С., Олійник А. В. ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ДОХОДІВ ГРОМАД В УМОВАХ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ	112
СЕКЦІЯ 10. РИНОК ЦІННИХ ПАПЕРІВ	
Крутько М. А., Романашенко І. О. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РИНКУ ЦІННИХ ПАПЕРІВ В УКРАЇНІ	116
СЕКЦІЯ 11. ЕКОНОМІКА ФІРМИ	
Гейко Л. В. МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ЕКОНОМІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ.....	121
Nagyieva Aisel IMAGE COMPONENT OF ECONOMIC BENEFIT SYSTEM ENVIRONMENTAL MANAGEMENT	126

Степаненко О. І. МАЛИЙ БІЗНЕС В СКЛАДІ СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ, ЙОГО МІСЦЕ І РОЛЬ В ЕКОНОМІЦІ УКРАЇНИ.....	129
---	-----

СЕКЦІЯ 12. ЕКОНОМІКА І МЕНЕДЖМЕНТ ІННОВАЦІЙ

Аблязова Н. Р. ІНСТРУМЕНТИ УПРАВЛІННЯ КАДРОВОЮ БЕЗПЕКОЮ НА ПІДПРИЄМСТВІ	135
--	-----

Багорка М. О. ЕКОЛОГІЧНО СПРЯМОВАНІ ІННОВАЦІЇ В ДІЯЛЬНОСТІ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ	138
--	-----

Величко Д. В. ПЕРСПЕКТИВИ СТАНДАРТУ ISO 37001:2016 В УКРАЇНІ	142
--	-----

Дем'янчук М. А., Дроздина А. А. ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ СТРАХОВИХ КОМПАНІЙ.....	145
---	-----

Литвишко Л. О., Компанець К. А., Артемчук В. О. АКТУАЛІЗАЦІЯ ПІДХОДІВ ТА МЕТОДІВ ОРГАНІЗАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ	150
--	-----

Олійничук О. І. ПАТЕНТУВАННЯ ТА БІЗНЕС-СТРАТЕГІЇ	154
--	-----

Фаталов В. В. ФОРМУВАННЯ МОДЕЛІ НАЦІОНАЛЬНОЇ СИСТЕМИ ВЕНЧУРНОГО ІНВЕСТИВАННЯ.....	158
--	-----

СЕКЦІЯ 1. МІКРОЕКОНОМІКА

Боб Д. М.

студентка магістратури

*Національний університет харчових технологій
м. Київ, Україна*

УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА

Фінансовий потенціал є одним з основних факторів, який визначає успішність роботи підприємства у сучасних умовах ринку. Чим він вищий, тим більш конкурентоспроможним та інвестиційно привабливим є підприємство. Забезпечення ефективної діяльності підприємства та підвищення його конкурентоспроможності стали першочерговими завданнями керівництва підприємства.

Він відіграє важливу роль у забезпеченні ефективності діяльності підприємства, особливо в умовах економічної та політичної нестабільності й мінливості ринку. Є основою діяльності підприємства, адже є підґрунтям створення й розвитку стійких конкурентних переваг. Головним завданням управління фінансовим потенціалом підприємства є оптимізація фінансових ресурсів із метою максимального збільшення позитивного фінансового результату [1].

В умовах швидко мінливого ринкового середовища перед суб'єктами господарювання постають проблеми ефективного використання наявних ресурсів, пошуку резервів підвищення продуктивності діяльності, оптимізації структури майна. Роль фінансового потенціалу дуже важлива для забезпечення діяльності, позиціонування, формування й реалізації стратегічних та тактичних цілей економічних суб'єктів.

Серед вітчизняних та закордонних науковців проблематику управління фінансовим потенціалом підприємства досліджували такі науковці як: І. Бланк, О. Ареф'єва, В. Прохорова, Ю. Брігхем,

М. Баканов, В. Заруба, А. Коломнієць, О. Мельник, А. Гроппеллі, М. Сичов, К. Таксир та інші.

Ознайомившись з науковою літературою, можу стверджувати, що поняття фінансового потенціалу немає чіткого значення, це напряду пов'язано з тим, що воно є симбіозом ряду понять, що в собі, так чи інакше, уособлює поняття потенціалу підприємства загалом.

Переважно, вчені під фінансовим потенціалом підприємства розуміють сукупність фінансових спроможностей і можливостей підприємства. Так, Н. Брегін до складу фінансового потенціалу включає окремі складові фінансових ресурсів підприємства, а саме статутний, додатковий і резервний капітали, цільове фінансування, фонди накопичення, оборотні активи тощо. М. Сичов і К. Таксир виділяють ресурсний та результативний підходи до формування фінансового потенціалу [2].

На мою думку, фінансовий потенціал є складною, динамічною системою, елементи якої взаємозв'язані та взаємозумовлені, де кожен з елементів залежить від рівня розвитку підприємства, конкурентної позиції, можливості залучення та поєднання окремих видів джерел фінансування, ефективності системи управління. Фінансовий потенціал можна зрівняти з важелем, що формує механізм динамічної трансформації ресурсів у результати діяльності підприємства. Не менш важлива і його роль у відтворювальних процесах на підприємстві.

Потенційними джерелами формування фінансового потенціалу підприємства є: залучення ресурсів, позичання ресурсів, інвестиції в підприємство, внутрішні джерела зростання обсягів фінансових ресурсів в результаті структурних змін в напрямках формування фінансового забезпечення.

Управління фінансовим потенціалом – це цілеспрямований вплив суб'єкту на джерела та обсяги фінансових ресурсів з метою забезпечення ефективності операційної діяльності підприємства.

Управління фінансовим потенціалом має здійснюватися за допомогою відповідного механізму, який передбачає задоволення потреб підприємства, забезпечення оптимального запасу фінансової міцності для протидії внутрішнім і зовнішнім загрозам,

створення матеріальної основи для економічного розвитку. Дії механізмів мають бути спрямована на:

- формування фінансового потенціалу та його складових;
- стимулювання приросту фінансового потенціалу на підприємстві за рахунок підвищення рівня праці;
- ефективний контроль за витратами [2].

Для управління фінансовим потенціалом підприємства необхідний системний підхід, який складається з трьох взаємопов'язаних етапів.

Перший етап – це діагностика фінансових показників представляє собою встановлення і вивчення ознак, що визначають розвиток фінансового потенціалу і можливе запобігання небажаних відхилень від його розвитку. Виконання даного етапу зумовлено необхідністю аналізу стану фінансової діяльності підприємства для оперативної коригування з метою досягнення поставлених стратегічних цілей по накопиченню фінансового потенціалу. На даному етапі важливі не стільки поточні значення показників фінансової діяльності, скільки тенденції їх зміни за певний проміжок часу. При цьому слід аналізувати як тенденцію змін між наступними і попередніми значеннями показників, так і тенденцію змін показників «до» і «після» прийняття рішень.

Другий етап – це оцінка структурної динаміки фінансових показників є невід'ємною складовою частиною системного підходу до управління фінансовим потенціалом підприємства, виконання якого дозволяє своєчасно вносити корективи в структуру фінансового потенціалу для досягнення поставленої мети. В рамках даного етапу, виявлені на першому етапі відхилення фінансових показників аналізуються і виділяються фінансові показники, за якими спостерігаються «критичні» відхилення від встановлених цільових нормативів. По кожному «критичному» відхиленню визначаються причини їх виникнення [3].

Третій етап – моніторинг фінансових показників, є одним з основних складових системного підходу до управління фінансовим потенціалом підприємства, який дозволяє визначити ймовірність досягнення поставлених стратегічних цілей. Моніторинг фінансових показників, з одного боку, забезпечує функціональну повноту, достовірність і точність прогнозу, а з іншого – зменшує

витрати часу і засобів на прогнозування. Частота прогнозування значення фінансових показників залежить від цілей, які стоять перед системою моніторингу, а також від рівня отриманих значень фінансових показників. Результатом прогнозування є графічне представлення динаміки прогнозованих значень фінансових показників. На їх основі визначаються критичні точки, в яких тенденція зміни значень прогнозованих фінансових показників може змінюватися під впливом тих чи інших факторів [3].

На результативність управління фінансовим потенціалом впливають чинники як внутрішнього, так і зовнішнього середовища. При цьому, сприятливим внутрішнім середовищем вважається те, яке має на меті збільшення ринкової вартості підприємства та дотримується визначеної стратегії управління фінансовим потенціалом підприємства.

Таким чином, можна дійти висновку, що управління фінансовим потенціалом на основі реалізації основоположних функцій управління дозволяє забезпечити пріоритетні напрямки розвитку підприємства достатнім обсягом фінансових коштів завдяки планомірному, організованому і контрольованому впливу на їх структуру та обсяги.

Я переконана, що економічно вигідного управління фінансовим потенціалом, необхідна оцінка ефективності роботи компанії, головною метою якої є – виявлення можливостей задля розвитку підприємства, які виявляються за результатами повного аналізу фінансової діяльності підприємства та коефіцієнтів, здатних максимально розгорнуто показати стан та перспективи розвитку організації.

Список використаних джерел:

1. Управління фінансовим потенціалом підприємства. URL: http://economyandsociety.in.ua/journals/18_ukr/35.pdf.
2. Діагностика та управління фінансовим потенціалом підприємства. URL: file:///C:/Users/bob.dn/Downloads/Oif_apk_2015_1_12.pdf.
3. Управління фінансовим потенціалом з метою підвищення інвестиційної привабливості ПрАТ «МТС Україна». URL: https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/27797/1/Hraschenko_magistr.pdf.

СЕКЦІЯ 2. МАКРОЕКОНОМІКА

Бондаренко Н. М.

*кандидат економічних наук,
доцент кафедри статистики, обліку
та економічної інформатики*

Гончар К. С.

студентка

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара
м. Дніпро, Україна*

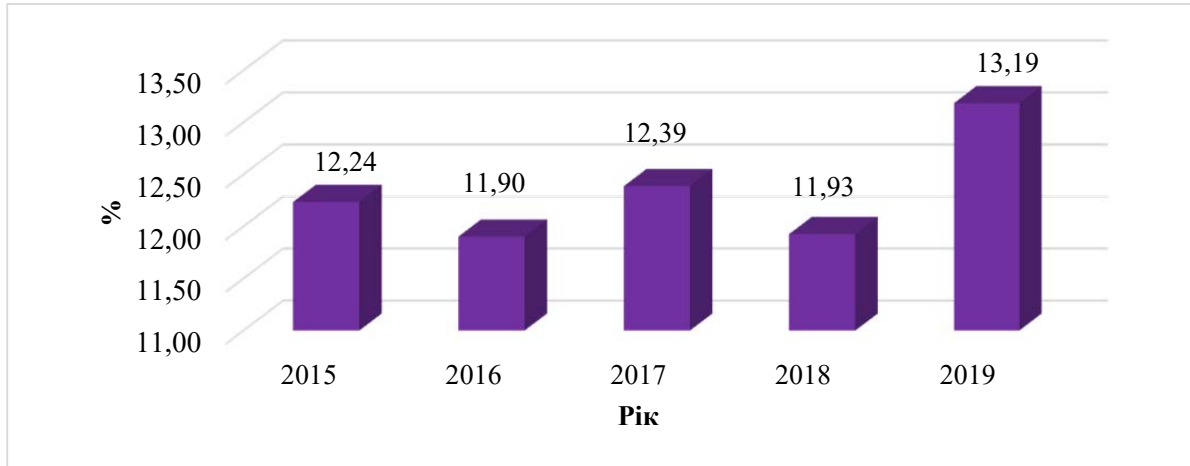
СУЧАСНИЙ СТАН ВНУТРІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ

В умовах розвитку ринкової економіки важливе місце посідає торговельна галузь України та її регіонів зокрема. Торгівля пов'язана з багатьма галузями народного господарства, оскільки вона забезпечує потреби споживачів, створює велику кількість робочих місць сприяючи при цьому розвитку економічної системи та її конкурентоспроможності. Як джерело надходження грошових коштів дана сфера сприяє забезпеченню фінансової стабільності нашої держави, а отже виступає однією з провідних галузей у життєзабезпеченні населення.

Торгівля являє собою форму економічного зв'язку між виробництвом та споживанням, що здійснюється безпосередньо ринком. Управління торгівлею здійснюється Мінекономіки України. Міністерство проводить державну політику в сфері торгівлі здійснюючи контроль за дотриманням законодавчих норм та обліку торговельних організацій. Основними функціями торговельної галузі є:

- доведення товарів до споживачів;
- продовження процесу виробництва у сфері товарного обігу (сортування, комплектування, пакування);
- зміна форм вартості з товарної на грошову;
- надання торгових послуг населенню в процесі реалізації товарів [1].

Для оцінки стану торгівлі доцільно проаналізувати частку торговельної галузі у валовому внутрішньому продукті України розрахованої за даними Державної Служби Статистики України протягом 2015–2019 рр. (рис. 1).



**Рис. 1. Частка торгівлі
у валовому внутрішньому продукті України
протягом 2015–2019 рр., %**

Джерело: складено авторами за даними [2]

За даними діаграми слід зазначити про те, що питома вага торговельної галузі протягом 2015–2019 рр. є нестабільною. Таким чином, у 2016 році частка торгівлі зменшилася на 0,33% порівняно з попереднім роком. У 2017 році частка зросла і склала 12,39% проти 11,90% минулого періоду. Станом на 2018 рік спостерігається зменшення питомої ваги торгівлі у ВВП України на 0,46% в порівнянні з попереднім роком. Вже у 2019 році частка досягла свого максимального значення за період 2015–2019 рр., що дорівнює 13,19% проти 11,93% у 2018 році.

Внутрішня торгівля як важлива галузь національної економіки України характеризується обсягом і структурою оптового та роздрібного товарообороту. На рис. 2 графічно відображено обсяги оптової та роздрібної торгівлі з 2015 по 2019 рр.

Обсяг роздрібного товарообігу виступає показником, який відображає готовність населення купувати певні види товарів і послуг, таким чином формуючи внутрішній ринок споживчих товарів. За даними графіку можна зробити висновок про те, що збільшення цього показника припадає на період 2015–2016 рр. та

2018–2019 рр. У 2017 році спостерігається різке падіння обсягів роздрібної торгівлі, у цьому періоді обсяг зменшився на 30,63% (або 359974,9) в порівнянні з 2016 роком. Станом на 2019 рік показник досяг свого максимального значення протягом досліджуваного періоду і становив 1094045,8 млн. грн. проти 2215367,4 млн. грн. у попередньому році.

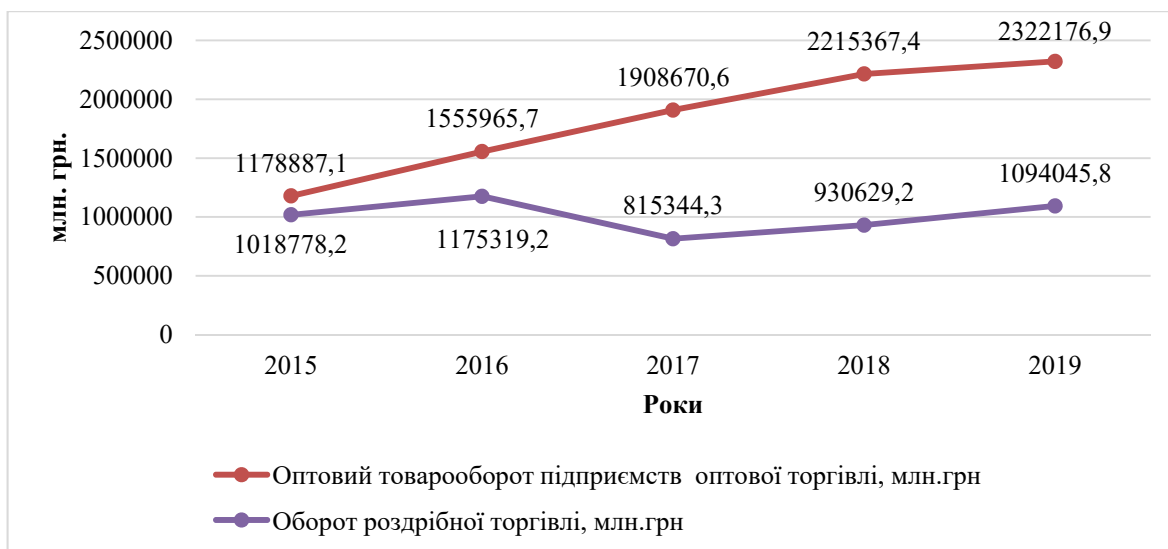


Рис. 2. Динаміка товарообороту внутрішньої торгівлі України протягом 2015–2019 рр., млн. грн.

Джерело: складено авторами за даними [3]

Проаналізувавши обсяги оптового товарообороту України протягом п'яти років, виявлено, що суми постійно зростають під впливом інфляції та підвищенням курсу валют в Україні. Так, у 2019 році в порівнянні з 2015 роком показник збільшився на 1143289,8 млн. грн.

За результатами проведеного аналізу оптового та роздрібного товарообороту України слід зазначити про те, що динаміка оптової торгівлі є позитивною та характеризується більшими обсягами на відміну від торгівлі роздрібними товарами. Отже, зростання й удосконалення внутрішнього ринку торгівлі нашої держави значною мірою залежать від ефективного розвитку торгівлі вітчизняними товарами широкого вжитку.

Список використаних джерел:

1. Балджи М.Д., Допіра І.А., Однолько В.О. Економіка та організація торгівлі. Київ. 2017. URL: https://mgu.edu.ua/docs/biblioteka/ekon_torg.pdf.

2. Сайт Державної Служби Статистики України. Валовий внутрішній продукт виробничим методом та валова додана вартість за видами економічної діяльності. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2008/vvp/vvp_ric/vtr_u.htm.
3. Сайт Державної Служби Статистики України. Оптовий та роздрібний товарооборот підприємств оптової та роздрібною торгівлі. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2020/roz/roz_u/arh_roz20_u.html.

Іличок Б. І.

кандидат економічних наук,

доцент кафедри теоретичної та прикладної економіки

Шимків В. В.

студентка

Національний університет «Львівська політехніка»

м. Львів, Україна

СТАН РЕАЛІЗАЦІЇ РЕГІОНАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ В УКРАЇНІ

Регіональна політика – це сфера діяльності держави, або регіональної (місцевої) влади, щодо управління економічним, соціальним і політичним розвитком країни в просторовому (регіональному) аспекті, тобто пов'язана з взаємовідносинами між державою та регіонами, а також регіонів між собою [1].

До основних завдань державної регіональної політики належить сприяння розвитку регіонів, що полягає у стимулюванні участі регіонів у програмах та проектах розвитку; формування спроможних (самодостатніх) територіальних громад; благоустрій населених пунктів [1].

Фінансування програм та проектів щодо формування спроможних територіальних громад потребує додаткових коштів, які теоретично можна отримати з Державного фонду регіонального розвитку (ДФРР). Створення ДФРР було покликане започаткувати в Україні фінансування проектів регіонального розвитку на конкурсній основі та відповідно до регіональних стратегій розвитку й планів заходів з їх реалізації [2].

Кошти ДФРР між обласними та Київською міською держадміністраціями розподіляються наступним чином:

– 80% – відповідно до чисельності населення, що проживає у регіоні;

– 20% – відповідно до показника валового регіонального продукту (ВРП) в розрахунку на одну особу (для регіонів, у яких цей показник менше 75 відсотків від середнього показника в Україні) [2].

Одним із пріоритетів державної регіональної політики є стимулювання прискореного розвитку депресивних регіонів країни. Під депресивним регіоном розуміється адміністративна територія, на якій через певні причини перестають діяти стимули саморозвитку, і тому немає підстав розраховувати на самостійний вихід даного регіону з кризової ситуації. До депресивних відносять регіони держави, в яких показник ВРП на душу населення є меншим за 75 відсотків від середнього в державі. [2]. Протягом 2005–2018 рр. в Україні найнижчий показник ВРП на душу населення в Чернівецькій області.

Таблиця 1

**Динаміка співвідношення ВРП в розрахунку
на душу населення Чернівецької області до аналогічного
показника в середньому в Україні за 2015–2018 рр.**

№ з/п	Показники	Значення показників			
		2015	2016	2017	2018
1	ВРП на душу населення Чернівецької області, тис.грн., [3, с. 207]	20 338	23 365	31 509	37 441
2	ВРП на душу населення в середньому в Україні, тис.грн., [3, с. 207]	46 413	55 899	70 233	84 235
3	Співвідношення ВРП на душу населення Чернівецької області до аналогічного показника в середньому в Україні, %	43,8	41,8	44,9	44,4

Здійснивши аналіз динаміки співвідношення ВРП на душу населення Чернівецької області до аналогічного показника в середньому в Україні, встановлено, що досліджуваний показник з 43,8% в 2015 р. зріс до 44,4% в 2018 р. Проте, слід зазначити, що

даний показник по Чернівецькій області більш ніж в два рази нижчий від загальнодержавного рівня, що є вкрай негативним явищем.

Для збільшення обсягів виробництва ВРП регіону (області) України необхідні інвестиції. Як уже зазначалося вище, депресивні регіони мають першочергове право на використання інвестиційних коштів з ДФРР.

Згідно інформації, поданої у табл. 2, частка коштів з ДФРР, що мають спрямовуватися на фінансування депресивних територій, у загальному обсязі капітальних інвестицій в Україні за кошти держбюджету зменшилася з 3,33% у 2018 р. до 1,92% у 2019 р. Тобто, у 2019 р. роль держави у виведенні з кризового стану найбільш відсталих в соціально-економічному плані регіонів України суттєво зменшилася. Такий стан справ є наслідком зменшення обсягів витрат ДФРР, які з 3798,6 млн. грн. у 2018 р. зменшилися до 2957,3 млн. грн. у 2019 році, тобто на 22,1%. При значному скороченні депресивним областям обсягів допомоги з боку держави, їх інвестиційний процес самотужки неспроможний до необхідних позитивних змін.

Зменшення обсягів видатків ДФРР обумовлено зменшенням обсягів доходів державного бюджету України. Основним чинником даної проблеми є катастрофічний рівень тіньової економіки, наслідком чого є шахрайські уникання в особливо великих розмірах від сплати податків державі. Станом на початок 2020 р. обсяги тіньових оборотів становили понад 30 відсотків від реального ВВП держави [4]. Основні обсяги тіньових оборотів припадають на офшорні махінації найбільш заможних суб'єктів господарювання України. Вирішення цієї проблеми можливе шляхом приєднання України до міжнародної системи BEPS, що перекладається, як протидія переміщенню точки оподаткування в низько податковій юрисдикції. Керівництво України ще у 2016 р. дало обіцянку керівництву ЄС, що до 1 січня 2017 р. Україна ратифікує законодавство щодо BEPS, та приєднається до держав, що співпрацюють у протидії офшорним махінаціям суб'єктів господарювання їх держав.

Таблиця 2

**Динаміка обсягу частки коштів з ДФРР,
що мають спрямовуватися на фінансування депресивних
територій, у загальному обсязі капітальних інвестицій
в Україні, що здійснюються за кошти держбюджету
у 2018–2019 рр.**

№ з/п	Показники	Значення показників		Відхилення	
		2018	2019	Абс, млн.грн.	Відносне, %
1	Фактичні витрати ДФРР в цілому в Україні, млн. грн. [2]	3798,6	2957,3	-841,3	-22,1
2	Фактичні витрати ДФРР у Чернівецькій області, млн. грн. [2]	109,7	106,1	-3,6	-3,2
3	Кошти, законодавчо призначені для фінансування депресивних регіонів (20% від обсягу ДФРР), млн. грн.	759,7	591,5	-168,2	-22,1
4	Капітальні інвестиції в Україні, здійснені за кошти держбюджету, млн. грн. [3, с. 338]	22814	30834	8020	35,1
5	Частка коштів з ДФРР, що мають спрямовуватися на фінансування депресивних територій, у загальному обсязі капітальних інвестицій в Україні за кошти держбюджету, %	3,33	1,92	-1,41	-42,3

Для розуміння реальних масштабів тіньової економічної діяльності в Україні слід звернутися до нормативів економічної безпеки держави, згідно з якими, якщо рівень тіньової економіки в державі перевищує 30 відсотків, то він вважається критичним і свідчить про втрату керівництвом держави контролю за перебігом економічних процесів у національному господарстві [5]. Вищенаведена інформація негативно позначається на інвестиційному процесі не лише в Чернівецькій області, але й в державі в цілому.

Таблиця 3

**Динаміка співвідношення капітальних інвестицій
на одного жителя Чернівецької області
до аналогічного показника в Україні за 2015–2019 рр.**

№ з/п	Показники	Значення показників				
		2015	2016	2017	2018	2019
1	Капітальні інвестиції в розрахунку на одного жителя Чернівецької області, грн./особу, [3, с. 338]	3075,6	2945,9	3308,6	4122,7	4552,4
2	Капітальні інвестиції в розрахунку на одного жителя України, грн./особу, [3, с. 338]	6399,9	8451,6	10598,0	13746,4	14907,0
3	Співвідношення капітальних інвестицій в розрахунку на одного жителя Чернівецької області до аналогічного показника в середньому в Україні, %	48,0	34,9	31,2	30,0	30,5

Здійснивши аналіз динаміки співвідношення обсягу капітальних інвестицій Чернівецької області в розрахунку на одну особу до аналогічного показника в Україні встановлено, що досліджуваний показник з 48% у 2015 р. знизився до 30,5% у 2019 р. і така динаміка є негативною. Це свідчить про значні недоліки в реалізації інвестиційної політики держави на рівні даної області.

Згідно інформації, поданої у табл.1, базовий критерій оцінки рівня розвитку Чернівецької області впродовж 2015–2018 рр. не зазнав суттєвих змін. Якщо ж врахувати, що у 2005 р. цей показник становив 49,7% [6, с. 47], то це свідчить про фактичну відсутність позитивної динаміки в реалізації державної регіональної політики стосовно Чернівецької області протягом 2005–2019 рр.

На основі вищенаведеної інформації можна стверджувати, що в нормативному та інституційному планах в Україні є законодавство та інституції, необхідні для реалізації державної регіональної політики, зокрема – щодо забезпечення прискореного розвитку депресивних областей країни.

Реалізація державної регіональної політики в Україні відбувається в масштабах, які фактично неспроможні відповідати тим завданням та цілям, які законодавчо покладені на відповідні державні інституції. Основною проблемою обмеженості бюджетних ресурсів для реалізації державної регіональної політики є катастрофічні обсяги тіньової економіки. Основним заходом щодо мінімізації тіньової економіки є необхідність приєднання України до міжнародної системи BEPS, учасниками якої на даний час є вже біля 100 держав світу. На даний час керівництво держави не робить жодних заходів щодо приєднання до системи BEPS.

Список використаних джерел:

1. Регіональна політика. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Регіональна_політика.
2. Державний фонд регіонального розвитку – фінансовий інструмент сталого регіонального розвитку. URL: <https://www.minregion.gov.ua/wp-content/uploads/2016/12/Derzhavniy-fond-regionalnogo-rozvitku-finansoviy-instrument-stalogo-regionalnogo-rozvitku>.
3. Статистичний щорічник України 2019. – Київ : Держстат України. 2020. – 463 с.
4. В Кабміні оцінили рівень тіньової економіки України. URL: https://lb.ua/economics/2020/09/23/466642_kabmini.
5. Методичні рекомендації щодо розрахунку рівня економічної безпеки України. Наказ Міністерства економічного розвитку і торгівлі України. 29.10.2013 № 1277. URL: http://cct.com.ua/2013/29.10.2013_1277.htm.
6. Статистичний щорічник України 2007. – Київ : Держстат України. 2008. – 571 с.

Подлесний М. С.

здобувач вищої освіти

Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського

м. Київ, Україна

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СИСТЕМ СЕРТИФІКАЦІЇ В СВІТІ ТА В УКРАЇНІ

Метою сертифікації є забезпечення споживачу гарантій того, що товари, роботи та послуги відповідають стандартам та іншій нормативно-технічній документації.

Сертифікація одержала широке поширення в країнах з розвинутою економікою. На сьогодні реалізація на ринку цих країн більшості видів товарів і послуг неможлива без наявності сертифіката їхньої відповідності прийнятим нормам і стандартам.

Термін «сертифікація» вперше було сформульовано Комітетом з питань сертифікації Міжнародної організації з стандартизації (ISO) у 1982 р. Відповідно до цього сьогодні як в міжнародній практиці, так і в Україні, сертифікація – це процедура підтвердження відповідності, за допомогою якої третя, незалежна від виробника (виконавця) і споживача сторона дає письмову гарантію, що продукція, процес чи послуга відповідають заданим вимогам. Відповідність – в значенні додержання усіх встановлених вимог до продукції, процесів, послуг. Саме наявність третьої сторони в підтвердженні відповідності є головною ознакою сертифікації.

Сертифікація – це складна організаційна, наукова і технічна діяльність, що проводиться організаціями і підприємствами як на національному, так і на міжнародному рівнях. Саме тому її проводять в рамках систем сертифікації, під якими мають на увазі системи, що мають власні правила проведення й управління діяльністю по сертифікації. Окрім того, сертифікація може проводитись по двосторонніх і багатосторонніх угодах, у рамках яких взаємно признаються результати сертифікаційних іспитів, виконаних у різних країнах. Приєднання до систем сертифікації є для кожної країни добровільним [1, с. 418–420].

Національну систему сертифікації в Україні можна уявити у вигляді сукупності різноманітних систем (підсистем) сертифікації

як за видами іспитів, так і за видами конкретної продукції (послуг), що носять обов'язковий або добровільний характер.

Юридичною основою української національної системи сертифікації Закон України «Про стандартизацію» (далі – Закон), який набрав чинності 03.01.2015 року, створює передумови наближення національної системи стандартизації до міжнародних і європейських норм та правил, а також реалізації Угоди про асоціацію між Україною та Європейським Союзом [2].

Розпорядженням Кабінету Міністрів України від 26.11.2014 № 1163-р (далі – розпорядження) визначено, що функції національного органу стандартизації виконує державне підприємство «Український науково-дослідний і навчальний центр проблем стандартизації, сертифікації та якості» (ДП «УкрНДНЦ»). ДП «УкрНДНЦ» є провідною організацією в Україні в сфері стандартизації, яка визнана на національному, міжнародному та європейському рівнях [3].

ДП «УкрНДНЦ» представляє Україну в таких міжнародних та регіональних організаціях:

- 1) Міжнародній організації зі стандартизації (ISO);
- 2) Міжнародній електротехнічній комісії (IEC);
- 3) Європейському комітеті стандартизації (CEN);
- 4) Європейському комітеті стандартизації в галузі електро-техніки (CENELEC);
- 5) Європейському інституті телекомунікаційних стандартів (ETSI);
- 6) Міжрегіональній асоціації стандартизації (Irsa-MAC-BASB).

2. У жовтні 2020 року Україна зробила ще один важливий крок до формування належного законодавства у сфері органічного виробництва. Так, Урядом прийнято Порядок сертифікації органічного виробництва та/або обігу органічної продукції (постанова № 1032), який розроблено з урахуванням вимог законодавства ЄС.

Документом визначено правила сертифікації органічного виробництва та/або обігу органічної продукції, а також порядок видачі сертифіката, його дубліката та форму.

Враховуючи, що Україна є провідним постачальником органічної продукції на зовнішні ринки, запровадження власної системи сертифікації підвищить імідж України на світовій торговій арені.

Крім того, це сприятиме сталому розвитку вітчизняного органічного сектору, збільшенню прозорості виробництва та насиченню внутрішнього ринку органічною продукцією [4].

Інтеграція України на рівноправній основі у світову економіку можлива тільки за умови використання міжнародних стандартів. Вихід на зовнішній ринок можливий при наявності сертифіката відповідності системи управління якістю вимогам міжнародного стандарту ISO 9001.

Європейські підприємства поділяють своїх постачальників на 3 групи, причому різниця закупівельної ціни в цих групах досить істотна (до 15%):

- абсолютно надійні (сертифікована система управління якістю ISO 9001);
- відносно надійні (система управління якістю на етапі впровадження);
- не надійні (система управління якістю відсутня).

Міжнародні стандарти ISO серії 9000 на системи якості є найбільш поширеними, тисячі підприємств у різних країнах світу сертифікували свої системи якості на відповідність цим стандартам.

Враховуючи світові тенденції та аналізуючи сучасний стан забезпечення якості продукції на вітчизняних підприємствах, належить відзначити, що Україна хоч і має нижчі показники, ніж в Європі у кількості впроваджених та сертифікованих систем управління якістю, але вже має достатній рівень усвідомлення необхідності використання ефективних механізмів управління та господарської діяльності на принципах впровадження та функціонування сучасних систем на основі міжнародних стандартів якості серії ISO.

Список використаних джерел:

1. Григор'єв О.Ю. Сертифікація продукції в Україні і за кордоном / О.Ю. Григор'єв, В.Г. Саяпіна, Н.Л. Калиновська // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». – 2001. – № 417: Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. – С. 418–424.
2. Офіційний сайт ДП «УкрНДНЦ». URL: <http://uas.org.ua/ua>.

3. Національний орган стандартизації. Міністерство розвитку економіки торгівлі та сільського господарства. URL: <https://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=ukUA&id=2bf5371d79eb4a92811727f19ac3bb18&title=NatsionalniiOrganStandartizatsii>.
4. Підсумки-2020: Вперше в Україні запроваджено власну систему сертифікації органічного виробництва. Урядовий портал. URL: <https://www.kmu.gov.ua/news/pidsumki-2020-vpershe-v-ukrayini-zaprovadzhenno-vlasnu-sistemu-sertifikaciyi-organichnogo-virobnictva>.

СЕКЦІЯ 3. ЕКОНОМЕТРИКА

Андрієнко В. М.

кандидат економічних наук, доцент

Савенко В. О.

магістрант

Одеський національний політехнічний університет

м. Одеса, Україна

ІНСТРУМЕНТИ ЕКОНОМЕТРИЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ ДИНАМІКИ МАКРОЕКОНОМІЧНИХ ПОКАЗНИКІВ

Економетричне дослідження неможливо провести без використання обчислювальної (комп'ютерної) техніки. Причина цього полягає в складності економетричних розрахунків та реалізації їх алгоритмів. Множину програм статистичної обробки поділяють на професійні, спеціалізовані і популярні (напів-професійні). Професійні економетричні програмні засоби мають велику кількість методів аналізу, а у популярних пакетів кількість функцій обмежена. Спеціалізовані програмні комплекси спрямовані на будь-яку вузьку область аналізу даних. Для освоєння декількох економетричних програм необхідно чимало часу, тому вибір програмного продукту є дуже важливим завданням. Проте, майже всі такі програмні продукти схожі по інтерфейсу і набору базових функцій.

Аналіз економетричних програм показав, що в даний час найбільш часто використовуються наступні зарубіжні програмні продукти [1; 2]:

- електронні таблиці (*Excel*);
- статистичні програми загального призначення, які містять широкий набір статистичних функцій і процедур (*Statistica, SPSS*);
- програми, орієнтовані на вирішення широкого кола економетричних задач (*EViews, Stata, Gretl*).

При відсутності спеціалізованих програм всі розрахунки можна проводити в *MS Excel*, але для цього потрібно добре знати

алгоритми обчислення статистичних величин. Позитивні риси *MS Excel*: широке поширення, тісна інтеграція з *PowerPoint* і *MS Word*, наявність українськомовної версії і сервісного обслуговування, велика кількість документації, має зручний інтерфейс для роботи з вибірками. *MS Excel* має добре відомий всім інтерфейс, являє можливості з побудови класичних лінійних регресійних моделей. Крім того, варто відзначити, що даний програмний засіб постійно оновлюється. Пакет містить надбудови *Microsoft Excel: AtteStat, Анализ данных, Поиск решения*. Однак за допомогою даного програмного засобу неможливо вирішити складні економетричні завдання. Побудова моделей, які описують більш складну залежність результуючого показника від набору пояснюючих факторів, в *MS Excel* не передбачено. Реалізація складних економетричних процедур потребує від користувача бездоганного знання всіх обчислювальних алгоритмів.

Для більш ефективної роботи в сфері економетричних досліджень можна використовувати програмні продукти *SPSS* [3] і *STATISTICA* [4]. Ці програми є електронними таблицями з системою меню, які орієнтовані на роботу з часовими рядами і просторовими даними. В *SPSS* та *STATISTICA* є функція автоматичного формування звіту з результатами моделювання. На сьогоднішній день останніми версіями систем є русифікована *STATISTICA 13*, *IBM SPSS Statistics 22.0*. *SPSS* та *STATISTICA* – це системи, які включають базовий і додаткові модулі, кожен з яких надає різний набір аналітичних статистичних або економетричних методів. Програмний засіб *SPSS* призначений для проведення прикладних досліджень в соціальних науках, і, як наслідок, його відрізняє відсутність сучасних моделей і методів просунутої економетрики. Але вартість пакетів недоступна індивідуальному користувачеві.

Gretl [5] – це пакет прикладних програм для економетричного моделювання, який розроблений у 2000 році. Відмінною рисою *Gretl* є те, що ця програма є відкритою, вільною і безкоштовною зі стандартною громадською ліцензією *GNU*, при цьому за якість і точність функціонування програми відповідає користувач. Крім англійської, *gretl* підтримує російську та традиційні європейські мови. На сьогоднішній день остання версія *Gretl 1.6.5* випущена

24 січня 2019 року. До переваг *Gretl* можна віднести наявність прикладів побудови моделей, які представлені в популярних підручниках, а також, деяких спеціалізованих періодичних виданнях і комплексів інструкцій, які полегшують оцінювання та вивчення економетричних моделей. Для просунутих користувачів є можливість роботи в режимі консолі, при цьому результати з'являються тільки в одному вікні.

Stata [6] і *Eviews* [7] це комерційні програмні продукти, розроблені для економістів в 1985 р і 1994 року відповідно. Управління в даних програмах більшою мірою здійснюється за допомогою введення команд в командний рядок з клавіатури, що істотно полегшує відтворюваність моделей. Крім того, *Stata* і *Eviews* працюють у віконному або графічному оточенні. *Stata* і *Eviews* містять готові набори даних для демонстрації та вивчення їх можливостей. На сайтах розробників представлено кілька видів ліцензій програмного забезпечення (студентська, професійна та ін.). Крім того, на сайтах кожен користувач може ознайомитися з покроковими інструкціями і відео по роботі з продуктами на англійській мові. В даний момент останніми версіями систем є *Eviews 10* і *Stata 15*. Обидва пакети представляють широкі можливості при аналізі часових рядів і панельних даних, що дозволяє використовувати їх в економетричних дослідженнях. Інтерфейс програми *Eviews*, як правило, легко освоюється. Труднощі з вивченням командного синтаксису виникають вкрай рідко. Командний синтаксис програми *Stata* трохи складніше, але підпорядковується одним шаблоном.

Prognost Platform [8] представляє собою комерційну інтегровану платформу російської компанії, яка спеціалізується на програмному забезпеченні для бізнес-аналітики. Відповідно до керівництва по повному переліку методів, програма включає модулі «Моделирование и прогнозирование» і «Анализ временных рядов», на базі яких можлива побудова моделей часових рядів. До недоліків даного програмного засобу можна віднести відсутність детального опису та якісного огляду в довідковій документації реалізованих методів і моделей економетрики, а також додаткової навчальної літератури по роботі в *Prognost Platform*. Крім того, зміна розміру вибірки в програмі не

передбачено, тому доводиться проводити аналіз усієї тенденції часового ряду, в тому числі і тієї, яка вже втратила силу. На практиці виявилось, що не всі заявлені в програмі економетричні процедури і тести реалізовані в онлайн-версії. Зокрема, двокрокова процедура Енгла-Гренджер тестування на коінтеграції недоступна в програмі. Крім того, в програмі *Prognosz Platform* висновок результатів деяких тестів передбачає відображення тільки розрахункових і критичних значень без результатів регресії.

Порівняємо функціональні характеристики програмних продуктів (табл. 1) на наявність методів і моделей базового і просунутого рівнів економетрики, а також методів багатовимірного статистичного аналізу, «відлучення» яких призводить до збіднення математичного апарату економетрики і обмеження можливостей прикладних економетричних досліджень.

Таблиця 1

**Підтримка економетричних методів
та моделей в пакетах програм**

Економетричні методи та моделі	<i>Statistica</i>	<i>SPSS</i>	<i>Eviews</i>	<i>Stata</i>	<i>Prognosz Platform</i>	<i>Gretl</i>
Методи багатовимірного статистичного аналізу	+	+	-	+	-	+
Множинна регресія	+	+	+	+	+	+
Моделі з граничними залежними змінними	+	+	+	+	+	+
Моделі декомпозиції одномірних часових рядів	+	+	+	+	+	+
Моделі Бокса-Дженкінса (<i>ARMA</i> , <i>ARIMA</i>)	+	+	+	+	+	+
Динамічні моделі з розподіленим лагом	+	+	+	+	+	+
Одиничні корні та аналіз часових рядів	-	-	+	+	+	+
Моделі багатовимірних часових рядів	-	-	+	+	+	+
Моделі умовної гетероскедастичності (<i>ARCH</i> , <i>GARCH</i>)	-	-	+	+	+	+

Як видно з таблиці, найбільш повний перелік методів економетрики для аналізу часових рядів, а також методів багатовимірного статистичного аналізу містять програми *Gretl* і *Stata*. Пакет *Eviews* поступається їм лише через невключення методів багатовимірного аналізу. Якщо врахувати комбінацію критеріїв «можливості + ціна», то безумовним лідером залишається програма *Gretl*.

Однак статистичні ряди макроекономічних показників часто мають фрактальні і хаос-динамічні характеристики. Програм для вивчення цих характеристик вкрай мало. Найбільш відомим і популярним серед дослідників є пакет FRACTAN [9]. Для розрахунків в цьому пакеті необхідна велика кількість даних (500 і більше) і дані повинні бути поміщені в текстовий файл (не EXCEL – файл). Ці вимоги представляють незручності і обмежують можливості в проведенні досліджень. Тому розробка програм аналізу та моделюванню фінансових часових рядів продовжується.

Список використаних джерел:

1. Андрієнко В.М. Інструменти статистичного моделювання макроекономічних показників. Математичне та комп'ютерне моделювання економічних процесів: монографія/ З.М. Соколовська, В.М. Андриенко, І.Ю. Івченко, О.А. Клепікова. Одеса. Астропринт. 2016. С. 250–296.
2. Гафарова Е.А., Гафарова Е.А. Применение прикладных программ при обучении эконометрическим дисциплинам // Современные проблемы науки и образования. – 2014. – № 6. URL: <http://www.science-education.ru/ru/article/view?id=15399> (дата обращения: 19.11.2020).
3. Predictive Solutions / Predictive Solutions. 2012. URL: <http://www.predictivesolutions.ru> (дата обращения: 29.08.2019).
4. StatSoft Russia/ StatSoft Russia. 2014. URL: <http://www.statsoft.ru> (дата обращения: 29.08.2019)
5. Малова А.С. Основы эконометрики в среде GRETЛ [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://books.google.com.ua/books?id=Z-agCwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=ru#v=onepage&q&f=false>.
6. Data Analysis and Statistical Software/ StataCorp LP. 1996–2014. URL: <http://www.stata.com> (дата обращения: 29.08.2019) .
7. EViews.com / IHS Global Inc. 2013. URL: <http://www.eviews.com> (дата обращения: 29.08.2019)

8. Prognoz/ JSC Prognoz. 2005–2014. URL: <http://www.prognoz.ru> (Prognoz Platform) (дата обращения: 29.08.2019).
9. Институт Космических Исследований. URL: [Fractan/com/http://www.iki.rssi.ru/magbase/RESULT/APPENDIX/fractan.boom.ru/soft.htm](http://www.iki.rssi.ru/magbase/RESULT/APPENDIX/fractan.boom.ru/soft.htm) (дата обращения: 19.11.2020).

СЕКЦІЯ 4. ІНСТИТУЦІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА

Бабаев Ф. А.

*аспирант кафедри управління персоналом
и экономики труда*

ЧАО «Высшее учебное заведение

«Межрегиональная Академия управления персоналом»

г. Киев, Украина

УСОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЕМ ПЕРСОНАЛА

В последние десятилетия произошли большие изменения в управлении бизнесом. Все больше менеджеров склоняются к тому, что среди факторов, влияющих на долгосрочных успех компаний первое место занимает человеческий фактор – кадровый состав организации в современных условиях должен быть высокообразованным, обладать высокой корпоративной культурой, стратегическим мышлением и компетентностями, быть правильно организованным и мотивированным. Поэтому развитие персонала имеет большое значение в деятельности любого предприятия. Однако в большинстве современных организации развитие персонала проводится довольно бессистемно, хаотично, поэтому его эффективность часто бывает не высокой.

Учитывая важность развития персонала как для предприятия, так и для индивида, указанным вопросам посвятили исследования ряд таких ученых, а именно Андрейчук В.Г., Бауэр Л., Белинский П.И., Бойко С.И., Гаевский Б.А., Головач Н.В., Десслер Г., Дмитренко Г.А., Кабаков В.С., Колпаков В.М., Колот А.М., Франчук В.И. и др., однако, вопрос развития составляющих системы управления развитием персонала рассмотрен, на наш взгляд, не достаточно.

Успешное развитие сотрудников базируется на трех основных компонентах: знаниях, возможностях и поведении персонала. Знания (теоретические и практические) является основой развития способностей человека, они способствуют формированию его

усилий. Относительно развития персонала различают знания, которые имеют ежедневную специфику, то есть специализированные профессиональные знания, которые приобретаются вместе с опытом работы, и общие профессиональные знания, которые приобретаются в процессе получения образования и дальнейшей подготовки кадров. Возможности, в свою очередь, определяют условия реализации полученных знаний, индивидуальный коэффициент их полезного действия. Развитие персонала именно связано с выявлением этих возможностей, приведением знаний сотрудников в соответствии с их возможностями. Значительную роль в развитии играет и поведение персонала, поскольку невозможно обеспечить эффективное развитие только на основе улучшения знаний и увеличения возможностей. С этой целью необходимо учитывать особенности поведения, взаимоотношения в коллективе.

По мнению Колпакова В.М. к форме управления развитием персонала можно отнести централизованное управление, децентрализованное и самоуправление. Однако, учитывая, что человек – самоуправляемая система, управлять своим развитием он должен сам, а социальная система создавать для этого необходимые условия [1, с. 66].

Среди элементов процесса развития персонала предприятия выделяют ротацию, подготовку, повышение квалификации, переподготовку кадров. Переподготовка организуется в том случае, когда есть потребность в получении новой квалификации по соответствующей специальности либо опыта практической деятельности вследствие изменения функциональных обязанностей либо повышения требований к качеству работы. Повышение квалификации осуществляется с целью расширения, обновления знаний, расширения навыков по имеющейся специальности, овладение ими новыми функциональными обязанностями и особенностями трудовой деятельности. По месту проведения выделяют методы профессиональной подготовки на рабочем месте (инструктаж, ротация, стажировки и т.п.) и вне рабочего места (лекции, программируемые курсы, конференции, семинары и т.д.) [2, с. 5].

Из всей совокупности элементов системы развития персонала предлагается формировать однородные группы, которые образуют системы меньшего уровня.



Рис. 1. Структура системы управления развитием персонала

Источник: разработано автором на основе [3, с. 6]

Центральными моментом в разработке системы управления развитием персонала предприятия является установление несоответствия между имеющимися знаниями и навыками персонала целям и заданиям, которые будут стоять перед организацией в будущем, а на основании этого – выявление потребностей в том или ином методе или форме развития сотрудников. Для выявления потенциала развития личностно-деловых качеств персонала целесообразно воспользоваться социологическими исследованиями для определения тех аспектов деятельности работников, которые требуют углубления и развития.

Для успешного управления процессом профессионального развития на предприятии должна быть разработана соответствующая программа. Для подготовки программы обучения и развития персонала, необходимо прежде всего выделить функции, затем для каждой функции определяется комплекс навыков, необходимых для их выполнения. Далее анализируется, какими практическими навыками и компетентностями должны обладать сотрудники, а какие нуждаются в некотором усовершенствовании, то есть определяется потребность в развитии персонала. При этом данная программа должна учитывать, что развитие как процесс

включает в себя: приобретение навыков, предметных знаний, правил или установок на увеличение результативности работы персонала.

Стандартными подходами установления и фиксации потребностей в профессиональном развитии в большинстве организаций является аттестация и оценка персонала, составление индивидуального плана профессионального развития. Во время оценивания работающий оговаривает с непосредственным руководителем перспективный план своего профессионального роста. Итогом такого обсуждения является план профессиональной внутрифирмовой карьеры и индивидуального развития. Специалист по развитию кадров оценивает этот план по принципу реалистичности, соответствию финансовой и бизнес-стратегии организации, и если необходимо – вносят необходимые изменения и модификации. Далее индивидуальные планы сотрудников объединяют в сводный план и таким образом формируют общеорганизационную программу профессионального развития персонала.

В этой программе, кроме целей развития и бюджета, находят отражение и основные его направления. Следовательно, постоянное повышение потенциала кадров является неотъемлемой составляющей деятельности руководства всех уровней управления. Различные программы по развитию кадров помогают работникам усовершенствовать мастерство, способствуют повышению мотивации к эффективному выполнению заданий, стоящих перед отдельными сотрудниками, подразделениями и организацией в целом. Все это обеспечивает рост производительности, а следовательно, и увеличение ценности человеческих ресурсов [1, с. 401].

Принципиально важным для обеспечения устойчивого и эффективного развития работников является выбор соответствующей организационной структуры, то есть создание на базе предприятий специализированных центров развития и обучения персонала. Возможно также привлечение внешних специалистов в случае краткосрочного и долгосрочного обучения руководителей высшего и среднего звена, краткосрочных несистемных тренинговых программ и семинаров, коррекции стратегии развития персонала.

Процесс управления развитием персоналом, так же как и иные процессы на предприятии должен подлежать оценке эффективности, которую можно осуществлять, используя следующие критерии:

- повышение организационной или экономической эффективности управления предприятием;
- увеличение производительности труда;
- снижение показателей увольнений, текучести кадров;
- эффективность формирования кадрового резерва руководителей (соотношение работающих, принятых на ключевые должности извне, по отношению к тем, кто получил эту должность вследствие внутрифирменного роста);
- диверсификация деятельности, рационализаторство, работа над новыми проектами как показатель формирования обстановки инновационного развития в организации.

Эффективность управления развитием работников напрямую зависит не только от способностей сотрудников, их мотивации, но от уровня эффективности руководства, насколько работники привязаны к предприятию и готовы совершенствовать свои профессиональные и личностные качества.

Список использованных источников:

1. Колпаков В.М. Управление развитием персонала Учеб. пособие для студентов вузов. Киев : МАУП, 2006. 712 с.
2. Потуданская В.Ф., Яковлева Е.В. Управление развитием персонала в условиях инновационной экономики. *Креативная экономика*. 2009. Том 3. № 6. С. 3–12.
3. Дем'яненко А. М. Удосконалення системи управління розвитком персоналу на підприємствах. *Технології та дизайн*. 2015. № 2 (15). С.1–11.

Бахур Н. В.

головний консультант

сектору регіональних стратегій

Центру регіональних досліджень

Національний інститут стратегічних досліджень

м. Київ, Україна

ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ АГРОБІЗНЕСУ

Об'єктивною необхідністю наукового та інноваційного забезпечення аграрного виробництва України є його стабільне зростання. Багато сподівань на розвиток аграрної науки покладено на її інтеграцію до європейського наукового простору. Основний формат такої інтеграції – участь українських наукових та інноваційних установ у програмах ЄС. Однак, результати участі вітчизняних підприємств у таких програмах, і зокрема, у програмі «Горизонт 2020», є не надто масштабними [1, с. 47].

Органічне сільське господарство впродовж останніх 20 років завоювало право бути ключовим елементом сталого розвитку аграрного сектору багатьох розвинених країн світу. Органічна детермінанта стала економічним індикатором соціально-екологічного прогресу в агровиробництві. Тобто, провідні держави світу сконцентрували свою увагу на створенні таких сільськогосподарських систем, які здатні не лише забезпечити суспільство харчовими продуктами та принести прибуток виробникам, але й надати конкретні соціально-екологічні переваги. Згідно Дослідження розвитку органічного ринку в Україні 2016–2019 рр. – 95% органічної продукції в Україні експортується [6, с. 14–33]. Міжнародний досвід свідчить про доцільність та навіть необхідність надання підтримки та стимулювання органічного виробництва, особливо на ранніх стадіях розвитку. Громадська спілка виробників органічних сертифікованих продуктів «Органічна Україна» під патронатом Міністерства економіки, торгівлі та сільського господарства України проводить регіональні форуми «Органічна Україна» в областях в онлайн форматі [7]. Також «Нова Програма співробітництва між Швейцарською Конфедерацією та Україною на 2020–2023 роки передбачає, перш за все, підтримку

економічного розвитку країни. Завдання цього напрямку, в тому числі – підвищення конкурентоспроможності та зростання сільськогосподарського сектору з фокусом на розвиток органічного сільського господарства.

Мінекономіки співпрацює з міжнародними проектами, що мають на меті розвиток органічного виробництва, зокрема з [3]:

1. Проектом «Німецько-українська співпраця в галузі органічного землеробства».

2. Проектом ЄС «Підтримка впровадження сільськогосподарської та продовольчої політики в Україні».

3. Швейцарсько-українським проектом «Розвиток органічного ринку в Україні», що впроваджується Дослідним інститутом органічного сільського господарства (FiBL, Швейцарія) за фінансової підтримки Швейцарської Конфедерації через Державний секретаріат Швейцарії з економічних питань (SECO) (проект завершився 31.12.2018).

Оскільки Україна є одним із глобальних лідерів в галузі с/г, то одним із перспективних напрямків розвитку даної галузі є первинне с/г (на думку експертів ЄБРР) [5].

Галузь має великий потенціал в Україні для розвитку зайнятості та агротуризму. Виноробство першим серед секторів сільського господарства України отримало допомогу ЄС, щоб випускати продукцію, яка випускалася б під географічним зазначенням і під захищеним найменуванням за походженням.

Перспективним з точки зору, інвестування, є крафтове виробництво. Крафт – це виробництво невеликої кількості продукту на малих потужностях. Продукту власного виробництва за авторськими технологіями та з унікальними властивостями, на який попит споживачів швидко зростає. В Україні створено онлайн-майданчик Foody де вітчизняні виробники крафтових продуктів харчування тепер зможуть реалізовувати власну продукцію [4].

В умовах введення карантинних заходів, спрямованих на запобігання поширенню на території України COVID-19, були закриті агропродовольчі ринки, у т. ч. невеликі локальні ринки, де в основному збували свою продукцію малі агровиробники. Через відсутність у них організованих каналів збуту, сучасних

складських приміщень та холодильного обладнання це призвело до значних збитків. Посилити спроможність малих агровиробників адаптуватися до нових викликів може розвиток сільськогосподарської кооперації. Завдяки кооперації малі виробники зможуть використовувати переваги, притаманні великому товарному виробництву, що зробить їх стійкішими щодо кризових явищ, а також сприятиме відродженню селянина як господаря виробництва, реального власника засобів виробництва і виробленої ним продукції, сприятиме розвитку сільських територій [2].

Загалом потенціал сільськогосподарської кооперації в Україні є нереалізованим. Процес її розвитку стримують наступні чинники: низький рівень державної підтримки розвитку сільськогосподарської обслуговуючої кооперації, а також складна і зарегульована процедура отримання державної допомоги для кооперативів.

За даними соціологічного опитування обстеження проблем, що стримують розвиток сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів при сільських громадах, 25,4% респондентів вказали на нерозуміння суті обслуговуючої кооперації [8].

Фахівці Центру економічної стратегії (ЦЕС) вважають, що єдина модель, яка сприятиме стійкому економічному зростанню в агросекторі – це скасування прямих субсидій з переорієнтацією підтримки на науково-дослідні розробки. І чим довше Україна буде зволікати зі скасуванням прямої підтримки, тим більшими будуть збитки для агросектора [9, с. 3].

Розроблена в ЄС спільна сільськогосподарська політика (САР) на 2014–2020 рр. передбачає такі довгострокові цілі в розвитку сільського господарства: 1) сприяння конкурентоспроможності сільського господарства; 2) забезпечення сталого управління природними ресурсами та дії клімату; 3) досягнення збалансованого територіального розвитку сільської економіки та громад, включаючи створення та підтримку зайнятості.

Для подальшого успішного розвитку с/г в Україні, доцільним є переробка с/г сировини та її експорт.

Список використаних джерел:

1. Аграрний і сільський розвиток для зростання та оновлення української економіки : наукова доповідь / за ред. чл.-кор. НАН України Бородіної О.М.,

- д-ра екон. Наук Шубравської О.В. ; НАН України, ДУ «Ін-т екон. та прогноз. НАН України». Київ, 2018. 152 с.
2. Жураковська Л.А. Сільськогосподарська кооперація як чинник стимулювання структурних зрушень у сільськогосподарському виробництві в Україні. Аналітична записка. Національний інститут стратегічних досліджень, 2020. С. 1–6. URL: <https://niss.gov.ua/sites/default/files/2020-10/silskogospodarska-kooperatsiya.pdf>.
 3. Інформаційно – аналітичний портал АПК України. URL: <https://agro.me.gov.ua/ua/napryamki/organichne-virobnictvo/organichne-virobnictvo-v-ukrayini>.
 4. Майданчик для продажу крафтових продуктів харчування. URL: <https://www.aval.ua/biznesu/blogmaydanchik-dlya-prodazhu-kraftovih-produktiv-harchuvannya-221>.
 5. Матеріали Осіннього бізнес-форуму «Нова економічна реальність світу – прогнози щодо України» 24.09.2020 р. м. Львів. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=MzMBuPfM4Zg>
 6. Милованов Є.В. Найкращі світові практики державної підтримки органічного сільськогосподарського виробництва та перспективи для України. *Механізм регулювання економіки*, 2018. № 1 С. 14–33.
 7. Сайт Мінрегіону. URL: <https://www.me.gov.ua/News/Detail?lang=uk-UA&id=b1a06b2b-dbb2-4217-9a60c42ae9d1c2b8&title=ZaproshumoNaRegionalniForumIorganichnaUkraina>.
 8. Швець Т.В. Емпірична оцінка проблем становлення та розвитку кооперативів при сільських громадах / Т.В. Швець, О.М. Овдіюк // Кооперативні читання: 2017 рік : матеріали Всеукр. наук.-практ. конф., 2 верес. 2017 р. Житомир : ЖНАЕУ, 2017. С. 139–143
 9. Яка модель підтримки агросектору потрібна Україні? Аналітична записка. Центр економічної стратегії, 25 жовтня 2018 р. 24 с. URL: <https://ces.org.ua/agricultural-sector/>.

Клевцєвич Н. А.

кандидат економічних наук,

доцент кафедри економіки, права та управління бізнесом

Одеський національний економічний університет

м. Одеса, Україна

ДЕРЖАВНО ПРИВАТНЕ ПАРТНЕРСТВО ЯК ІНСТРУМЕНТ ІНСТИТУЦІЙНОГО МЕХАНІЗМУ РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЙ РОЗВИТКУ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД

Обмеженість фінансових можливостей місцевих бюджетів, управлінських новацій у начальників управлінь та департаментів органів місцевого самоврядування змушує вдаватися до застосування механізму державно-приватного партнерства (далі – ДПП), який зорієнтовано на консолідацію ресурсів (фінансових, матеріальних, інтелектуальних та ін.) публічного та приватного секторів національної економіки на шляху досягнення суспільно значущих результатів.

У контексті децентралізації, яка має місце в Україні та передбачає передачу повноважень та ресурсів на місця, посилюється актуальність дослідження тих можливостей, які відкриваються перед органами місцевого самоврядування завдяки реалізації механізму ДПП. Сьогодні голови органів місцевого самоврядування, у тому числі новопризначені старости добровільно об'єднаних територіальних громад змушені самотійно розв'язувати нагальні поточні проблеми соціально-економічного розвитку підпорядкованих їм громад. У першу чергу йдеться про послуги житлово-комунальної сфери, такі як постачання води, тепла, вивезення та утилізація твердих побутових відходів, утримання будинків та прибудинкових територій, а також про модернізацію системи надання соціальних послуг – управління школами та дитячим садочками, організація первинної медичної допомоги, забезпечення утримання та організація роботи будинків культури, клубів, бібліотек, стадіонів і т.д. Для цього місцева влада має можливість скористатися перевагами механізму ДПП на шляху забезпечення збалансованого розвитку територіальних громад.

У деяких джерелах державно-приватне партнерство ототожнюється з приватизацією, і трактують його як особливу форму – непряму приватизацію [1, с. 67].

Відповідно до іншого підходу, партнерства знаходяться на межі державного і приватного секторів, не будучи ні приватизованими, ні націоналізованими інститутами. Це свого роду «третій шлях», за допомогою якого уряди знаходять політичні по суті форми поліпшення надання населенню суспільних (публічних) благ [2, с. 38].

Інші вважають, що державно-приватне партнерство – це і контракція надання державних послуг комерційним підрядчиком і приватизація державних активів [3, с. 98]. З нашої зору, державно-приватне партнерство слід відрізнити від приватизації в традиційному значенні цього слова, що передбачає передачу приватному сектору прав власності на підприємства або засоби виробництва. Особливістю державно-приватного партнерства є те, що права власності відносно об'єктів такого партнерства не передаються цілком приватному операторові.

Державно-приватне партнерство можна розглядати як особливу форму домовленості держави і бізнесу про «правила гри» за принципом «бізнес виграє, якщо виграє держава» [4]. Тобто бізнесу в схемах державно-приватного партнерства пропонуються пільги і переваги, а, отже, можливості для зростання його доходів в обмін на участь в розвитку об'єктів виробничої та соціальної інфраструктури, що перебувають у державній власності. Слід зазначити, що ДПП має спільні риси з іншими формами розподілу функцій та передачі державою окремих функцій на виконання до сторонніх організацій, серед яких: державні закупівлі, аутсорсинг тощо. При цьому захист державних та комунальних інтересів гарантується через інституційні основи, положення нормативних актів та укладених договорів.

В Україні організаційно-правові засади взаємодії державних та приватних партнерів визначені у головному законодавчому акті держави – Законі України «Про державно-приватне партнерство» [5]. Аналіз цього Закону виявив, що ним передбачено можливість укладання договорів не тільки державою (Кабінетом Міністрів України та уповноваженими ним центральними чи місцевими

органами виконавчої влади або суб'єктами господарювання, що діють на основі державної форми власності), а й органами місцевого самоврядування та/або територіальною громадою. При цьому органи місцевого самоврядування зможуть самостійно вирішувати питання щодо визначення переліку об'єктів комунальної власності, відносно яких доцільно використовувати можливі форми партнерства з приватним партнером, а також умови проведення конкурсів.

Крім зазначеного, досить важливим є закріплення положень про загальні умови проведення конкурсів та укладання договорів у рамках державно-приватного партнерства з обов'язковим аналізом економічних та фінансових аспектів реалізації проекту, соціальних наслідків, аналізу ризиків, а також про державний контроль та державні гарантії. Серед гарантій звертають на себе умови про: недопустимість погіршення змінами до законодавства умов реалізації проектів у рамках партнерства, невтручання у діяльність приватного оператора з боку державних органів та органів місцевого самоврядування, збереження умов укладених договорів протягом усього строку їх дії тощо.

З нашої точки зору, це повинно сприяти розширенню інтересу приватних операторів до комунального сектору, оскільки в них з'явиться впевненість у можливості досягти очікуваних результатів.

Закон вказує на головні ознаки ДПП в Україні, визначає можливі сфери його застосування. Важливим є те, що Закон створює правову базу для реалізації проектів ДПП в різних правових формах, не обмежуючись тільки концесійними угодами або договорами оренди. У цілому, на нашу думку, прийняття Закону – суттєвий крок до більш ефективного використання об'єктів регіональної інфраструктури та залучення додаткових інвестицій. Водночас він не позбавлений недоліків, зокрема відсутні чітко визначені механізми практичної реалізації проектів ДПП (наприклад, етапи реалізації проектів, вимоги до структури проекту, перелік питань, які вимагають обов'язкового узгодження на етапі укладання проекту, та тих, які можуть виникнути під час його реалізації).

Нині законодавчу базу розвитку ДПП становлять також: Конституція України, Цивільний кодекс України, Господарський кодекс України, законодавчі акти України. Крім законів, окремі питання розвитку ДПП регулюються постановами та розпорядженнями Кабінету Міністрів України, положеннями та наказами центральних органів виконавчої влади, рішеннями місцевих органів виконавчої влади та органів місцевого самоврядування. Загалом лише на загальнодержавному рівні налічується кілька десятків нормативних актів, що безпосередньо регулюють питання ДПП.

Таким чином, нормативно-правова база регулювання розвитку ДПП в Україні є дуже складною, багаторівневою, що в умовах високого рівня корупції створює ризики для ефективного використання цього механізму для активізації інвестиційної діяльності. Можна стверджувати, що це є одним із чинників відсутності реальних проектів ДПП, незважаючи на значну зацікавленість з боку потенційних приватних партнерів.

Існує також низка суперечностей у інституційному забезпеченні ДПП.

Ключову роль в ініціюванні проектів ДПП, на нашу думку, повинна відігравати держава (в особі органів місцевого самоврядування як колективних представників інтересів територіальної громади), оскільки на органи влади, з одного боку, покладено зобов'язання забезпечити збалансований соціально-економічний розвиток територіальної громади, ефективне використання наявних ресурсів, з іншого боку, як слушно відмічають науковці, саме вони «здатні коректно формалізувати «дорожню карту» реалізації проектів ДПП» з урахуванням таких чинників, як наявний потенціал, ресурсні та законодавчі обмеження регіону, галузеві пріоритети, територіальна диференціація за рівнем розвитку, територіальне розміщення виробничих потужностей та ін. З метою забезпечення збалансованого розвитку територіальних соціально-економічних систем, на нашу думку, проекти ДПП необхідно ініціювати під час стратегічного, територіального та галузевого планування.

Але для цього необхідно вдосконалити інституціональні умови, а також впровадити відповідні процедури та інструменти

механізму управління проектами ДПП у практику діяльності органів місцевого самоврядування

Список використаних джерел:

1. Public/Private Partnerships: Financing a Common Wealth. Wash., 1985, p. 67.
2. Gerrard M.B. What are public-private partnerships, and how do they differ from privatizations? *Finance & Development*, 2001. Vol. 38, № 3.
3. Державно-приватне партнерство як механізм реалізації нової регіональної політики: можливості застосування та практичні аспекти підготовки і впровадження інвестиційних проєктів / Звіт проєкту U-LEAD. 2017. 106 с.
4. Стан здійснення ДПП в Україні. Офіційний сайт міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України. URL: <https://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=9fc90c5e-2f7b-44b2-8bf1-17ee1be26&title=StanZdiisnenniaDppVUkraini&isSpecial=true> (дата звернення 01.12.2020).
5. Закону України «Про державно – приватне партнерства в Україні» від 1 липня 2010 року № 2404-VI офіційне інтернет-представництво Президента України. URL: <http://www.president.gov.ua/documents/12134.html> (дата звернення 01.01.2021).

СЕКЦІЯ 5. ЕКОНОМІКА ГАЛУЗЕВИХ РИНКІВ

Дерігін О. Д.

аспірант кафедри економіки повітряного транспорту

Національний авіаційний університет

м. Київ, Україна

ТРАНСФОРМАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ ГАЛУЗІ УКРАЇНСЬКОГО АВІАБУДУВАННЯ

Авіабудування є одним зі стратегічних напрямків економічного розвитку України. Перспективи галузі визначаються наявністю замкнутого технологічного циклу виробництва літаків; експлуатаційними характеристиками вітчизняних літаків, що дозволяють використовувати їх в нестандартних умовах.

Значення авіаційної промисловості для економіки країни полягає не тільки в її позитивному впливі на розвиток суміжних галузей економіки, але і у збереженні та створенні висококваліфікованих робочих місць.

Однак як високотехнологічна галузь світовий ринок авіаційної промисловості дуже динамічний: зростання екологічних та експлуатаційних вимог, запозичення технологій з військової авіаційної промисловості в державну авіаційну промисловість і навпаки. Крім того, ця галузь відчуває соціальні, енергетичні, екологічні та інші протиріччя, викликані глобальним світовим розвитком.

Варто наголосити, що проблеми розвитку української авіаційної промисловості розглядаються науковцями переважно в контексті підвищення конкурентоспроможності авіаційних підприємств (Д. Тюпа), стимулювання інвестиційних процесів (Т. Сіващенко), стимулювання інновацій (Л. Литвиненко), пошуку шляхів реструктуризації (О. Дяченко) або аналізу загальних напрямків розвитку (І. Висоцька, В. Лагутюк, Р. Мнацаканов, О. Олейніков, А. Сухоруков) [2; 4–9].

Слід відзначити основні причини, що уповільнюють трансформацію українського авіапрому, а саме галузеву специфіку. Перш за все, варто виділити:

- технічна складність виробу, яка обумовлена значною кількістю деталей, складових виріб, поєднанням різних матеріалів і технологій;

- високо технологічність продукції – створення моделі літака вимагає поєднання теоретичних розробок з різних галузей і напрямків науки (аеродинаміка, гідродинаміка, термодинаміка, електроніка, авіаційна ергономіка та ін.), значних експериментальних робіт та спеціального устаткування;

- тривалий виробничий цикл виробу – процес розробки сучасних моделей літаків (за даними Airbus [10]) займає близько 10 років з урахуванням експериментальної стадії. Термін експлуатації літака становить близько 20 років;

- висока капіталомісткість виробництва обумовлена необхідністю значних інвестицій на стадії розробки пристрою, в серійному виробництві так і в подальшому обслуговуванні [10].

Тому для формування обґрунтованого плану щодо трансформації галузі українського авіабудування необхідний аналіз сучасних тенденцій розвитку світової авіаційної промисловості.

Отже, розглянемо сучасні тенденції розвитку світового ринку авіаційної промисловості з точки зору структурних вимог до сучасних учасників ринку [1]:

- самоактивація – лідери світової авіаційної галузі реалізують не тільки стратегію «превентивних дій», а й активно формують умови власного існування. Це вимагає стратегічного підрозділу, значного фінансування та великих досліджень ринку. Відповідно, існують вимоги до розміру організації – це організація зі значним масштабним ефектом і відповідним впливом на ринок;

- диверсифікація – на ринку авіаційної промисловості домінують диверсифіковані поглинання/злиття, і є дві причини для поглинань: позбавлення від надлишкових потужностей і дублювання у виробництві; розширення операцій. У той же час значна частина придбань супроводжується (до 90–95% від загальної кількості) значним зносом основних засобів в компанії, що поглинається (норма зносу становить близько 60% і більше) [3].

Залежно від форми інтеграції це означає значне фінансування для поглинань, фінансову стабільність для злиття, або наявність компетенцій, які зацікавляють партнерів, і фінансову стабільність для формування альянсу.

- органічні структури управління, що діють на основі поліархії.

З 1990-х років авіабудівна промисловість використовує нову форму управління проєктами – партнерство з розподілу ризиків. З одного боку, авіабудівники знижують витрати на дослідження і розробки. З іншого боку, постачальники беруть участь у проєкті з матеріальною зацікавленістю в успіху проєкту. Формування такої складної організаційної структури вимагає не тільки добре продуманої системи управління, а й синхронізації виробничих процесів та наявності єдиної виробничої культури:

- корпоративна культура ощадливого виробництва. Лідери авіабудування організовують свою діяльність на основі концепції «ощадливого виробництва», реалізація якої на практиці не обмежується тільки впровадженням систем Кайдзен, а й зміною ставлення персоналу до своєї роботи. Для того щоб забезпечити високий рівень якості та створити умови для постійного вдосконалення процесів і демонстрації цього, діловим партнерам необхідно проводити сертифікацію;

- брендування – сьогодні бренд є одним з п'яти основних вимог споживача (включаючи ціну, якість, фінансові умови купівлі-продажу, сервіс). Забезпечення якісного бренду означає, що авіабудівник має довгострокову репутацію надійного постачальника продукції, стабільне фінансове становище, чітку систему управління і сертифіковану виробничу систему;

- актуальність досліджень і розробок – сучасні авіабудівні корпорації містять підрозділи, які регулюють їх виробничу, фінансову, логістичну, маркетингову діяльність. Однак найбільше зростання значущості можна відзначити щодо науково-дослідної діяльності, перед якою в даний час стоїть складне завдання пошуку, розробки нових ідей і доведення їх до стадії апробації та виробництва;

- інноваційні технології – характерною рисою сучасного авіабудування є використання нанотехнологій. Серед сучасних вимог

до авіаційної техніки є екологічні вимоги, які поступаються тільки безпеці польотів, займаючи друге місце в переліку вимог [3; 10].

Таким чином, з аналізу світових тенденцій розвитку авіації зрозуміло, що ефективна організаційна форма діяльності авіабудівних підприємств на ринку повинна одночасно забезпечувати: інтеграцію основних частин авіаційної техніки на основі принципу взаємодоповнюваності; можливість модернізації основних фондів; можливість серійного виробництва літака з дотриманням відповідних вимог до організації виробничого процесу; реалізацію стратегії диверсифікації; умови фінансування фундаментальних досліджень; умови організації обслуговування і стимулювання споживачів; не тільки мобільність і гнучкість у реагуванні на зміни зовнішніх факторів, а й вплив на умови його функціонування.

Список використаних джерел:

1. Арефьева О.В., Капаруліна І.М. Українське авіабудування – напрями трансформації. *Інноваційна економіка*. 2013. № 3. С. 3–8.
2. Дяченко О.О. Впровадження організаційних змін – запорука ефективного розвитку авіапідприємства URL: http://www.lib.nau.edu.ua/Journals/3_27_2010/Dachenk1.pdf.
3. Капаруліна І.М. Фрейм сучасної економічної дійсності: «стратегічна економіка». *Сталий розвиток економіки*. 2012. № 6. С. 14–21.
4. Литвиненко Л.Л. Інвестиційно-інноваційна модель розвитку авіаційної галузі України. URL: http://www.nbuv.gov.ua/ejournals/pspe/2011_4/Letvinenko_411.htm.
5. Мнацаканов Р.Г., Висоцька І.І., Лагуточкин В.П. Перспективи розвитку авіаційних робіт в Україні. *Інноваційна економіка*. 2012. № 1. С. 10–12.
6. Пухов Р. Мировой ВПК сегодня и завтра – часть II. URL: <http://vpk-news.ru/articles/5842>.
7. Сівашенко Т.В. Відтворення основних фондів авіапідприємств з використанням лізингу: дис. канд. екон. наук: 08.07.04: захищ. 24.09.05. Київ, 2005. 191 с.
8. Сухоруков А.І. Олейніков О.О. Активізація економічного розвитку авіаційної галузі України. *Зовнішня торгівля: право та економіка*. 2006. № 5. С. 133–140.
9. Тюпа Д.І. Конкурентоспроможність авіаційної промисловості України на ринках країн, що розвиваються в умовах глобальної конкуренції. *Вісник Економіки транспорту і промисловості*. 2011. № 36. С. 90–95.
10. Airbus' Global Market Forecast. URL: <http://www.airbus.com/company/market/forecast>.

Обнявко Т. С.
*викладач кафедри електротехніки
та систем ракетно-артилерійського озброєння
Військова академія
м. Одеса, Україна*

АКТУАЛІЗАЦІЯ ЕКОЛОГІЧНОГО ВЕКТОРУ ПРИ МОДЕРНІЗАЦІЇ ВПК УКРАЇНИ

Екологізація відображає світову тенденцію в розвитку людства, у тому числі при модернізації економіки, в напрямку інтенсифікації зусиль з охорони довкілля, впровадження екологобезпечних технологій, економії ресурсів, посилення безпеки. Згідно з статтею 3 Закону України «Про охорону навколишнього природного середовища», основними принципами охорони навколишнього природного середовища є: пріоритетність вимог екологічної безпеки, обов'язковість додержання екологічних стандартів, нормативів та лімітів використання природних ресурсів при здійсненні господарської, управлінської та іншої діяльності; гарантування екологічно безпечного середовища для життя і здоров'я людей; запобіжний характер заходів щодо охорони навколишнього природного середовища; екологізація матеріального виробництва на основі впровадження новітніх технологій [1].

Все це повною мірою поширюється на військові та оборонні об'єкти, а також підприємства оборонної промисловості, що входять до вітчизняного військово-оборонного комплексу (ВПК).

ВПК України розглядається нами як система збройних формувань; оборонних промислових підприємств, науково-дослідних та дослідно-конструкторських організацій державної та недержавної власності, які займаються розробкою, конструюванням, відпрацюванням технології виготовлення озброєнь та військової техніки (ОВТ). І, згідно із загальносвітовими тенденціями, їх функціонування повинно здійснюватися на умовах посилення екологічної складової антропогенної діяльності всіх без виключення структурних складових ВПК з орієнтацією на пріоритети стратегії державної екологічної політики.

Найбільшими суб'єктами ВПК є Збройні сили України (ЗСУ), інші військові формування, а також підприємства і організації

оборонної промисловості, що, зазвичай, відносяться до оборонно-промислового комплексу – ОПК (рис. 1).

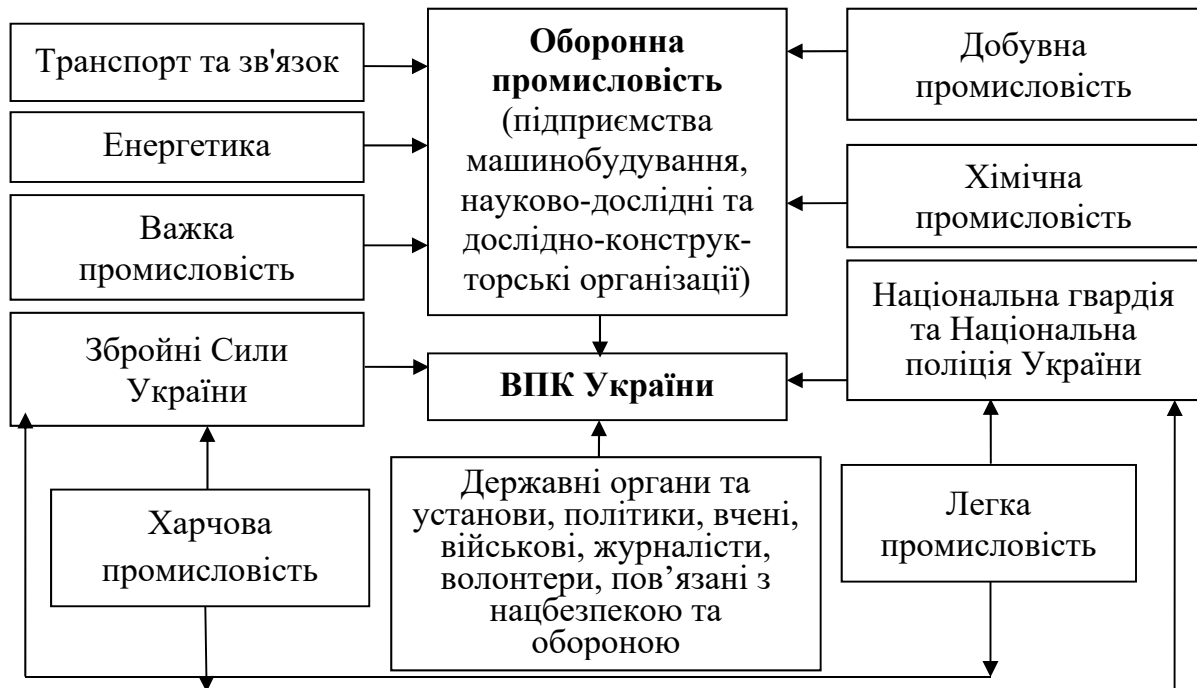


Рис. 1. Структура військово-промислового комплексу України

Джерело: розроблено автором

Одним із найважливіших, на нашу думку, невирішених питань гальмування екологоорієнтованого господарювання в секторальному вимірі є відсутність системного та дієвого механізму перебудови економіки в означеному напрямку. Значний збиток довікллю відбувається від виробничої діяльності оборонних підприємств (ОПК). Вітчизняні оборонні підприємства використовують застарілі та зношені виробничі фонди, мають високу енерго- та ресурсоемність військового промислового виробництва, недостатньо впроваджують маловідходні і енергозберігаючі технології. Відсутні необхідні обігові кошти та бюджетне фінансування для впровадження інноваційних сучасних енерго- та ресурсоемних технологій, автоматизованих систем управління безпекою виготовлення ОВТ з дотриманням екологічних норм; очищення промислових стічних вод, промислових та транспортних викидів у атмосферу, локалізації, зберігання та утилізації екологічно небезпечних відходів. Конкурентоспроможність продукції українського

ВПК на світовому ринку ОВТ щорічно знижується внаслідок відставання від стандартів НАТО.

Оборонно-промисловий комплекс України можна охарактеризувати як інституційно розбалансований; з відсутньою стратегією розвитку, узгодженою із загальнодержавною військово-промисловою політикою; недостатньою концентрацією фінансового ресурсу на пріоритетних напрямках.

Все це свідчить про необхідність термінової модернізації вітчизняного оборонного сектору, у тому числі вирішення екологічних проблем, які протягом років створювались суб'єктами ВПК.

В загальному сенсі ідеться про посилення відповідальності всіх суб'єктів ВПК та запровадження інструментів управління природо-користуванням, системне використання яких здатне сприяти найбільш ефективній реалізації екологічної політики в даному секторі економіки [2, с. 310].

Механізм посилення екологізації вітчизняного ВПК повинен бути різним для різних суб'єктів – військових формувань; організацій, що здійснюють науково-дослідні та дослідно-конструкторські роботи (НДДКР); для підприємств оборонного сектору, що виробляють, ремонтують та модернізують ОВТ. Інструменти стимулювання екологізації вітчизняного ВПК повинні бути пристосовані до специфіки діяльності організаційно відокремлених складових ВПК та підтримувати атмосферу соціально-відповідального відношення до охорони довкілля. Саме цей напрямок є пріоритетом майбутніх інституціональних перетворень як передумови зменшення навантаження на довкілля збоку сучасного ВПК.

Проблема ВПК щодо впровадження заходів з охорони довкілля може бути вирішена або адміністративним шляхом (методами прямого впливу), або шляхом стимулювання за допомогою економічних важелів та інструментів (методами непрямого впливу). Для різних суб'єктів механізми стимулювання природоохоронних заходів будуть різні.

Адміністративні методи значною мірою закріплені в законодавстві – Дисциплінарному статуті ЗСУ від 24.03.1999 р. № 551-14 [3, с. 46], положення якого можуть регулювати стягнення за порушення дисципліни відповідальними особами за недбале

виконання керівним складом обов'язків або дій, які сприяли або привели до збитків оточуючому середовищу. Закон допускає дисциплінарну відповідальність до порушників, які прибувають як на строковій військовій службі, так і на службі за контрактом у вигляді догани, суворої догани, позбавлення чергового військового звання, попередження про неповну службову відповідність, пониження в посаді або військовому званні (п.п. 48–50).

Безумовно, необхідно на основі діючого законодавства та його удосконалення в аспектах захисту довкілля побудувати загальнодержавну комплексну систему заходів з адміністративного заохочення та адміністративних санкцій для військовослужбовців ЗСУ та інших військових формувань.

Для науково-дослідних та дослідно-конструкторських організацій, а також для виробничих підприємств оборонної промисловості законодавством передбачена інша відповідальність. Наприклад, стаття 68 Закону України «Про охорону навколишнього природного середовища» від 25.06.1991р. № 1264-12 передбачає можливість притягнення до дисциплінарної відповідальності за екологічні правопорушення [1]. Цією ж статтею визначаються спеціальні підстави такої відповідальності. Можливість притягнення до дисциплінарної відповідальності передбачається і в інших актах екологічного законодавства, які визначають свої галузеві підстави притягнення до такої відповідальності.

На основі діючого законодавства в кожному оборонному підприємстві доцільно побудувати власну комплексну систему заходів з адміністративного заохочення та адміністративних санкцій для керівників та виконавців.

Інша група – це інструменти непрямого впливу, яка включає активізацію інтересів військовослужбовців, розробників і виробників ОВТ, їх мотивацію та стимулювання. Певні напрямки забезпечення охорони навколишнього природного середовища визначені статтею 41 Закону України «Про охорону навколишнього природного середовища» і передбачають: взаємозв'язок усієї управлінської, науково-технічної та господарської діяльності підприємств, установ та організацій з раціональним використанням природних ресурсів та ефективністю заходів з охорони навколишнього природного середовища на основі економічних важелів;

визначення джерел фінансування заходів щодо охорони навколишнього природного середовища; встановлення лімітів використання природних ресурсів, скидів забруднюючих речовин у навколишнє природне середовище; встановлення ставок екологічного податку; надання підприємствам, установам і організаціям, а також громадянам податкових, кредитних та інших пільг при впровадженні ними маловідходних, енерго- і ресурсозберігаючих технологій та нетрадиційних видів енергії, здійсненні інших ефективних заходів щодо охорони навколишнього природного середовища; відшкодування в установленому порядку збитків, завданих порушенням законодавства про охорону навколишнього природного середовища [1].

Безумовно, такий механізм повинен мати відповідну організаційну структуру та визначених виконавців, що будуть нести відповідальність або будуть стимульовані за результати своєї діяльності, а також мають виконувати повний цикл управління екологічною діяльністю – здійснювати її планування, облік результатів, контроль виконання, аналіз результатів та приймати відповідні рішення для досягнення запланованих цілей.

Список використаних джерел:

1. Про охорону навколишнього природного середовища : Закон України (Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1991, № 41, ст. 546). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1264-12#Text> (дата звернення 24.08.2020).
2. Купинец Л.Е. Экологизация продовольственного комплекса: теория, методология, механизмы. Одесса : ИПРЭЭИ НАН Украины, 2010. 712 с.
3. Кохан Н.В. Дисциплінарна відповідальність за екологічні правопорушення. *Екологічне право України*. 2016. № 3–4. С. 43–48.

Рогачевський О. П.

кандидат медичних наук,

*в.о. начальника Навчально-виробничого центру
інноваційних технологій навчання інформатизації
та безперервної освіти*

*Одеський національний медичний університет
м. Одеса, Україна*

АНАЛІЗ КРИТЕРІЇВ ЦІЛЬОВОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ СИСТЕМИ В ГАЛУЗІ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я

Визначення ефективності в галузі охорони здоров'я має певні особливості, які враховують параметричні критерії в межах результат-орієнтовного підходу. Ефективність в галузі охорони здоров'я та її окремих заходів вимірюється сукупністю індикаторів, які характеризують відповідну стадію процесу функціонування соціально-економічної системи. Ефективність соціально-економічної системи в галузі охорони здоров'я визначається полярністю значень.

Типологізація соціально-економічної системи в галузі охорони здоров'я виокремлює соціально-медичну й економічну ефективність.

Соціально-медична ефективність відображає ступінь досягнення клінічного та соціального ефекту з урахуванням вимірювання специфічних показників.

Серед основних індикаторів соціально-медичної ефективності виділяють питому вагу вилікуваних хворих, питому вагу летальних випадків, зниження рівня захворюваності у суспільстві за регіональною ознакою, зменшення випадків переходу захворювання у хронічну форму, якість медичної допомоги та супутніх послуг тощо.

Соціально-медична ефективність відображає кількісні й якісні характеристики досягнення визначених завдань у сегменті моніторингу, діагностики, лікування та профілактики захворювань з урахуванням критеріїв якості, оптимальності та результативності.

У свою чергу, економічна ефективність в галузі охорони здоров'я сфокусована на співвідношенні отриманих результатів до

понесених витрат. Процес оптимального забезпечення та використання ресурсів враховується при розрахунку економічної ефективності. Визначений індикатор забезпечує оцінку функціонування галузі охорони здоров'я в країні, її сегментів, а також соціально-економічним обґрунтуванням заходів щодо охорони здоров'я у національному середовищі.

Ефективність соціально-економічної системи в галузі охорони здоров'я відображає здатність забезпечувати ефект і результативність процесів, які визначаються як співставлення ефекту, результату до витрат, що забезпечили отримання запланованого результату.

Ефективність в галузі охорони здоров'я характеризується відносними індикаторами, які розраховуються з урахуванням параметричних характеристик, а саме: результату та витрат. Але, не виключається використання абсолютних значень вихідних параметрів, які характеризують процеси в галузі охорони здоров'я.

Ефективність соціально-економічної системи в галузі охорони здоров'я характеризується наступними аспектами:

- співвідношенням між результатами діяльності у соціально-економічній системі та використанням для їх отримання фінансових, матеріальних і людських ресурсів;
- максимізації результатів при мінімальних витратах в системі управління галузі;
- здатністю зважено визначати завдання та стратегічні цілі.

Проблему ефективності соціально-економічної системи галузі охорони здоров'я також можливо розглядати з позицій різних стейкхолдерів, оскільки галузь представляє собою відкрите середовище, яка функціонує в межах національної економіки.

Ефективність соціально-економічної системи в галузі охорони здоров'я повинна враховувати також екологічний і комерційний аспект. Екологічна ефективність характеризується певною відповідністю витрат й екологічних результатів національним інтересам, при цьому екологічний ефект досягається зниженням негативних наслідків функціонування медичних закладів, які впливають на навколишнє природне середовище.

Список використаних джерел:

1. Москаленко В.Ф., Пономаренко В.М. Рейтингова оцінка діяльності органів управління охорони здоров'я регіонального рівня. *Вісн. соц. гігієни та організації охорони здоров'я України*. 2000. № 2. С. 31–34.
2. Современное управление. Энциклопедический справочник. Т. 1 / Под ред. Д.Н. Карпухина, Б.З. Мильнера. Москва : «Издатцентр», 1997. 584 с.
3. Сутність концепції результат-орієнтованого суспільного управління. URL: http://www.cpk.org.ua/index.php?option=com_content&view=article36.
4. Побережець О.В. Теоретико-методологічні та практичні засади дослідження системи управління результатами діяльності промислового підприємства : монографія. Херсон : Видавництво : Грінь Д.С., 2016. 500 с.
5. Пол Хейне. Экономический образ мышления. Москва : Катаксия, 1997. 704 с.
6. Борщ В.І. Інноваційна модель розвитку національної системи охорони здоров'я. *Інноваційна економіка: теоретичні та практичні аспекти* : монографія / за ред. д.е.н., доц. О.М. Коваленко, д.е.н., проф. Є.І. Масленнікова. Херсон : ОЛДІ-ПЛЮС, 2018. Вип. 3. С. 161–176.

СЕКЦІЯ 6. ЕКОНОМІКА ПРАЦІ

Легейда Г. А.

студент

*Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут
імені Ігоря Сікорського»
м. Київ, Україна*

СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ЯКОСТІ

У сучасному світі успішне та своєчасне виконання будь-якого проекту або завдання на 70% залежить від людей, які залучені до цього процесу. Персонал є основою підприємства, а його бажання виконати свою роботу на найвищому рівні є головним чинником розвитку та зростання бізнесу.

Керівник має знайти шляхи до кожного співробітника та створити для нього умови щодо задоволення своєю роботою, її результатами та постійним покращенням рівня життя. Саме ці умови й є мотивацією співробітника, яка, по суті, може вважатися «двигуном» процесу при правильному її застосуванні, й «суцільним тормозом» у разі вибору хибних механізмів.

У кожному суспільстві та часі є свої поняття щодо життєвих цілей та прагнень людей. Звичайно, збільшення грошових виплат, завжди були одними з головних чинників мотивації, але час від часу дуже важливу роль відіграють емоційні та суспільно важливі моменти.

Загалом, мотивацію можна визначити як напрямок в процесі управління співробітниками, який відповідає за створення і глибоке укорінення в корпоративній культурі певного стимулу для кожного із колег.

Розробка та впровадження стимулюючих та мотивуючих механізмів дуже важлива складова в розвитку сучасної системи якості. У структуру мотиву праці можуть бути включені:

- потреба, яку хоче задовольнити працівник;

- механізми та блага, що здатні задовольнити цю потребу;
- трудова дія, яка має бути виконана, для одержання блага;
- ціна – витрати матеріального і морального характеру, пов'язані із здійсненням трудової дії.

Головними важелями стимулювання і мотивації виступають стимули і мотиви.

Стимул – це зовнішня причина, яка спонукає людей досягати мети. У трудовому процесі стимулом є матеріальне чи моральне заохочення.

На відміну від стимулу, мотив – це внутрішня спонукальна сила, інтерес, прагнення, бажання і т.п., основу яких становлять людські потреби.

Відомі вчені, економісти та підприємці розробляли та продовжують створювати цілі системи мотивацій, які на їх думку, мають стати основою розвитку вашої організації (теорії Маслоу, Тейлора, Гейцберга та інших). Кожна з них має свої особливості та застереження. Звичайно, стан підприємств, підбір працівників та цілі є неповторними для кожної структури. Тому найбільш продуктивним стане застосування змішаних схем, які будуть враховувати в собі найкращі постулати кожної системи, що на вашу думку, притаманні саме вашій ситуації. Це повною мірою стосується і мотивації персоналу у сфері якості. Відомо, що сучасні системи мотивації та стимулювання побудовані на умові обов'язкового виконання працівниками вимог до якості з урахуванням всієї різноманітності спектра стимулів і мотивів. При цьому стимулювання і мотивація персоналу у сфері якості має розглядатися не як самостійна система, а як невід'ємна частина єдиної системи стимулювання і мотивації усього персоналу.

Від персоналу, який зайнятий у сфері забезпечення якістю, залежить дуже багато. Його помилки або хибні дії можуть призвести навіть до краху усього бізнесу. Тому розробка індивідуальних мотиваційних планів допоможе вам залучити найкращих фахівців й забезпечити їх сто відсоткові віддачу на своєму робочому місці. Такі плани мають включати в себе:

- премії й бонуси за досягнення результатів;
- оплату медичного страхування;
- оплату навальних курсів або абонементів у спортклуби;

- компенсацію проїзду;
- увагу до дітей співробітника;
- надання нематеріальних заохочень (білети в театр, відвідування виставок, спільні подорожі, тощо).

Таким чином, головний висновок, який ми можемо зробити, що у глобальному плані розумна система мотивації персоналу у забезпеченні якості, дозволяє підвищити ефективність не тільки окремо взятого співробітника, але й цілих команд, відділів і департаментів. Це зменшує «плинність» кадрів, допомагає вибудовувати здорові і взаємоповажні відносини в колективі, що в свою чергу веде до сталого випуску якісної продукції, зростання економічних показників підприємства та збільшення його конкурентоспроможності на ринку.

Список використаних джерел:

1. Мотивація персоналу як інструмент управління якістю. URL: <https://blog.agrokebety.com/motyvatsiya-personalu-yak-instrument-upravlinnya-yakistyu-pratsi>.
2. Стимулювання персоналу в системі якості. URL: <http://www.info-library.com.ua/books-text-9744.html>.
3. Мотивація персоналу. Сутність та подолання криз URL: <https://osvita.ua/vnz/reports/management/13828>.

Мамедбагирли С. Н.

аспірант кафедри

управлення персоналом и экономики труда

ЧАО «Высшее учебное заведение

«Межрегиональная Академия управления персоналом»

г. Киев, Украина

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ МОТИВАЦИИ СЛУЖАЩИХ И СПЕЦИАЛИСТОВ

Функция мотивации занимает важное место в системе управления предприятием. С помощью мотивации руководство предприятия может решать такие задачи как: привлечение и удержание на предприятии лучших специалистов, рабочих;

демонстрация признания высоких результатов деятельности сотрудников по рационализации, повышению качества, эффективности работы для дальнейшего побуждения их к активной творческой деятельности; признание заслуг и поощрение результатов труда лучших работников, обеспечение повышения интенсивности трудовой деятельности коллектива предприятия; улучшение морально-психологического климата в коллективе на основании формирования философии социально ориентированной организации.

Степень разработки проблемы указывает на то, что процесс формирования механизма мотивации персонала широко освещены в трудах таких известных авторов: С. Адамса, М. Армстронга, Г.А. Дмитренко, А. Маслоу, М. Мескона, Ж. Моно, Ш. Ричи, П. Мартина, Ф. Райхельда, Ф. Тейлора, А. Файоля, Ф. Хедоури и др. Однако вопросы мотивации служащих и специалистов рассмотрены, на наш взгляд, не достаточно.

Цель статьи – охарактеризовать тенденции и разработать современные подходы к мотивации служащих и специалистов.

Содержание функции мотивации заключается в: определении потребностей персонала и обеспечении их удовлетворения в организации; разработке систем вознаграждения за выполняемую работу, применении различных форм оплаты труда; использование стимулов к эффективному взаимодействию работников в коллективах и на предприятии в целом [1, с. 24].

Для формирования эффективной системы мотивации труда необходим ряд предпосылок: качественно сформированы цели предприятия, воспринимаются работником как средство удовлетворения его потребностей; достаточность финансовых ресурсов для предоставления вознаграждений в соответствии с данной субъектом управления обещания и результатов труда; профессионально подготовленные менеджеры высшего звена управления, способные выявлять потребности персонала, оценивать их и создавать эффективную систему стимулирования труда; четкая формулировка принципов мотивации труда, отражающие объективные закономерности развития предприятия и взаимоотношения между субъектами и объектами управления.

Современным организациям целесообразно формировать свою политику по стимулированию на основе результатов мотивационного мониторинга, позволяет оптимизировать спектр мотивационных средств по принципу «стоимость-эффективность». Для более обоснованного формирования «портфеля мотивационных мероприятий» необходимо определить степень влияния материального стимулирования, проведя опрос среди работников по уровню удовлетворения оплатой труда, а уже в случае его удовлетворения – разрабатывать спектр мер морального и социального стимулирования. Следует отметить целесообразность разработки методов стимулирования в разрезе отдельных категорий персонала – руководителей различных уровней, служащих, инженерно-технического персонала, рабочих, работников функциональных служб.

Несмотря на то, что в организациях может использоваться широкий спектр материальных поощрений, руководство должно периодически сравнивать уровень оплаты труда в организации и в регионе и делать выводы о необходимости пересмотра ставок оплаты труда. Целенаправленная политика повышения заработной платы, положительно влияет на жизненный уровень работников предприятия. Практика показывает, что персонал чувствует себя удовлетворенным, когда уровень заработной платы, утвержденный коллективным договором, выше, чем в среднем по Украине на 20–40%. В условиях низкой стоимости рабочей силы, которая сложилась в Украине, такая политика предприятия в области оплаты труда является положительным фактором, свидетельствующим о стремлении руководства вывести заработную плату на уровень, который бы обеспечивал нормальное воспроизводство рабочей силы. Результаты опроса различных категорий персонала относительно уровня удовлетворения заработной платой показали, что минимальный уровень удовлетворенности размером заработной платы – среди служащих по сравнению с другими группами. Это связано с тем, что сейчас на рынке существует достаточно большое количество служащих, результативность их труда трудно измерить одновременно почасовая оплата труда, практически без существенной дифференциации в разрезе квалификационных уровней не позволяет объективно оценить их вклад в общие

результаты работы предприятия или структурного подразделения. Чувствуя себя обделенными, они ищут работу в других организациях, куда переходят вместе со своими клиентами, в результате чего предприятия теряют опытных специалистов, и вынуждены тратить значительные средства на обучение нового персонала [2, с. 5]. Следует отметить, что современная политика налогообложения и контроля за ее осуществлением приводит к значительной теневой занятости, без официального оформления, обычно без оплаты больничных, отпуска и др. За счет этого предприятия могут оплачивать работу выше, но такая работа обычно временная.

В системе оплаты надбавок, как правило, предусмотрены одинаковый процент доплаты за сложность, устанавливаемые для всех категорий служащих, инженерно-технических работников, что, на наш взгляд, считаем несправедливым по отношению к более квалифицированным и опытным сотрудникам, которых такая система в определенной степени демотивирует.

Для специалистов на предприятии целесообразно разработать и внедрить систему премий / бонусов за выполнение своих целей и задач на протяжении финансового года на основании оценки компетенций. Подобно тому, как руководители подразделений будут оценены согласно выполненным годовым целями, также и сотрудники предприятия будут оценены по достижению установленных им показателям эффективности.

Показатели эффективности – это стандарты выполнения работы, ожидаемые от сотрудника, с целью реализации краткосрочных и долгосрочных целей предприятия. Показатели эффективности, как и цели, также являются способом измерения эффективности работы сотрудников, они выбираются с учетом требований к каждой конкретной должности и целей структурного подразделения, в котором работает сотрудник. Стандарты работы / показатели эффективности могут быть как количественными, так и качественными и должны быть согласованы с руководителем и сотрудником перед оцениваемым периодом. То есть, если период оценки – 6 месяцев, то за 6 месяцев до оценки сотрудник должен знать, по каким критериям будут оценивать его работу. Каждый показатель эффективности должен быть взвешенный: некоторые

показатели более важны и значимые, чем другие, а, следовательно, достижения их стоит большего. Общий удельный вес всех показателей должен быть равен 100%.

Мотивация кадров должна формировать удовлетворенности трудом, желание к саморазвитию, проходить стажировку, применять инновационные методы деятельности, изменять устаревшие методы работы, формировать реальные цели и их достигать, расти как профессионал в своей деятельности [3, с. 185]. Основными мерами нематериальной мотивации для сотрудников могут быть [1, с. 201]:

- возможность профессионального и карьерного роста;
- обратная связь руководства с подчиненными, дружественный климат в коллективе;
- предоставление некоторым работникам и руководителям подразделений служебного жилья, автомобилей, корпоративной мобильной связи;
- при найме работников на руководящие и вакантные должности, в первую очередь рассматриваются кандидатуры «своих» сотрудников;
- возможность постоянного обучения как в Украине, так и за рубежом;
- поездки-экскурсии на заводы-производители;
- проведение соревнований среди работников и определение наилучших с последующей наградой;
- возможность получения беспроцентного кредита для приобретения бытовой техники, но не чаще чем раз в два года (должно быть разработано и утверждено положение, в котором расписано, что для этого работник должен проработать не менее двух лет на предприятии и не иметь нарушения трудовой дисциплины);
- достойная организация рабочего места, обеспечение современной измерительной и офисной техникой, оборудованием и др.

Такой подход к мотивации работников обеспечит выполнение организацией своих задач на высоком уровне, будет способствовать повышению организационной и социальной эффективности внедренных мотивационных мероприятий.

Список использованных источников:

1. Дмитренко Г.А. Мотивация и оценка персонала: Учеб. пособие [Текст] / Г.А. Дмитренко, Е.А. Шарапатова, Т.М. Максименко. Киев : МАУП, 2002. 246 с.
2. Башкатова Ю.И. Особенности мотивации персонала в современных корпорациях / Ю.И. Башкатова, Р.В. Каптюхин, Л.В. Звягина. *Молодой ученый*. 2014. № 6.2 (65.2). С. 3–5. URL: <https://moluch.ru/archive/65/10827/> (дата обращения: 21.12.2020).
3. Ричи Ш., Мартин П. Управление мотивацией : Учеб. пособие / Пер. с англ. под ред. проф. А.Е. Климова. Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. 399 с.

Поліщук І. Г.

*кандидат економічних наук,
доцент кафедри економіки, організації
та управління підприємствами*

Іванова А. А.

магістр

*Криворізький національний університет
м. Кривий Ріг, Україна*

УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ НА МЕТАЛУРГІЙНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

В умовах глобалізації стратегічне управління набуває значущості так, як є найвагомішою умовою успішної діяльності підприємства та рівня конкуренції на ринку.

Оптимізація витрат здійснюється за рахунок цілеспрямованого розвитку підприємства, що включає взаємопов'язані елементи, методи та механізми, які об'єднані в систему управління витратами.

В умовах ринкових відносин основна діяльність підприємства спрямована на формування максимального фінансового результату. Рівень перспективи розвитку підприємства обмежені фінансовими ресурсами виробництва та попитом на вироблену продукцію [1]. Так, як витрати підприємства – головний фактор, який впливає на обсяг виробництва продукції та прибуток, необхідно робити постійний аналіз витрат на врахування їх кількості на майбутнє [2].

Для того, щоб гідно дати оцінку ефективності управління витратами потрібно проаналізувати стратегічні цілі та рівень виступу підприємства на ринку [3]. Оцінюючи стан ефективності управління витратами, враховують фінансово-економічні показники витратних знижень, збільшення рівня прибутку, рентабельність.

Проблематика дослідження даної теми полягає в тому, що, незважаючи на наявність системи управління витратами на підприємствах, її ефективність є досить низькою. Відсутність науково обґрунтованої системи планування, організації, мотивації та контролю діяльності підприємства, а також виважених критеріїв оцінки ефективності процесу управління витратами призвели до значних виробничих витрат та як наслідок – до неефективної діяльності [3].

Метою дослідження є оцінка та аналіз економічних методів та аспектів у процесі управління витратами ПАТ «АрселорМіттал Кривий Ріг».

Питання управління витратами на сьогодні стоїть особливо гостро. Адже вітчизняні підприємства, по відношенню до зарубіжних, мають високий рівень собівартості продукції, низький рівень фінансового стану для розвитку підприємства, неадекватність системи управління витратами для задоволення цілей управління виробничо-господарською діяльністю [4].

Для оцінки фінансового становища господарської діяльності ПАТ «АрселорМіттал Кривий Ріг» проведемо аналіз конкурентоспроможності даного підприємства порівняно з ПАТ «Азовсталь», ПАТ «Запоріжсталь». Основні показники занесемо у таблицю 1 та для більш наглядного порівняння результатів побудуємо рисунки 1 та 2.

Отже, можемо зробити загальний висновок, що кожне аналізоване підприємство є збитковим окрім діяльності ПАТ «Запоріжсталь», хоча і рентабельність має від'ємне значення у порівнянні з 2018 роком у складі 16,65%, а також за проведеними вище розрахунками дане підприємство є найсильнішим за своїм складом серед конкурентів, але рентабельність необхідно продовжувати збільшувати, щоб стати більш конкуруючим на ринку праці.

Таблиця 1

**Аналіз фінансових результатів діяльності
металургійних підприємств України за 2016–2019 рр.**

Підприємство	Рік	Чистий дохід від реалізації продукції, тис. грн.	Собівартість реалізованої продукції, тис. грн.	Валовий прибуток, тис. грн.	Чистий фінансовий результат, тис. грн.	Рентабельність продукції, %	Рентабельність підприємства, %
ПАТ «АМКР»	2016	52961756	47924608	5037148	2704116	10,51	66,83
	2017	66185876	56562119	9623757	5061847	17,01	77,85
	2018	67963171	54675902	13287269	9509163	24,30	72,79
	2019	62409226	63503128	-1093902	-2265232	-4,33	63,94
ПАТ «Азов-сталь»	2016	32703660	30889262	1814398	558417	5,87	62,22
	2017	68973920	66084327	2889593	-130947	4,37	101,42
	2018	81960876	74709386	7251490	3570898	9,71	96,78
	2019	57293136	63938440	-6645304	-5670917	-10,39	67,70
ПАТ «Запоріж-сталь»	2016	6319107	5543947	775160	-403651	13,98	108,81
	2017	8164952	7151107	1013845	53676	14,18	117,63
	2018	9630917	9111430	519487	-428449	5,70	119,71
	2019	8291100	7821661	469439	82809	6,00	103,06

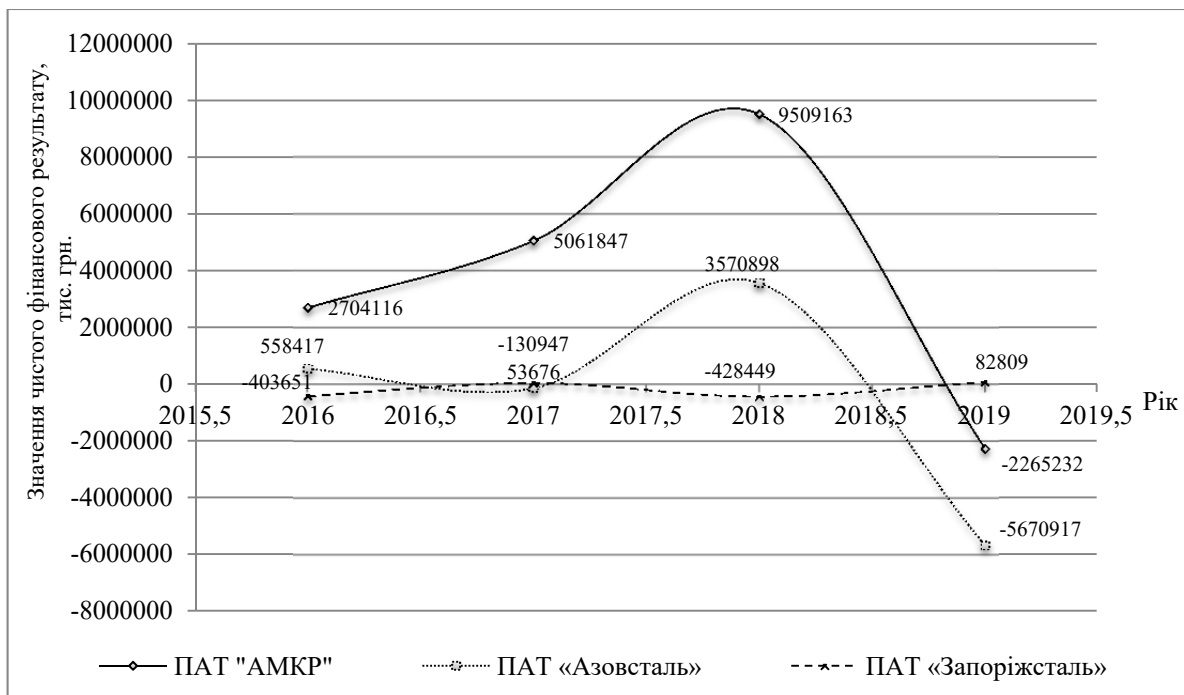


Рис. 1. Динаміка зміни чистого фінансового результату металургійних підприємств за 2016–2019 рр., тис. грн.

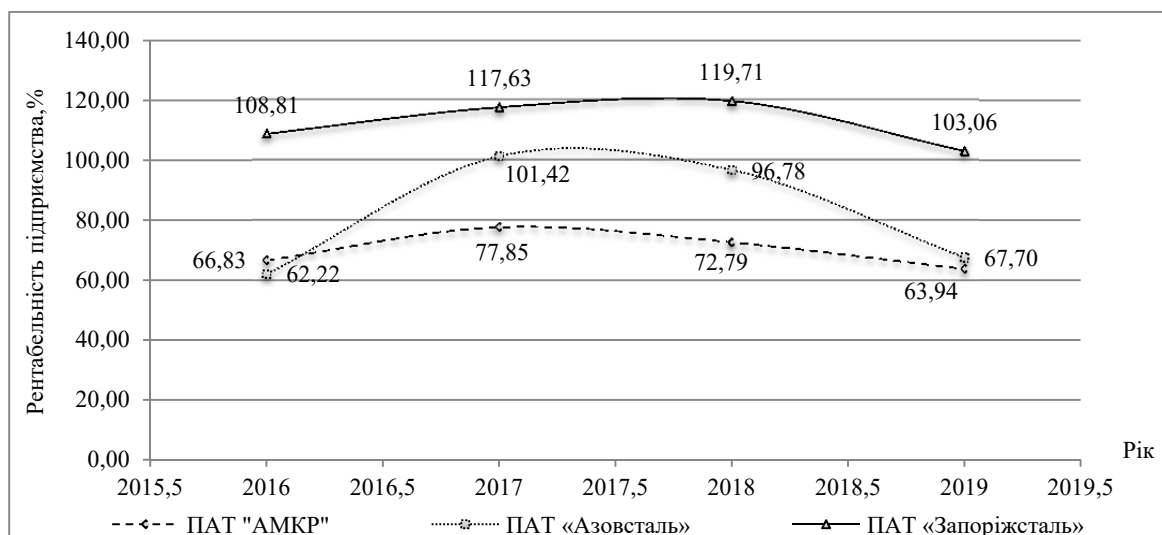


Рис. 2. Динаміка зміни рентабельності металургійних підприємств за період 2016–2019 рр., %

ПАТ «АМКР» не випереджає своїх конкурентів по значенням показників так, як погіршується фінансове становище і необхідно даний стан виправляти, адже може статися так, що діяльність буде ліквідовано за банкрутство підприємства. Тому необхідністю виступає зацікавлення керівництва ПАТ «АрселорМіттал Кривий Ріг» у необхідності приділяти ще більшу увагу раціональному використанню усіх видів ресурсів, його техніко-технологічного, фінансового, трудового, інвестиційного та інших видів потенціалу підприємства для зниження витрат виробничо-господарської діяльності, підвищення рівня прибутку, що є основою фінансової стабільності та розвитку.

Список використаних джерел:

1. Металлургия: глобальные тренды 2020. URL: <https://gmkn.center/wp-content/uploads/2020/03/Metallurgiya-Globalnye-trendy-2020.pdf>.
2. Омарова Н.Ю. Управление производственными затратами в конкурентной среде : [учебное пособие] / [Н.Ю. Омарова, Л.Н. Косякова, А.Л. Попова]. – СПб. : Проспект науки, 2011. – 224 с.
3. Турило А.М. Управління витратами підприємства : [навч. посібник] / [А.М. Турило, Ю.Б. Кравчук, А.А. Турило]. – Київ : Центр навч. літератури, 2006. – 120 с.
4. Analysis of maintenance costs in metallurgical enterprise. URL: <https://www.confer.cz/metal/2016/read/metal2016-conference-proceedings.pdf>.

СЕКЦІЯ 7. ЕКОНОМІКА РОЗВИТКУ

Гуцул Д. Б.

студент

*Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут
імені Ігоря Сікорського»
м. Київ, Україна*

СТАНДАРТИЗАЦІЯ ЯК МЕТОД УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ У СФЕРІ ОНЛАЙН-МАРКЕТИНГУ

На даний момент людство все більше часу проводить в мережі, та це і не дивно, оскільки там можна бути ким завгодно, та робити майже усе, що й в режимі реального часу. Купити, продати, поспілкуватися, прочитати новини, переглянути улюблений серіал – це лише мала частина можливостей сучасних людей з пристроєм, у якого є вихід в інтернет. А умови карантину як ніколи показали людству усі переваги цього винаходу кінця 20-го століття.

Постанова Кабінету міністрів України від 09.12.2020 знову заморозила економіку країни, а саме заборонила роботу магазинів та торгових центрів, що здійснюють торгові операції непродовольчими товарами, а також не товарами першої необхідності, змусили заклади громадського харчування знову працювати лише з можливістю доставки. Саме за таких умов з'явилася гостра необхідність в онлайн-маркетингові та просуванню власних товарів та послуг за допомогою соціальних мереж.

У даній статті запропоновано розглянути методи стандартизації у сфері онлайн-маркетингу на прикладі діючого підприємства «TD marketing» та одного з проектів компанії.

Загалом, якщо розглядати саму концепцію реклами продуктів та послуг за допомогою соціальних мереж, можна зазначити, що це потребує у певній мірі створення власного бренду, головним показником якого, буде активність його сторінки у соціальних мережах «Facebook» та «Instagram», охоп аудиторії та якість оформлення. Головною задачею особи, яка виконує замовлення, є

підтримка, або ж створення, умов для ефективної діяльності оголошень та бізнес-кабінету, що забезпечить високі показники прибутковості, а також допоможе підвищити відомість бренду, або ж товару. Замовлення є декількох основних напрямів: підвищення активності користувачів на сторінці соціальних мереж, збільшення кількості зареєстрованих осіб на платформах, лідогенерація, конверсія з продажу, розробка маркетингових креативів. Перших два напрями є здебільшого направлені на звернення уваги до свого товару, проте не гарантують прибутку, останній же слугує зазвичай додатковою опцією при заключенні контракту.

На основні дослідження даного проекту можна створити первинні способи стандартизації:

- створення детального аналізу цільової аудиторії за допомогою опитування на сторінці у соціальних мережах;
- охоплення аудиторії при продажі товарів чи послуг має складати 14000 осіб і більше, допустимі відхилення якщо товар є високоприбутковим, ексклюзивним, або ж товаром для спеціальних категорій людей до 8000 і більше;
- кількість показів не повинна бути менша 20000 при дотриманні вище зазначених умов, допустиме відхилення до 12000 і більше за вказаним виключенням;
- вартість однієї цільової дії має бути в межах 0,03 – 1,03\$, при білінгу 25\$ на добу, 1.05 – 4.00\$ при білінгу у 35\$, 4,05 – 7.00\$ при денному білінгу в 50\$ та спеціалізованій продукції;
- кількість цільових дій має складати не менше 1,5% при дотриманні інших умов.

Така стандартизація була складена на основі багаторічного досвіду компанії та проілюстровано за допомогою проекту. Не дотримання даних стандартів призведе до нераціонального використання рекламного бюджету, відсутності покупців, або ж їх малої кількості, блокування кабінету через високі або занадто низькі ставки. Після проходження двох днів можна підвищувати бюджет рекламної компанії не більше ніж на 15% на день, оскільки занадто великі об'єми порушують автоматичну оптимізацію, що призведе то вищих витрат та зниження якості трафіку потенційних покупців. Рекомендовано створювати більше ніж 1 креативний додаток, оскільки таким чином буде створена можливість вибору

найбільш оптимального варіанта рекламної компанії, що за своїми параметрами нестиме більшу користь підприємству.

Висновок. Таким чином було досліджено на прикладі проекту замовлення найбільш оптимальні умови розвитку рекламної компанії та запропоновано варіації можливих відхилень та правок в залежності від категорії товару та встановлено чіткі межі допустимих значень, що може слугувати фундаментом для створення майбутньої системи стандартизації послуг, а також створення норм використання бюджету компанії.

Список використаних джерел:

1. Інтернет-ресурс. URL: <https://vrk.org.ua/ad-market>.
2. Інтернет-ресурс. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5688>.
3. Арестенко В.В. Маркетингові дослідження: сутність, стан та перспективи розвитку. *Сталий розвиток економіки*. 2015. № 2. С. 290–296. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/sre_2015_2_43.
4. Інтернет-ресурс. URL: https://pidru4niki.com/15941024/turizm/dotsilnist_provedennya_normativna_baza_marketingovih_doslidzhen.
5. Інтернет-ресурс. URL: <https://blog.uamaster.com/digital-market-2020>.

Джаїн Прадіп Кумар

*аспірант кафедри державного управління,
публічного адміністрування та регіональної економіки*

*Харківський національний економічний університет
імені Семена Кузнеця
м. Харків, Україна*

МІСЦЕ КОМУНІКАТИВНОЇ СТРАТЕГІЇ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ВЗАЄМОДІЇ ОРГАНІВ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ

Сучасні процеси формування інформаційного суспільства актуалізують новий формат взаємодії із владою, ключовим базисом якого стають демократичні принципи управління життєдіяльністю суспільства. Це зумовлено децентралізацію та демонополізацію державної влади шляхом становлення публічного управління як комплексної системи, яка включає в себе інститути держави,

місцевого самоврядування, бізнесу, громадянського суспільства. У свою чергу, комунікаційний процес нерозривно пов'язаний із забезпеченням інформаційного простору, адже органи публічної влади, а саме органи державної влади та органи місцевого самоврядування, мають взаємодіяти із громадянським суспільством стосовно ключової ідеї та стратегії сталого розвитку країни, а також державних пріоритетів. Отже, сучасний етап розвитку економіки загострює важливість модернізації інформаційно-комунікаційної системи публічного управління, а місце комунікативної стратегії тільки посилюється в діяльності органів публічного управління та їх взаємодії.

Слід зазначити, що сучасне громадське управління лише наближається до інноваційних інструментів управління, а переважаючі інновації засновані на інформаційних технологіях і мережевих стратегіях для забезпечення більш якісного та ефективного обслуговування населення. Увага науковців останнім часом звернено до цифрової економіки. Так, малодослідженим залишається питання формування комунікативної системи забезпечення публічних послуг, що вимагає розробки методологічних, технічних, технологічних і організаційних підходів до його вирішення. Щоб комунікаційний процес був максимально ефективним, необхідно мати інформаційно-комунікаційну систему управління у вигляді автоматизованої системи або, на базі наявних інформаційних технологій, банку даних і служби інформації.

Структура публічного управління може бути представлена сукупністю підсистем забезпечення, серед яких виділяють інформаційне, комунікаційне, технічне, програмне, організаційне, маркетингове, правове забезпечення. Модернізуючи систему інформаційного забезпечення для вирішення завдань з надання послуг органами місцевого самоврядування, неможливо обійтися без кардинальної модернізації всіх інших підсистем.

Детальний аналіз теоретичного базису досліджуваної тематики підтвердив, діалогічна взаємодія є одиницею аналізу комунікативних стратегій. Схема аналізу мовної тактики спирається на конкретні параметри комунікативної ситуації і виглядає наступним чином: інформація про майбутню комунікативному подію; позиції в майбутньому діалозі (автор і адресат); установки на тип

спілкування; умови успішності мовної тактики; комунікативні ходи і їх мовні маркери [1]. Отже, під комунікативною стратегією розуміється узагальнена узгоджена схема комунікативної поведінки, в якій серія різних вербальних і невербальних засобів використовується для досягнення мети суб'єкта комунікації.

Слід зазначити, що існують дві ключові особливості комунікативних стратегій: структурованість і прогнозованість. У широкому сенсі структурованість комунікативної стратегії включає в себе планування процесу спілкування і його реалізацію в залежності від конкретних умов комунікації і особистісних особливостей людей, що спілкуються. Слід враховувати, що планування комунікативної стратегії – це не просто конструювання мовних висловлювань, а частина інтерактивного процесу, в якому слухач активно інтерпретує мовні дії партнера, реалізуючи власну стратегічну лінію.

В процесі комунікації люди завжди переслідують різні цілі, які в даному контексті є комунікативними. Отже, комунікативна стратегія передбачає [2; 4]:

- усвідомлення і аналіз комунікативної ситуації;
- визначення моделі поведінки, виходячи з попереднього аналізу;
- організація відповідно до цього самого спілкування (визначення поведінкових і мовних «ходів» комунікації);
- досягнення мети комунікації (заради чого вибудовується сама стратегія).

Слід зазначити, що близькими до поняття «комунікативна стратегія» є такі поняття, як «комунікативна тактика» і «комунікативний досвід». Комунікативний досвід об'єднує в собі стратегію і тактику, де комунікативним тактикам притаманні практичні дії в реальному процесі взаємодії. Тобто комунікативна тактика – це сукупність практичних ходів, що дозволяють в реальному процесі спілкування досягти поставлених цілей в заданих ситуаціях.

Стратегія вибирається в зв'язку із загальною метою комунікації, а тактика – в зв'язку з комунікативним наміром [3]. Отже, комунікативні стратегії відображають соціальні зразки, що розуміються суспільством ланцюжків дій. Добре побудовані

комунікативні стратегії систематизовані і передбачувані, спрямовані на реалізацію мети. Саме тому їх дослідження є актуальним напрямом у публічному управлінні.

Необхідно акцентувати увагу, що комунікативна стратегія може стати допоміжним документом для реалізації Стратегії розвитку органів публічного управління. Адже ключовою її особливістю є сприяння ефективній роботі органів публічної влади та налагодження комунікаційного процесу з жителями територій в напрямку забезпечення комфортних умов життєдіяльності. У цьому контексті слід зауважити на необхідності залучення всіх зацікавлених сторін задля розробки комунікативної стратегії. Комплексна комунікативна стратегія повинна включати не тільки внутрішні комунікації, але й зовнішні, серед яких слід виділити засоби масової інформації, різноманітні цільові групи, представники інших територіальних громад.

Таким чином, створення і використання ефективних комунікативних стратегій у формуванні різних напрямків діяльності органів публічного управління забезпечить реалізацію принципів відкритості і прозорості, що означає можливість підприємців та інших суб'єктів брати участь в роботі цих органів. Впровадження комунікативних стратегій передбачатиме розширення комунікаційної мережі і зростання ролі соціального інтелекту, що знаходить своє відображення в комунікативній компетентності жителів країни, і стає основою взаєморозуміння і взаємодії влади і громадянина.

Список використаних джерел:

1. Гошовська В.А. Комунікації в публічному управлінні: аспекти організаційної культури та ділового спілкування / уклад.: Гошовська В.А. та ін. – Київ : К.І.С., 2016. – 130 с.
2. Драгомирецька Н.М. Комунікативна діяльність в державному управлінні / Драгомирецька Н.М., Кандагура К.С., Букач А.В. – Одеса : ОРІДУ НАДУ, 2017. – 180 с.
3. Кандзюба С.П. Електронне урядування та електронна демократія: навч. посіб.: у 15 ч. Частина 14: Електронна взаємодія органів публічної влади / С.П. Кандзюба, О.М. Хошаба, Ю.Б. Пігарєв. – Київ : ФОП Москаленко О.М., 2017. – 60 с.
4. Комунікації в публічному адмініструванні : конспект лекцій / О.В. Шебанина, В.П. Клочан, С.І. Тищенко та ін. – Миколаїв : МНАУ, 2018. – 200 с.

Зиз Д. О.

аспірант кафедри економіки повітряного транспорту

Національний авіаційний університет

м. Київ, Україна

СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ЯК ОСНОВА ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТНОГО СТАТУСУ ПІДПРИЄМСТВА

У сучасних умовах господарювання широкому смислі розвиток економіки країни має риси невизначеності напрямів, нестабільності стану та динамікою змін, що проводяться як в інституційному аспекті, так і організаційному підприємствами. Для безперервного здійснення процесу економічного розвитку доцільно передбачувати можливі складові ринкового середовища та його характеристики, яке визначає необхідний рівень якості продукції, раціонального використання ресурсів та можливість їхньої заміни не екологічні, вимоги до оновлення техніки і технології. Саме це обумовлює функціональне насичення, впровадження складових, етапів стратегічного управління та, на цій основі, підвищення конкурентного статусу підприємства.

На рівні підприємства найважливішими принципами, які регламентують практичне втілення концепції сталого/стійкого розвитку, є:

- системність (охоплення змінами всіх взаємопов'язаних елементів та взаємозв'язків на підставі адаптації основних функцій управління);
- динамічності (темпи змін мають відповідати темпам зовнішнього середовища і проводитись паралельно, або паралельно-послідовно в залежності від складності самого процесу розвитку і специфіки об'єкту);
- збалансованості (узгодження змін в складових і етапах з необхідною швидкістю проведення адаптації задля недопущення перевищення потреби в капіталі і трудових ресурсах);
- цілісності (всі види діяльності (операційна, фінансова, інвестиційна) підприємства мають залежно одна від одної змінюватись пропорційно до вимог зовнішнього середовища);

– зворотності передбачає необхідність і можливість змін в одному із елементів (параметрів) до відповідних пропорційних змін у інших на підставі зворотного зв'язку;

– адаптивність як здатність пристосовуватись до нових умов функціонування при збереженні гнучкості через модульну архітектуру побудови.

У цілому, існують такі типи розвитку підприємства: 1) адаптивний (конвергенція), який включає як зовнішню, так і внутрішню адаптацію підприємства до змінюваних мінливих умов; 2) дивергентний (слабко адаптивний) розвиток є невід'ємною частиною еволюційного типу розвитку, але відноситься до класу регресивного розвитку, що характеризується нездатністю керівництва здійснювати адаптивний регулятивний вплив на підприємство через відсутність або недостатність належної ресурсної підтримки та потенціалу розвитку; 3) синхронізовані результати розвитку, які зумовлені загальною динамікою циклу розвитку підприємства; 4) десинхронізований розвиток є протилежністю синхронного розвитку і характеризується невідповідністю ритму життя компанії та навколишнього середовища або основних сфер бізнесу.

Розвиток підприємства доцільно розглядати з точки зору складових його потенціалу, тобто крім вищезазначених аспектів, треба взяти під увагу ще такі: власності, виробництва, збуту, фінансового потенціалу підприємства тощо. Саме вони обумовлюють вибір стратегічних орієнтирів на підставі оцінювання наявного рівня ресурсних параметрів кожного з них.

В сучасних умовах розвитку господарства здебільшого стратегія ототожнюється з позицією на обраних ринках, з діяльністю, яка дозволяє посилити свої конкурентні позиції та збільшити сегмент на «наявних своїх ринках», боротися за завоювання нових ринків тощо. У більш широкому розумінні стратегія – це конкретне місце в середовищі, яке займає підприємство, це своєрідне віддзеркалення на внутрішнє та зовнішнє середовище та спроба знайти шляхи ефективної адаптації до зовнішніх, неконтрольованих факторів, а також необхідних змін в обґрунтованих елементах та їх поєднань у внутрішньому середовищі. З цієї точки зору стратегію можна розглядати як:

- позицію, спосіб функціонування, який на цьому етапі не закінчується (не фіксується), а орієнтований на постійний розвиток, що забезпечує її утримання та реалізацію обраного сценарію;

- невід’ємну частину управління, що має бути інтегрованою та дозволяти зрозуміти майбутні тенденції та характеристики обраного сегменту та уподобання споживачів;

- образ (процес) мислення і інтелектуалізація процесу, які потребують удосконалення фахової підготовки, спеціальних навичок, опанування компетенцій та технологій (процедур);

- максимально відтворювана цінність, здатна якісно змінювати параметри (повторюване значення), що дозволяє досягти найкращих результатів за рахунок активізації діяльності всіх працівників.

В даному контексті, «стратегію можна визначити як зразок логічної, послідовної поведінки, що розвивається свідомо чи спонтанно на підприємстві» [1]. Стратегія має бути націлена на формування унікальних конкурентних переваг, які розглядають як відносну категорію, для якої притаманна здатність адаптації до умов, що змінюються, певний рівень стійкості та ефективності, що в сукупності визначає можливості успішного функціонування підприємства в конкурентному середовищі. Інакше кажучи, це висока компетентність підприємства, що надає йому найкращі можливості залучати й зберігати клієнтів [2]. Саме вони стають у конкурентній боротьбі основою для задоволення потреб, формування взаємозв’язків між постачальниками і споживачами, оптимізації стратегічного набору та масштабу діяльності підприємства, раціонального використання його ресурсів і можливостей. Таким чином, ринкову позицію підприємства (рис. 1) доцільно висвітлювати через систему понять, які в сукупності є основою для розробки стратегії, обґрунтування конкурентних напрямів розвитку. «Конкурентні переваги та потенціал є факторними ознаками, а конкурентоспроможність та конкурентна позиція – результатом впливу системи ключових чинників, які залежно від конкурентного середовища створюють різні конкурентні переваги» [4, с. 29].

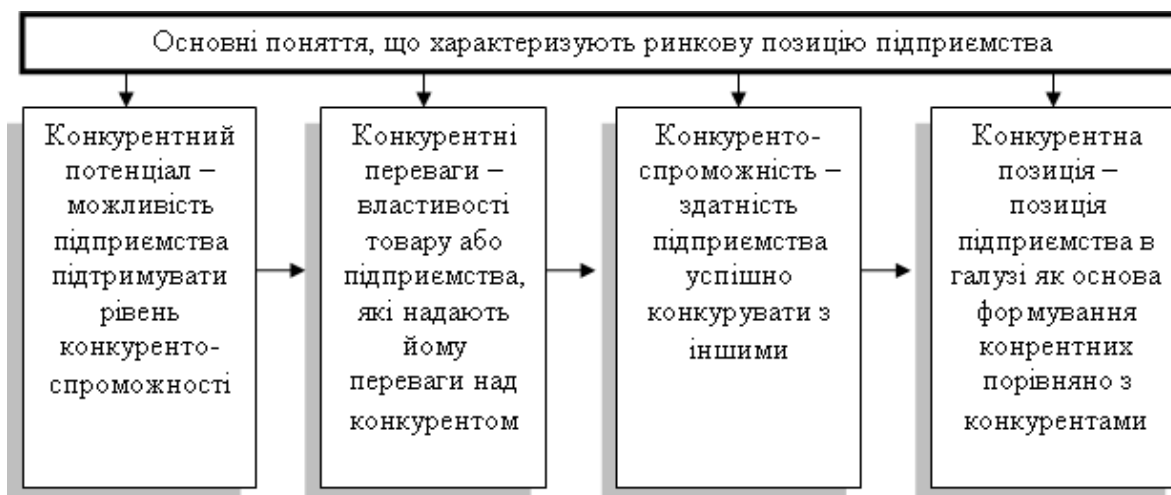


Рис. 1. Основні поняття, що характеризують ринкову позицію підприємства

Разом з тим, «конкурентоспроможність підприємства – це здатність використовувати свої сильні сторони та сконцентрувати свої зусилля в тій сфері виробництва товарів та послуг, де воно зможе зайняти лідируючі позиції на внутрішньому та зовнішньому ринках. В останньому випадку мова йде про міжнародну конкурентоспроможність» [3].

Виходячи з цього, стратегія визначає основні напрямки та шляхи досягнення цілей розвитку, зміцнення ринкових позицій, зростання та довгострокового виживання підприємства на основі концентрації ресурсів всіх видів (або основного) на конкретних пріоритетах:

- є способом встановлення узгодженої взаємодії підприємства із зовнішнім середовищем;

- базується на дуже загальній, неповній та недостовірній інформації, або, навіть на такій, якої ще немає (існують прогнози та експертні оцінки);

- постійно уточнюється в процесі імплементації стратегії і реалізації сценаріїв, діяльності, чому має сприяти усталений зворотний зв'язок між ними;

- завдяки своїй багатофункціональності підприємство має складну внутрішню структуру, тобто можна задавати питання щодо формування «стратегічного набору» як основи для реалізації стратегії і відповідному обґрунтуванні ресурсного забезпечення і функціональної стратегії;

- є основою для розробки перспективних проектів стратегічних планів, та програм, що є системною особливістю технології розвитку компанії;
- є інструментом багатофункціональної інтеграції підприємств, напрямів діяльності, способом отримання синергітичного ефекту;
- є основою для створення та впровадження змін в організаційній структурі підприємства, посилення її модульності, узагальненим ядром усіх рівнів та рівнів для інтелектуалізації ОСУ; основний змістовний елемент діяльності вищого керівництва; фактор стабілізації відносин і взаємозв'язків в організації;
- дає змогу налагодити ефективну мотивацію, контроль, облік та аналіз, виступаючи як стандарт, котрий визначає успішний розвиток і результати дій.

Список використаних джерел:

1. Стратегія інноваційного розвитку сучасного підприємства : [моногр.] / [В.Г. Федоренко та ін.] ; за ред. В.Г. Федоренка, Т.Є. Воронкової. – Київ : ДКС центр, 2014.
2. Горбаль Н.І. Система управління конкурентоспроможністю підприємства / Н.І. Горбаль // Науковий вісник НЛТУ. – 2010. – Вип. 20. – С. 112–117.
3. Бондаренко В.М. Сучасні ознаки формування конкуренції на ринку підприємствами України / В.М. Бондаренко // Економіка. Фінанси. Менеджмент: актуальні питання науки і практики. – 2016. – № 10. – С. 26–36.
4. Ареф'єва О.В., Бабич С.М. Стратегічні аспекти управління конкурентоспроможністю підприємства в цифровому економічному просторі // О.В. Ареф'єва, С.М. Бабич Конкурентоспроможність підприємств у міжнародному цифровому просторі: Монографія / За редакцією Ареф'євої О.В. – Київ : НАУ, 2019. – С. 7–14.

Титикало В. С.

*кандидат економічних наук,
проректор з економічних питань*

*Національний медичний університет імені О.О. Богомольця
м. Київ, Україна*

ІНОВІНГ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Підходи щодо розвитку економічного потенціалу підприємств з урахуванням складових спираються на конкурентні можливості по обраним напрямам, а саме: оцінювання конкурентних зрушень відповідно до змін ключових чинників успіху; активізація інноваційних напрямів розвитку в основних конкурентних перевагах, які обумовлюють необхідність адаптації виробничої, кадрової складових; обґрунтування ступеню невизначеності та направленість загроз чинників на фінансову стійкість підприємства як передумови переорієнтації на якісно нові види продукції.

Доцільно зазначити, що у певному галузевому та регіональному середовищі склалася модель взаємодії ресурсів як основи економічного потенціалу підприємства, конкурентного середовища ринку та існуючих інновацій, з умовою їх доступності, що дозволяє обрати і обґрунтувати найбільш раціональний варіант сценарію розвитку інноваційної складової економічного потенціалу підприємства. Разом з тим, слід вважати, що впровадження іновінгу доцільно оптимально у всіх складових за необхідністю при раціоналізації технологічних процесів, їхнього обслуговування, кадрового забезпечення, системи управління із застосуванням цифрових технологій.

Основними джерелами розвитку відкритих систем є внутрішні суперечності, що як проявляються, так і локалізуються через застосування управлінських впливів щодо відновлення взаємозв'язків та застосування самоорганізації складових економічного потенціалу, гармонізацію елементів зовнішнього середовища та нівелювання загроз, які спричинені. Дунська А.Р. Вона розглядає розвиток підприємства у трьох основних аспектах: 1) технічний (науково-технічний) розвиток – спрямований на підвищення якості продукції, технологій, послуг шляхом впровадження технічних та

технологічних інновацій; 2) ринковий розвиток – спрямований на розширення кола споживачів, збільшення частки ринку, якості сегменту тощо; 3) організаційний розвиток – здебільшого орієнтований на розвиток конкретного працівника, визначеної групи, вдосконалення системи управління та процесів її організації тощо. Кожен із зазначених аспектів розвитку є інноваційним, тому цілком можна стверджувати, що основним елементом процесу розвитку підприємства є інновації та нововведення. Технічний розвиток базується на технічних та технологічних інноваціях, тоді як ринковий та організаційний типи розвитку базуються на організаційних та управлінських інноваціях [1].

Дослідження структури інноваційного потенціалу підприємства показує відсутність його однозначного теоретичного трактування як у вітчизняній, так і зарубіжній літературі. Дослідження показало, що вчені переважно концентрують свої знання на вивченні лише окремих сторін інноваційного потенціалу, тому його специфічні визначення інколи мало корелюють між собою. Так, «ефективність інноваційного процесу залежить від стану інноваційного потенціалу підприємства, основу якого складають фінансові, матеріальні, кадрові, інтелектуальні, інфраструктурні і інші ресурси» [2].

В більшості визначень о домінує трактування сутності інноваційного потенціалу як економічної наукової категорії: або як сукупність ресурсів, або як здатність господарської системи випускати інноваційну продукцію, або як можливість виробничих сил досягти певного ефекту.

Запропоновані підходи до визначення сутності управління інноваційного потенціалу та до його складових, особливості процесу управління інноваційним потенціалом (в т.ч. формування та розвитку), класифікація показників та вибір методів його оцінювання в цілому дуже відрізняються. В більшості наукових підходів суть управління інноваційного потенціалу трактується як комплекс дій і методів, що характеризуються здатністю управляючої системи реагувати на зміну зовнішнього середовища [3].

Оновленні інноваційного потенціалу загальною мірою обумовлює можливості підприємства підтримувати інноваційну діяльність, та управління даною діяльністю стає однією з його найбільш

пріоритетних стратегічних завдань підприємств в умовах конкурентного середовища функціонування.

Проведення аналізу видів діяльності підприємств дає можливість виокремити чинники зовнішнього і внутрішнього середовища, які найбільше впливають як на розробку, так і на впровадження стратегії, виборі методів стратегічного оцінювання та визначення конкурентного статусу (рис. 1). Також важливим є узгодження темпів оновлення, адаптації вибраних складових економічного потенціалу, а також розробити послідовний, паралельно-послідовний графік гармонізації параметрів і компетенцій персоналу задля подальшого уникнення простоїв і браку у виробництві продукції з метою запланованого виходу її на ринок.

Також можна додати, що при збільшенні ефективності підприємства, керівництво прагне не тільки підвищити якість продукції, зменшити витрати, але й розраховує отримати деякий фінансовий результат. Тому можна стверджувати, що підвищити ефективність можна якщо:

- одержаний фінансовий результат буде вищим, ніж у минулі роки або ніж у конкурентів (якщо ця продукція виробляється вперше і відсутня можливість порівняти з минулими періодами);
- на підприємстві є достатня кількість ресурсів для проведення виробничих чи управлінських змін;
- темпи росту фінансових показників будуть вищими в короткостроковій перспективі, ніж у конкурентів. Такий підхід постійно мотивує для пошуку нових рішень, підвищуючи конкурентоспроможність підприємства.

Вивчення напрацювань у сфері оцінки конкурентоспроможності показало, що серед спроб формалізації визначення конкурентоспроможності підприємства як економічного показника для стратегічного і оперативного управління;

- оцінка конкурентоспроможності підприємства (продукції) за величиною комплексного показника конкурентоспроможності конкретних товарів на конкретних ринках на основі середніх і відносних величин;
- оцінка конкурентоспроможності підприємства (продукції) за величиною комплексного показника на основі поєднання показника

конкурентоспроможності товарів і показників ефективності організаційно-економічного механізму управління підприємством;

– оцінка конкурентоспроможності підприємства (продукції) за інтуїтивними характеристиками конкурентного статусу на основі прикладних моделей.

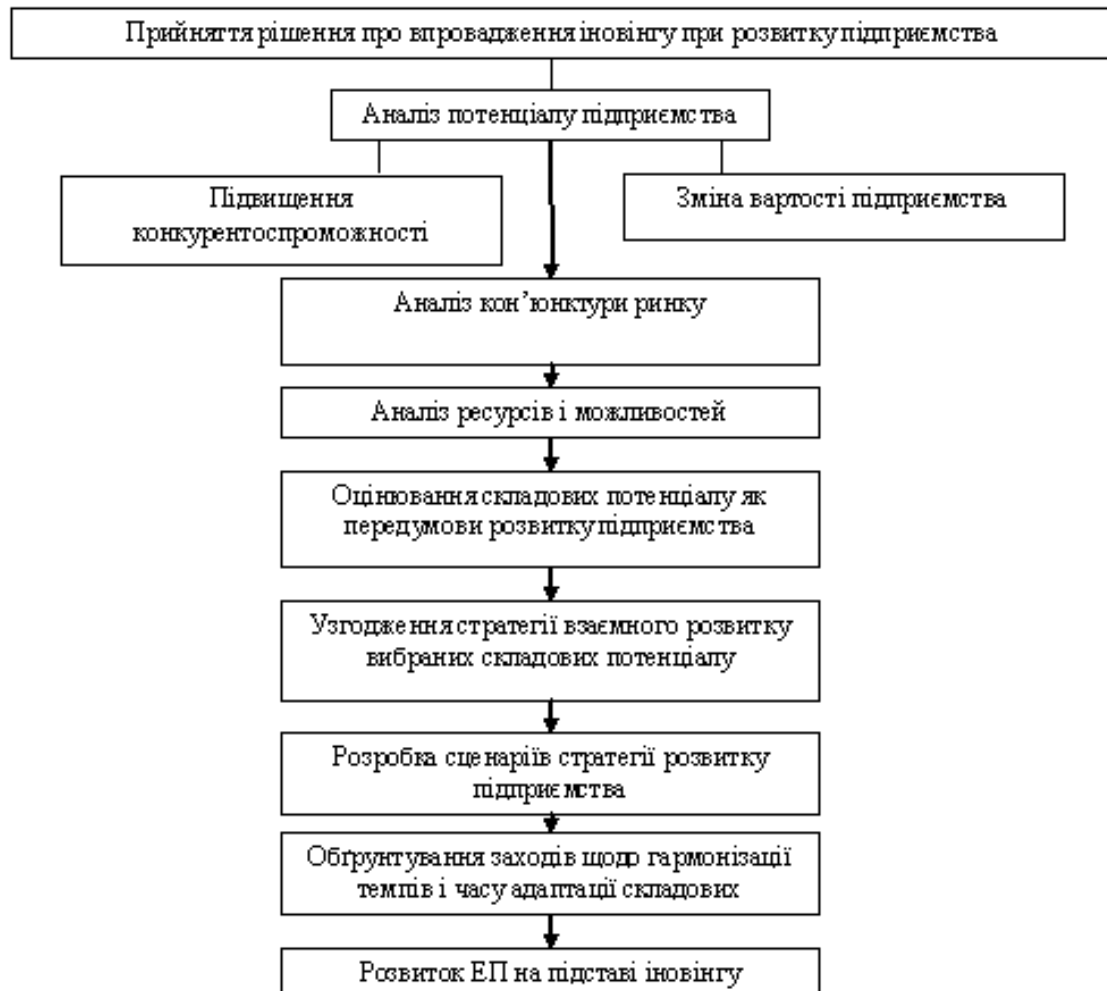


Рис. 1. Схема прийняття рішення про впровадження розвитку підприємства на засадах інновіту

Здебільшого розроблена стратегія скерована на підтримку існуючих позицій підприємства на ринку, підвищення конкурентоспроможності та забезпечення економічної безпеки. Доцільно використовувати взаємне поєднання розвитку підприємства, адаптації (оновлення) його економічного потенціалу на еволюційній стратегічній і інноваційній політиці, але пошук інновацій (через обмеженість фінансових ресурсів, неможливість гармонізувати грошові потоки) зосереджується на заходах для зниження

собівартості продукції з метою зниження її ціни та збереження рівня конкурентоспроможності.

Список використаних джерел:

1. Дунська А.Р. Інноваційна стратегія як сучасний інструмент управління розвитком підприємства. URL: http://www.confcontact.com/20101008/5_dunska.htm.
2. Ареф'єва О.В. Методологічні підходи реалізації інноваційного управління розвитком підприємств / О.В. Ареф'єва, С.О. Ареф'єв // Адаптивне управління: теорія і практика». Серія «Економіка». 2017. Випуск 3 (6). URL: <http://am.eor.by/index.php/gallery/125-vipusk-3-6-2017>.
3. Вовк О.М. Долгополова Ю.А. Управління ефективністю інноваційного оновлення основних засобів авіапідприємств. *Приазовський економічний вісник [електронне наукове видання]*. 2019. № 6 (17). С. 106–110. URL: <https://doi.org/10.32840/2522-4263/2019-6-20>.

СЕКЦІЯ 8. МІЖНАРОДНА ЕКОНОМІКА

Мацак Т. Р.

студент

*Сумський національний аграрний університет
м. Суми, Україна*

ОСОБЛИВОСТІ ТЕХНОЛОГІЇ ОБЛІКОВОГО ПРОЦЕСУ: ДОСВІД ЗАРУБІЖНИХ КРАЇН

Особливості побудови бухгалтерського обліку у зарубіжних країнах визначає характер середовища, в якому він функціонує. Ціль обліку полягає у тому, що він ведеться відповідно до інтересів власників підприємств та захищає їх економічні позиції у діловому світі. Облікова інформація, опрацьована відповідним чином, є основою в системі прийняття рішень.

Труднощі у дослідженні цієї тематики полягають у значному масиві об'єктів дослідження, таких як: нормативна база величезної кількості країн, практичні та статистичні дані використання різних систем та підсистем бухгалтерського обліку у різних країнах.

Процеси економічної інтеграції, створення та функціонування єдиного економічного простору, міжнаціональних корпорацій, вільних економічних зон, спільних підприємств, реалізації спільних проектів вимагають уніфікації порядку надання фінансової інформації про підприємства в усьому світі. Для цього були створені Міжнародні стандарти фінансової звітності, які визначають загальні правила та процедури бухгалтерського обліку й складання фінансової звітності з метою забезпечення користувачів корисною інформацією для прийняття ними економічних рішень.

Питанням особливостей технології облікового процесу на прикладі досвіду зарубіжних країн розглядали такі вчені-науковці, як: Г.П. Голубнича, С.В. Булгакова, Н.В. Подобедова, Л.В. Чижевська, Н.Т. Куликова Р.М. Воронко та ряд інших дослідників.

Метою даної роботи є дослідження технології облікового процесу обліку на прикладі досвіду зарубіжних країн.

Спостерігаючи за досвідом зарубіжних країн, облік досить давно перейшов всі межі простої реєстрації. Облікова система активно впливає на господарські факти, що відбуваються в процесі діяльності, контролюючи законність, раціональність та ефективну якість використання ресурсів. Обов'язки облікових працівників полягають у дослідженні залежності між фінансовими результатами та процесами, які відбуваються на підприємстві, і пропонують альтернативні методи ведення бізнесу, обираючи стійкіший варіант дій на перспективу.

В процесі прийняття і виконання рішень облікові працівники виконують своєрідну роль інформаційної системи, якій доводиться враховувати нові вимоги та задовольняти постійно зростаючі потреби суспільства [1].

Характерною рисою бухгалтерського обліку зарубіжних країн є його поділ на два види: управлінський фінансовий. Такий поділ зумовлений потребою інформаційного забезпечення зовнішніх та внутрішніх користувачів із збереженням в таємниці (саме для зовнішніх користувачів) технології та секретів виробництва, формування собівартості і прибутковості окремих видів продукції [2].

Прийняття управлінських рішень залежить від якості даних управлінської звітності. В даний час для більшості підприємств проблема вдосконалення звітної інформації набуває все більшого значення. Надмірне перевантаження управлінської звітності обліково-аналітичною інформацією, використання надто складних методик, розрахунків та низка інших факторів не завжди призводять до отримання очікуваного ефекту від прийняття управлінських рішень.

Управлінська звітність за своєю сутністю є не лише джерелом інформації, але й засобом формалізації вимог внутрішніх користувачів до облікової інформації. Вона виконує організаційну роль при виборі методики обліку й узагальнення даних.

В системі управління підприємством управлінська звітність є одним із важливих елементів зворотнього зв'язку в системі внутрішнього управління і в цілому є результатом функціонування системи управлінського обліку.

Економічний розвиток та стабільність будь-якої держави залежить від фінансової та економічної стабільності вітчизняних виробників, оскільки вони є основним джерелом поповнення бюджету через сплату податків та зборів.

Керівники багатьох всесвітньо відомих компаній, таких як General Motors, PepsiCo, в минулому були саме бухгалтерами. Досвід бухгалтерської роботи, знання та навички дали їм досягти необхідного сьогодні менеджерам рівня компетентності у бізнес-середовищі і відіграли провідну роль у їх кар'єрі. Саме завдяки обліку, який охоплює всі служби підприємства, ці люди були тісно пов'язані з оперативним плануванням і контролем, здійснювали аналіз ситуацій, їм були добре відомі всі складові кінцевих фінансових результатів, адже вони мали справу з фінансовою інформацією від першоджерел її надходження [3].

Досвід господарювання багатьох зарубіжних країн засвідчив, що успішне функціонування системи управлінського обліку сприяє ефективній реалізації функцій загальної системи управління підприємством. При цьому адміністрація підприємства самостійно вирішує питання організації управлінського обліку: як класифікувати витрати, наскільки деталізувати місця виникнення витрат, яким чином вести облік фактичних або планових витрат, як організувати внутрішню управлінську звітність та контроль на підприємстві [4].

Проведене дослідження дає змогу зробити загальний висновок про наявність складної та розгалуженої системи бухгалтерського обліку у світі, яка в залежності від різних критеріїв класифікації.

Запровадження міжнародних та європейських стандартів має бути основою державної політики України. Міжнародні стандарти є джерелом найважливішої інформації, оскільки в них зібрано норми і правила, основані на досягненнях у різних галузях техніки, технології, практичного досвіду, та визнані методом консенсусу, оскільки в роботі над ними беруть участь багато фахівців з різних країн. Міжнародні стандарти допомагають налагодити відносини між різними країнами з економічних і наукових питань та уникати додаткових витрат на отримання сертифікатів або проведення багаторазових випробувань.

Морально застарілі стандарти та погляди на ведення обліку є гальмом, що значно впливає на розвиток економіки відповідно до досягнень науково-технічного прогресу. Наявність в Україні таких стандартів не відповідає міжнародним нормам і правилам, не сприяє впровадженню нових технологій та інновацій і є об'єктом постійної критики з боку економічних партнерів України.

Список використаних джерел:

1. Воронко Р.М. Облік у зарубіжних країнах / Р.М. Воронко// Бухоблік та аудит – Львів : «Магнолія 2006», 2009. – 744 с.
2. Воронко Р.М. Облік у зарубіжних країнах: навчальний посібник. – 3-є вид. / Р.М. Воронко. – Львів : «Магнолія-2006», 2018. – 744 с.
3. Губачова О.М. Облік у зарубіжних країнах / О.М. Губачова, С.І.Мельник Підручник. – Київ : Центр учбової літератури, 2008. – 432 с.
4. Чумаченко Н.Г. Розвиток управлінського обліку в Україні / Н.Г. Чумаченко // Світ бухгалтерського обліку. – 1999. – № 10–11. – С. 5–8.
5. Янковський К.П. Управлінський облік / К.П. Янковський, І.Ф. Мухарь – СПб.: Санкт-Петербург, 2001. – 128 с.

Михайленко О. Г.

кандидат економічних наук,

доцент кафедри міжнародної економіки і світових фінансів

Дніпровський національний університет

імені Олеся Гончара

м. Дніпро, Україна

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СВІТОВОГО РИНКУ ЕЛЕКТРОМОБІЛІВ В УМОВАХ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

На сучасному етапі світова автомобільна промисловість відчуває ряд революційних структурних змін, які змінюють її вигляд. В галузі повсюдно впроваджуються нові технології, розробляються автономні автомобілі, нові типи мобільності у вигляді райдшерінгу і каршерінгу. Багато світових автомобільних компаній вже мають власні цифрові платформи, змінюють бізнес-моделі. Відзначимо, що в умовах діджиталізації і цифрової глобалізації для автомобільних компаній суттєвих змін зазнає

структура виробництва. Так, порівняно на новому етапі свого розвитку знаходиться і такий перспективний сегмент автомобілебудування, як виробництво електромобілів. Світовий ринок електромобілів зробив величезний стрибок вперед за останнє десятиліття.

Традиційні автомобілі негативно впливають на навколишнє середовище внаслідок споживання палива та подальших викидів CO₂, що призводить до забруднення повітря. В багатьох країнах світу вже прийняті на законодавчому рівні проекти для скорочення рівня викидів вуглекислого газу, а розвиток електромобільної галузі тільки сприятиме дотриманню цих норм. Оскільки світ зараз стоїть на варті збереження навколишнього середовища, електромобілі – це майбутнє автомобільної галузі.

До переваг електромобілів, що зумовили розвиток світового ринку даної продукції (особливо в розвинених країнах) відносяться: зменшення витрат на паливо (що особливо актуально з огляду на приріст цін на первинні енергоносії); збереження екології (знижується забруднення навколишнього середовища зважаючи на специфіку двигуна); особиста безпека водія (в 2013 р. модель Tesla Model S отримала найвищий рейтинг безпеки серед всіх автомобілів, які коли-небудь тестувалися в США) [1]. Також перевагою електромобіля вже вважають і вартість, оскільки масове виробництво обумовлює зниження вартості батарей. Нарешті, електромобілі більш надійні завдяки зменшенню вузлів і деталей, що сприяє зниженню витрат на обслуговування і ремонт. Серед недоліків електромобілів слід вказати на: необхідність наявності станцій для підзарядки; час перезарядки; необхідність в заміні батарей через кілька років; зростання витрат енергії в зимовий період на 30-50%; обмежена швидкість і малий пробіг [1].

У 2019 р. продажі електричних автомобілів у світі досягли 2,1 млн, перевищивши 2018 р. – вже рекордний рік – для збільшення запасів до 7,17 млн електромобілів. Електричні автомобілі, на які припадало 2,6% продажів автомобілів у світі та близько 1% світових запасів автомобілів у 2019 р. показали 40% річний приріст. По мірі розвитку технологічного прогресу в електрифікації двоколісного транспорту, автобусів і вантажівок, а також зростаючого ринку для них, електромобілі значно

збільшують свою частку на ринку автотранспорту. За даними у таблиці 1 можна прослідкувати у динаміці розвиток найбільших світових ринків електричних та гібридних автомобілів та прослідкувати їх постійний та стрімкий ріст. Наразі найбільший за обсягом ринок електромобілів – це Китай, котрий у 2019 р. налічував 2,58 млн так званих «чистих» електромобілів (BEV) та 0,77 млн гібридних автомобілів (PHEV) (табл. 1).

Таблиця 1

**Динаміка розвитку ринків електромобілів
за кількістю автомобілів з електроприводом на дорогах
за 2015–2019 рр., млн**

Рік	Китай BEV	Китай PHEV	Євро- пей- ські країни BEV	Євро- пей- ські країни PHEV	США BEV	США PHEV	Інші країни BEV	Інші країни PHEV	Всього
2015	0,21	0,09	0,21	0,17	0,21	0,19	0,09	0,07	1,24
2016	0,46	0,17	0,30	0,29	0,30	0,27	0,12	0,09	1,99
2017	0,93	0,28	0,43	0,43	0,40	0,36	0,17	0,14	3,14
2018	1,75	0,54	0,63	0,61	0,64	0,48	0,26	0,20	5,11
2019	2,58	0,77	0,97	0,78	0,88	0,57	0,36	0,26	7,17

Джерело: складено автором за даними [2]

Китай також виділяється і в загальній кількості легкових електромобілів, котрі знаходяться у використанні, оскільки на його частку в 2019 р. припадало 3,35 млн автомобілів з електроприводом (BEV та PHEV), з усіх які є на планеті.

Графічно динаміка електромобілів та гібридних автомобілів представлена на рис. 1.

Якщо простежити динаміку останніх 10 років розвитку електромобільної галузі на всіх регіональних ринках, можна побачити, що ця галузь є однією з найперспективніших, оскільки попит збільшувався в прогресії з року в рік, з майже нуля в 2010 р. до більш ніж 7 млн в 2019 р. (табл. 2).

Після виходу на комерційні ринки в першій половині десятиліття продажі електромобілів зросли. У 2010 р. на дорогах світу було лише близько 17 тис електромобілів. До 2019 р. ця кількість збільшилася до 7,2 млн, 47% з яких знаходились у Китаї.

У дев'яти країнах було більше 100 тис електромобілів. Щонайменше 20 країн досягли частки ринку вище 1%.

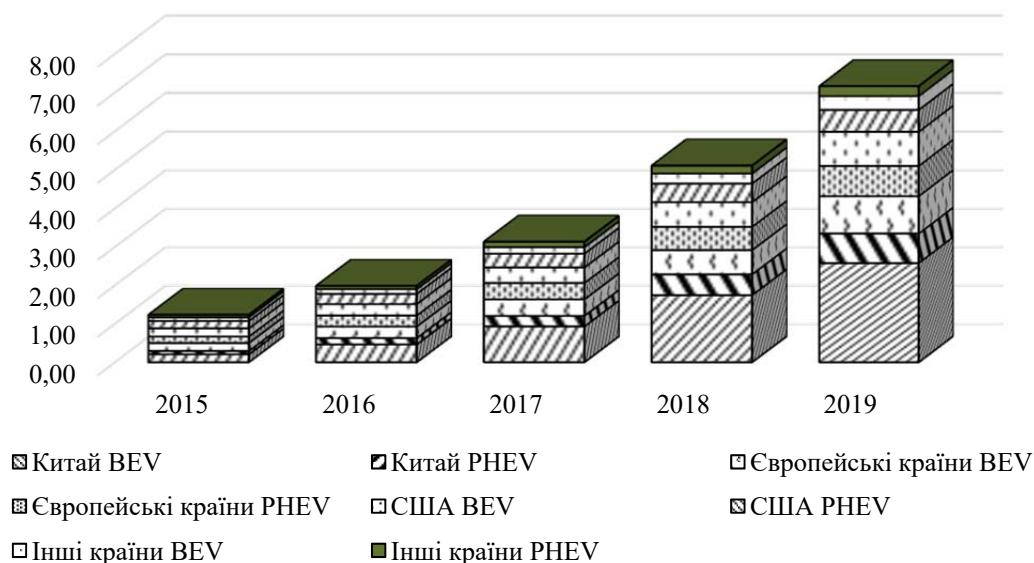


Рис. 1. Динаміка розвитку найбільших регіональних ринків автомобілів з електроприводом протягом 2015–2019 рр., млн

Джерело: побудовано автором за даними [2]

Таблиця 2

Динаміка кількості автомобілів з електроприводом у на дорогах світу протягом 2010–2019 рр., млн

Рік	Китай	Європейські країни	США	Інші країни	Всього
2010	0,00	0,01	0,00	0,00	0,02
2011	0,01	0,02	0,02	0,02	0,06
2012	0,02	0,04	0,07	0,05	0,18
2013	0,03	0,10	0,17	0,08	0,39
2014	0,09	0,20	0,29	0,12	0,69
2015	0,29	0,38	0,40	0,16	1,24
2016	0,63	0,59	0,56	0,21	1,99
2017	1,21	0,86	0,76	0,31	3,14
2018	2,29	1,24	1,12	0,46	5,11
2019	3,35	1,76	1,45	0,61	7,17

Джерело: складено автором за даними [2]

У 2019 р. проданих 2,06 млн електромобілів представляють собою 6% зростання продажів автомобілів з електроприводом порівняно з річним зростанням продажів у попередньому році на

30% у 2016 р. Це можна пояснити трьома основними тенденціями, котрі прослідковуються на світовому ринку електромобілів на даний момент.

Перш за все, варто відзначити, що автомобільні ринки скоротилися. Загальний обсяг продажів легкових автомобілів у 2019 р. в багатьох ключових країнах був депресивним. У 2010-х швидкозростаючі ринки, такі як Китай та Індія, для всіх типів транспортних засобів мали нижчі показники продажів в 2019 р., ніж у 2018 р. Зокрема, Китай (на рівні 4,9%) та Європа (на рівні 3,5%) досягли нових рекордів у частці ринку електромобілів у 2019 р. [2].

Другою тенденцією є те, що субсидії на закупівлю були зменшені на ключових ринках. Китай скоротив субсидії на придбання електричних автомобілів приблизно вдвічі в 2019 р. (в рамках поступового відмови від прямих стимулів, встановлених у 2016 р.). Федеральна програма податкового кредиту США діяла для ключових виробників електромобілів, таких як General Motors та Tesla (податковий кредит застосовується до 200000 проданих одиниць на одного виробника). Ці дії сприяли значному падінню продажів електромобілів у Китаї у другій половині 2019 р. та 10% падінню в США за той самий рік. Оскільки 90% світових продажів електромобілів зосереджено в Китаї, Європі та США, це вплинуло на глобальні продажі та затьмарило помітне зростання продажів у Європі на 50% у 2019 р., тим самим уповільнивши тенденцію зростання [2].

По-третє, сподівання споживачів щодо подальшого вдосконалення технологій та нових моделей вплинули на ріст кількості електромобілів у світі. Сучасний профіль споживачів на ринку електричних автомобілів розділяється на тих, хто вперше приймає рішення про купівлю електромобіля та покупців технофілів. Значні вдосконалення технологій та широкий спектр пропонованих моделей електромобілів стимулювали рішення споживачів про покупку. Версії 2018–2019 рр. деяких загальних моделей електромобілів мають більшу ємність акумулятора, яка на 20–100% вища, ніж їх аналоги у 2012 р.

На наступні п'ять років автовиробники оголосили про плани випустити ще 200 нових моделей електромобілів, багато з яких знаходяться на популярному сегменті ринку – спортивних

автомобілів. У міру вдосконалення технічних показників та зменшення витрат споживачі можуть приймати рішення про купівлю саме електромобіля, але є й ті, котрі будуть чекати «останньої та найкращої моделі» [2].

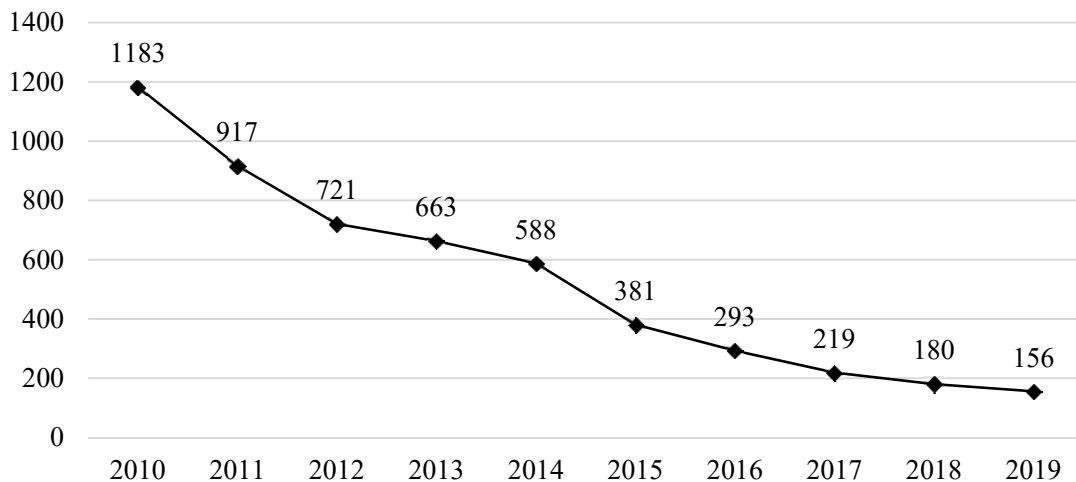


Рис. 2. Динаміка вартості батарей для електромобілів за 1кВт/год, 2010–2019 рр., дол. США

Джерело: побудовано автором за даними [3]

Крім того, витрати на акумулятори зменшились більш ніж на 85% з 2010 р. (рис. 2). Ринкові моделі, такі як Tesla Model 3, спричинили сплеск продажів у 2018 р. на таких ключових ринках, як США. Автовиробники оголосили про різноманітне меню електромобілів, багато з яких очікуються в 2020 або 2021 рр. [2].

Підводячи підсумок, можна сказати, що електромобілі та гібридні автомобілі зараз знаходяться лише на початку шляху, як товар та транспорт. Звичайні автомобілі з ДВЗ знаходяться у користуванні вже більше 120 років, у той час, як автомобілі з електроприводом вийшли у масове виробництво лише у 2010 р. Аналізуючи динаміку розвитку ринку електромобілів, можемо зробити висновок, що цей товар є досить перспективним та користується попитом серед споживачів.

Аналізуючи прогнози на світовому ринку для електромобілів та гібридних автомобілів існує гарна тенденція до збільшення кількості таких транспортних засобів у світі. У 2030 р., за прогнозами, у світі буде продано 500 млн електромобілів, що також гратиме велику роль у збереженні екології, оскільки за рахунок

використання електричних та гібридних автомобілів буде змога уникнути використання двигунів внутрішнього згорання, та, як наслідок, зменшення викидів CO₂ [4; 5].

На даний момент галузь електромобілів та гібридних автомобілів є перспективною та затребуваною в усьому світі, тому обсяги такого транспорту тільки зростають. Електромобілі складають достойну конкуренцію традиційним автомобілям з двигуном внутрішнього згорання, та, як очікується, вже в найближчому десятилітті зможуть займати більшу частку ринку.

Список використаних джерел:

1. PwC. Tomorrow of the automotive industry. 2018. С. 19.
2. IEA. Global EV Outlook 2020. URL: <https://www.iea.org/reports/global-ev-outlook-2020>.
3. Statista. Annual sales volume of new energy vehicles in China from 2011 to 2019, by type. URL: <https://www.statista.com/statistics/425466/china-annual-new-energy-vehicle-sales-by-type>.
4. Clean Energy Ministerial. About the Clean Energy Ministerial. URL: <http://www.cleanenergyministerial.org/about-clean-energy-ministerial>.
5. Bloomberg New Energy Finance. New Energy Outlook 2020. URL: <https://about.bnef.com/new-energy-outlook>.

Романашенко М. О.

студентка

Онегіна В. М.

доктор економічних наук, професор

*Харківський національний технічний університет
сільського господарства імені Петра Василенка
м. Харків, Україна*

ЗОВНІШНЯ ТОРГІВЛЯ УКРАЇНИ: ВИКЛИКИ СУЧАСНОСТІ

Динамізм української економіки значною мірою визначається глобальними та регіональними економічними тенденціями, а також пріоритетами зовнішньоекономічної та інтеграційної політики. Українська економіка глибоко інтегрована до глобальної системи

міжнародного поділу праці і як продавець, і як покупець товарів і послуг. За таких обставин стан зовнішньої торгівлі має надзвичайно важливе значення для економічного розвитку нашої держави [6, с. 208].

Дослідження проблеми зовнішньої торгівлі як передумови національного економічного розвитку відображені в працях таких вчених: Т.М. Мельник [6], І.В. Бураковського [3], М. Емерсон [4], В. Мовчан [4], А. Мазаракі [9], Р. Боднар [2], В. Єлейка [5], та інших.

Необхідність подальшого наукового аналізу економічних наслідків впливу міжнародних торговельно-економічних зв'язків на економічний розвиток України значною мірою обумовлена тим, що успадкована Україною структура її зовнішньої торгівлі в умовах високого рівня відкритості продовжує продукувати ризики та загрози сталому економічному розвитку держави [2, с. 8].

Кризові потрясіння, з якими періодично стикається кожна економіка, справляють неоднозначний вплив на розвиток національних господарств. З одного боку, беззаперечним наслідком кризових процесів є гальмування темпів зростання економіки та загострення основних соціально-економічних проблем, і, зокрема, збільшення рівня безробіття, зниження рівня життя населення. З іншого боку, у період кризи найбільш чітко проявляють себе проблемні місця кожної економічної системи, що дає можливість спрямувати зусилля на вирішення конкретних проблем, які роблять країну найбільш вразливою до зовнішніх викликів [9, с. 127].

Сьогодні беззаперечною є роль зовнішнього сектора у стабілізації економіки України, оскільки за роки незалежності Україна не спромоглася стати незалежною від імпорتنих поставок чи сформувати всередині країни міцну виробничу базу, яка могла б стати споживачем тих сировинних ресурсів, на експорті яких вона нині спеціалізується. Попередні кризові періоди неодноразово загострювали проблеми залежності України від кон'юнктури зовнішніх ринків, втім відсутність довгострокової стратегії розвитку, високий рівень тінізації економіки, політичний популізм можновладців, який обмежував реалізацію необхідних, проте непопулярних заходів, призвели до того, що існуючі проблеми не

тільки залишилися невирішеними, але ще й загострилися протягом останніх 20-ти років [5, с. 36].

Оскільки фактично переважна більшість вітчизняних підприємств використовують для проміжного споживання імпорту продукцію, можна стверджувати, що український експорт є досить імпортозалежним. Сьогодні Україна переживає третю економічну кризу за період своєї незалежності, втім за своїм характером та масштабом вона не може порівнюватися з попередніми, оскільки економічні проблеми нині необхідно вирішувати в комплексі з проблемами, пов'язаними з воєнними діями на Сході України, соціально-політичними процесами, які відбуваються в країні та пандемією Covid-19 і карантинними обмеженнями, що пов'язані з нею.

За даними Державної служби статистики України, у 2020 році, порівняно з попередніми роками, значно скоротився обсяг експорту та імпорту товарів та послуг (табл. 1). Порівнюючи з 2019 роком, у 2020 році експорт товарів та послуг скоротився на 5533,3 млн. дол. США, а імпорт зменшився на 8225,6 млн. дол. США [7].

Таблиця 1

Основні показники зовнішньої торгівлі України в 2017–2020 рр.

Показник, млн. дол. США	2017	2018	2019	2020
Експорт товарів та послуг	53979	58972,9	65683,5	60150,2
т в.ч. товарів	43264,7	47335,0	50054,6	43320,9
послуг	10714,3	11637,9	15628,9	16829,3
Імпорт товарів та послуг	55083,3	63496,4	67742,4	59516,8
в т.ч. товарів	49607,2	57187,6	60800,2	49762,2
послуг	5476,1	6308,8	6942,2	9754,6

Українські експортери, які в 2019 р. продали закордон товарів на суму 110 млрд. доларів, після початку пандемії коронавірусу зіткнулися з багатьма викликами. Але, вони були зумовлені, наслідками накопичених у попередній час негативних факторів. Ідеться, насамперед, про відсутність ґрунтованої на захисті національних інтересів економічної та торговельної політики, і як наслідок – прогресуючу втрату конкурентоспроможності української продукції як на зовнішньому, так і на внутрішньому

ринку. Найбільшою проблемою є те, що частка сировинної продукції в українському експорті складає 72,1%, а частка продукції з використанням технологій середнього та високого рівнів – лише 15,4%.

Саме у галузях із більшою доданою вартістю, які ще донедавна мали позитивну динаміку, після початку пандемії коронавірусу спостерігався найбільший спад: ідеться про меблі, продукцію деревообробки, більшість видів хімічної продукції, вироби легкої промисловості, низку продовольчих товарів. З-посеред експортних галузей постраждали промислові вироби, деревина та метали, для яких кризовим періодом був також кінець 2019 – початок 2020 через карантин у Китаї. У цих експортних галузях спад почався ще у березні, коли карантин почали вводити в Європі. Вже у квітні імпорту скоротився більш ніж на чверть у порівнянні із 2019 роком. Постраждали однаково сильно майже усі категорії, окрім продовольчих товарів [8].

На тлі масштабних втрат сфери обслуговування всередині країни українські експортери сільськогосподарських товарів поки що перебувають у значно кращих умовах. І втрат вони почнуть зазнавати вже після того, як масовий карантин та зниження доходів у багатьох країнах світу спровокує якщо не зменшення фізичних обсягів споживання, то принаймні зниження цін. Так, 2019/2020 маркетинговий рік завершився новим історичним рекордом – на зовнішні ринки поставлено 57,2 мільйона тон зернових, зернобобових та борошна. У той же час, український плодоовочевий експорт у лютому – червні 2020 року обвалився на 43% по відношенню до того ж періоду попереднього року. За цей період виторг України від експорту овочів і фруктів знизився до \$ 58,5 млн. Роком раніше за цей же період, експортний виторг плодоовочевого сектора України становив \$ 101,3 млн [8].

Проблемою на сьогодні є те, що українські товари не користуються попитом на зовнішніх ринках. Сьогодні більшість продукції українського виробництва не відповідає високим стандартам якості, які діють в країнах Європи, тому вона не задовольняє європейські ринки, а на азійських вона є неконкурентоспроможною за ціною. За таких умов основним завданням є не пошук нових ринків збуту для існуючих товарів (досвід попередніх

криз довів безперспективність такого шляху), а поступова перебудова економіки з метою виробництва продукції, яка буде конкурентоспроможною на зовнішніх ринках. Лише за таких умов можливим є поступове відновлення економіки та її вихід на новий етап розвитку.

Основним завданням є створення в країні таких умов, за яких українське виробництво перестане бути імпортозалежним. Важливо розвивати та модернізувати первинні галузі виробництва, які забезпечують сировиною виробничі підприємства. Основним завданням є диверсифікація джерел постачання енергоресурсів та формування і реалізація стратегії зниження енергомісткості економіки. За умов виконання зазначених завдань вітчизняні підприємства матимуть можливість забезпечити внутрішній попит і наростити експортний потенціал.

Список використаних джерел:

1. Білоусько Т.Ю. Міжнародна торгівля як фактор підвищення глобальної конкурентоспроможності України. *Вісник ХНАУ ім. В.В. Докучаєва. Серія «Економічні науки»*, 2018 № 2. С. 233–238.
2. Боднар Р.Д. Економетричний аналіз зовнішньої торгівлі України. *Вісн. Львівського торгово-економічного університету.*, 2017. Вип. 53. С. 7–11.
3. Бураковський І., Мовчан В. Біла книга. Як реалізовувати експортний потенціал України за умов глобалізації. Київ, 2016. URL: http://www.ier.com.ua/files/publications/Books/2016/White_book_export_UK_R_2016.pdf. (дата звернення: 12.01.2021).
4. Емерсон М., Мовчан В. Поглиблення відносин між Україною та ЄС. Центр європ. політ. дослідж., Ін-т екон. дослідж. та політ. консульт. Київ, 2016. 255 с.
5. Слейко В. Економетричний аналіз зовнішньої торгівлі послугами України. *Економіка*. 2014. Вип. 4 (157). С. 35–39.
6. Мельник Т.М., Пугачевська К.С. Перспективи розвитку експорту України в умовах євроінтеграції. *Журнал європейської економіки*. Тернопіль, 2018. Вип. 2. С. 208–224.
7. Національний банк України. URL: https://bank.gov.ua/ua/statistic/sdds/sdds-data#ir_fcl (дата звернення: 12.01.2021)
8. Шепотило О. Вплив COVID-19 на світову економіку та зовнішню торгівлю України. VoxUkraine. URL: <https://voxukraine.org/uk/vpliv-covid19-na-svitovu-ekonomiku-ta-zovnishnyu-torgivlyu-ukrayini/> (дата звернення 10.01.2021).
9. Mazarakı A., Melnichenko S., Duginets G. et al. Ukrainian economy growth imperatives. Prague : Coretex CZ SE, 2018. 310 p.

Ткаленко С. І.

доктор економічних наук,

професор кафедри європейської економіки і бізнесу

Київський національний економічний університет

імені Вадима Гетьмана

м. Київ, Україна

ЕФЕКТИ МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Розвиток процесів глобалізації надає нових якісних ознак світовому господарству на сучасному етапі його піднесення. Наразі світ приймається як середовище взаємозалежних і взаємодоповнюючих національних економік, ця взаємодія прискорює інтеграцію національних і регіональних ринків в єдиний економічний простір, створює передумови для більш ефективної алокації світових та національних виробничих ресурсів на основі поглиблення міжнародного поділу факторів виробництва. Міжнародна торгівля, в умовах сучасного етапу розвитку світової економіки зберігає свою важливу роль в якості механізму інтенсифікації глобалізаційних процесів, слугує каналом впливу на національний економічний розвиток країн, створюючи як позитивні, так і руйнуючі наслідки.

Одним із пріоритетних завдань та прагнень будь-якої країни є використання нею у повній мірі переваг, зумовлених її міжнародною спеціалізацією виробництва та збуту. Адже зовнішня торгівля цілком виправдано розглядається урядами держав як матеріальна основа для подальшого розвитку та економічного зростання, джерело прогресивної трансформації структури та якості національного виробництва та споживання.

Сучасна міжнародна торгівля розвивається під впливом глобальних чинників, які у своїй сукупності сприяють залученню окремої країни у глобальну торговельну систему. Більш прискорене залучення країни у торговельну систему та посилення значення зовнішньої торгівлі досягається завдяки лібералізації регуляторної політики та запровадження відкритого режиму щодо доступу на внутрішні ринки. Механізм впливу глобальних чинників на

зовнішню торгівлі має свої особливості у кожній країні, й ефект зовнішньої торгівлі може бути різним для кожної з них.

Найчастіше входження країни на світові ринки відкриває для неї нові можливості. Позитивним ефектом такої торгівлі стає використання «надлишкового виробництва», залучення робочої сили та капіталу, що раніше використовувалось не повної мірою або не використовувалось взагалі. Результатом використання таких факторів виробництва є збільшення обсягу виробленої продукції, надлишок яких експортується. Відбувається зростання виробництва, збільшуються масштаби господарської діяльності, збільшується залучення робочої сили, забезпечується економічне зростання країни. Основні показники торгівлі на прикладі економіки України наведені у таблиці 1. Разом з тим, зазначимо, що для забезпечення стійкого економічного зростання України необхідна орієнтація економіки на виробництво готових виробів. Більш того експортоорієнтовані товари мають бути конкурентоспроможними на світовому ринку.

Таблиця 1

Показники торгівлі України

Рік	ВВП, млн. дол	Експорт товарів і послуг, млн. дол	Імпорт товарів і послуг, млн. дол	Частка зовнішньої торгівлі у ВВП, %
2009	122993	49825,4	50619,5	81,6
2010	141210	63729,4	66209,4	92,0
2011	169333	80330,5	88029,8	99,4
2012	182592	83010,7	90931,8	95,3
2013	190499	77416,9	83636,9	84,5
2014	133503	68134,9	61951,7	97,4
2015	91031	49647,9	43889,5	102,8
2016	93356	46098,3	44772,8	97,3
2017	112190	53132,7	54933,7	96,3
2018	137691	58049,3	62663,7	87,7

Джерело: [1]

Отже, зростання зовнішньої торгівлі, стійке економічне зростання можливе за певних умов, як на рівні глобальної, так і окремої національної економіки. Глобальні економічні умови

охоплюють активізацію товарообміну між суб'єктами усієї глобальної системи, інституціональне регулювання глобальної торговельної системи, відкритість національних економік, запровадження лібералізаційних заходів та відкриття ринків, поширення довгострокових міжнародних відносин та підписання угод про створення зон вільної торгівлі, міжнародний перерозподіл економічних ресурсів відповідно до наявних конкурентних переваг та ін. Макроекономічні умови зростання зовнішньої торгівлі охоплюють стабільність макроекономічного середовища, фінансового та організаційно-економічного сприяння економічному зростанню, підтримку експортоорієнтованих секторів, галузей тощо.

Список використаних джерел:

1. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: www.ukrstat.gov.ua.

Flephantova Anna

PhD in Economics, Associate Professor

of International Economics

and International Economics Relations Department

Higher Educational Establishment of Ukoopspilka

«Poltava University of Economics and Trade»

Poltava, Ukraine

CREATIVE INDUSTRIES: ESSENCE AND CURRENT STATE

Since the second half of the twentieth century in the developed countries of the world began the transition from industrial to post-industrial technological method of production. One of the signs of such transformation was the relocation of most industrial enterprises from Western Europe to countries with cheaper labor force, optimal climatic and economic conditions. Among the consequences of such changes can be considered a change in the structure of labor and employment, which manifested itself in the reorientation to the service sector; changing the cost structure and specifics of consumption.

Today, the cost of production is 20% of the price, while 80% – is the cost of marketing. One of the tools to overcome the socio-economic distortions caused by these trends was the development of the creative economy, which was based on creative industries. Its main elements are information, creative class, copyright and intellectual property rights [1].

The concept of creative (cultural) industry, which is closely related to the concept of creative economy and creative class, has become active in the beginning of XXI century to denote creative industries that produced a wide range of goods and services, provided employment to a large number of people, used digital technologies, depended on innovation and developed, mainly in Western Europe and the United States. The basic condition for the formation of a creative economy was the information revolution and the transition to an innovative «knowledge society», where the main unlimited resource is creative potential and innovative thinking. Today, it is a driving force not only for artists, musicians, actors, etc., but also for industry, business and management. It is a creative approach that makes it possible to find new unique solutions in a turbulent economic environment and fierce competition in the market [2].

The concept of «creative industries» is relatively new, and the methodology by which to determine and evaluate the performance of such industries has not yet been finalized. Today, creativity should be considered on the basis of three perspectives: artistic – which involves the ability to qualitatively use their imagination and creative abilities for a symbolic interpretation of the world and its elements; scientific – as a result of the ability to use new approaches to solve problems and conduct experiments; economic – which is derived from an effective combination of economic, scientific and creative activity. The last one is an effective lever to improve the country's competitiveness both nationally and internationally [4].

The importance of creative industries in the world economy is growing steadily. The emergence of the creative sphere was the result of the integration of production (digital revolution) and society (social networks), resulting in a fundamentally new channel for mass sales of creative products [5]. The development of creative industries plays a huge role in global economic and political change. In general, the

leaders in the creative industries remain economically developed countries, but the share of developing countries is growing steadily. If in the 1950's US GDP was more than 50% of world GDP, now US GDP is about 25% of world GDP. This is due, in particular, to the development of creative industries in countries such as India, China, Southeast Asia and Latin America. Significant progress in the development of the creative economy has been made by the countries of the Asia-Pacific region, where the sector generates about \$ 740 billion in revenue (33% of world sales of creative products) and represents 12,7 million jobs (43% of jobs in the creative industries in the world dimension) [2].

As for the supply of creative services on the market, the continuous progress of technical support for the production of these products already initially provides the appropriate technology for «dual» purpose, thus laying the foundations for an innovative leap in almost all sectors of the economy.

This trend, recorded in all countries of the world, shows that the market of products of the creative sphere of the national economy, which has great potential for accelerated and sustainable economic development of developing countries is one of the factors of diversification of their economic system [5].

The creative economy, as a separate branch of the world economy, before the crisis caused by COVID-19 was characterized by rapid development, was dynamic in terms of revenue generation and job creation, export development, because it was less tied to material resources.

In total, the world's creative and cultural industries generate about \$ 2,2 billion in revenue annually, accounting for nearly 3% of world GDP and providing 29,5 million jobs worldwide. In the pre-crisis period of their development, they were characterized by a significant impact on the formation of a creative society, where the main role is played by ideas and innovations, and the objects are areas such as economics, science, technology, politics, social sphere, regional development, industries, enterprises, goods, technologies, education, culture, art, sports, etc. [3].

The devastating impact of the COVID-19 pandemic on the creative economy is due to the fact that, unlike other sectors of the economy, it

has specific characteristics, such as: a high proportion of people employed in various spheres of social production, most of whom are self-employed. there is a creative, intellectual component; it is a key factor in the development of an innovative economy, where creativity is a source of innovation and requires significant financial infusion; characterized by the specificity that is inherent in creative work and its result – creative products, where there is a significant share of the intellectual component in the formation of its market value (products are expensive); the market of creative products and services is characterized by the specificity of the formation of consumer demand and consumption of creative products; large-scale integration of the creative economy with various sectors of the national economy, which causes a synergistic effect in case of crisis; the products of the creative economy are the object of intellectual property and require a high level of protection in society [3].

As the experience of the financial crisis of 2009 shows, companies that have maintained their innovation orientation for three to five years after the crisis have become much stronger, outpacing the market average by more than 30%. This means that innovation should become an integral part of the model of growth of companies and their future development in the post-crisis period and relate to production, marketing and organizational activities [3].

Список використаних джерел:

1. Євпак Ю. Теоретичні підходи до категорії «культурні та креативні індустрії» // Ю. Євпак / Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. – Розділ 1. Економічна теорія та історія економічної думки. – № 3. – 2019. – С. 15–22.
2. Карасьова Н.А. Креативні індустрії як елемент стратегії пост-індустріального розвитку // Н.А. Карасьова / Міжнародні відносини: теоретико-практичні аспекти. – № 3. – 2019. – С. 110–120.
3. Кузнецова Н.Б. Сучасний стан та перспективи розвитку креативних індустрій за умов пандемії COVID-19 // Н.Б. Кузнецова / Стратегія економічного розвитку України. – № 46. – 2020. – С. 168–180.
4. Скавронська І.В. Тенденції розвитку креативних індустрій в країнах Європейського Союзу // І.В. Скавронська, А.О. Гончарук / Молодий вчений. – № 4 (31). – 2016. – С. 201–204.
5. Чала В.С. Мультиплікативний економічний ефект креативної економіки у Європейському Союзі // В.С. Чала, І.С. Білова / Економічний простір. – № 125. – 2017. – С. 36–48.

СЕКЦІЯ 9. ФІНАНСОВА ЕКОНОМІКА

Коваль А. С.

студентка

Київський національний економічний університет

імені Вадима Гетьмана

м. Київ, Україна

ФІНАНСУВАННЯ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я: СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА ШЛЯХИ РЕФОРМУВАННЯ

Галузь охорони здоров'я є однією з найважливіших сфер, що впливає на розвиток людського капіталу. З часів незалежності Україна, як соціально орієнтована держава, проголосила охорону здоров'я найвищою цінністю. Відповідно до цього держава взяла на себе гарантії щодо забезпечення українського населення реалізації права на охорону здоров'я та медичні послуги.

З моменту становлення незалежності галузь охорони здоров'я продовжує розвиватись, проте й зростають витрати на медичні послуги, які держава не спроможна фінансувати у належних обсягах. Процес трансформації галузі відбувається в складний період соціально-економічного розвитку і, через брак бюджетних ресурсів та бюджетні обмеження, система охорони здоров'я забезпечує населенню не найкращу якість медичної допомоги, тому, зважаючи на ці фактори, виникла потреба у реформуванні цієї галузі.

Метою роботи є обґрунтування теоретичних аспектів фінансування послуг у сфері охорони здоров'я та надання рекомендацій щодо удосконалення фінансування медичної галузі країни.

Під час соціально-економічного розвитку України обумовлюють актуальність належного аналізу фінансових відносин, фінансового механізму та фінансового забезпечення охорони здоров'я для здійснення ефективної політики держави у цій сфері за допомогою оптимізації розподілу та перерозподілу фінансових ресурсів [1, с. 140]. В умовах розвитку системи охорони здоров'я головним фактором є ефективне та доцільне фінансування, адже

будь-який несприятливий вплив на фінансування вплине на здатність якісно надавати медичні послуги. Більше того, через важливість та високу вартість лікарняних закладів, серйозні збитки для них не лише вплинуть на виробничий потенціал країни, але також погіршать державні фінанси.

Фінансування охорони здоров'я – це діяльність, пов'язана з безоплатним й безповоротним виділенням та забезпеченням грошовими ресурсами системи заходів, що здійснюється державними та приватними закладами охорони здоров'я з метою збереження та відновлення фізіологічних і психологічних функцій, оптимальної працездатності та соціальної активності людини при максимальній біологічно можливій індивідуальній тривалості її життя.

В теперішній час в Україні забезпечення фінансування охорони здоров'я гарантують Конституція України, Бюджетний кодекс, Основи законодавства України про охорону здоров'я та інші нормативно-правові акти. Згідно Конституції України статті 49, охорона здоров'я забезпечується державним фінансуванням відповідних соціально-економічних, медико-санітарних і оздоровчо-профілактичних програм. Держава повинна створювати умови для ефективного і доступного медичного обслуговування для всіх громадян. У державних і комунальних закладах охорони здоров'я медична допомога надається безоплатно, а існуюча мережа таких закладів не може бути скорочена. Також держава сприяє розвитку лікувальних закладів усіх форм власності [2].

Розглянувши статтю 49 Конституції України, можна стверджувати, що охорона здоров'я в країні повинна бути безкоштовною, іншими словами – фінансуватися за рахунок державних коштів. Але на даний момент безоплатна медична допомога не можлива, тому що держава економічно не спроможна фінансувати цю галузь повністю із-за браку ресурсів. Громадяни не можуть отримати якісні медичні послуги безкоштовно і, зазвичай, платять за надані послуги із власної кишені, що порушує права, зазначені в Конституції України.

Галузь охорони здоров'я в Україні майже повністю залежить від бюджетного фінансування. Розвиток та залучення інших джерел фінансування стримується недостатнім зацікавленням

приватного сектору та дещо негативним ставленням з боку державних органів управління охороною здоров'я до підприємництва у сфері охорони здоров'я в цілому. Тому у сфері фінансування галузі охорони здоров'я першочерговою проблемою є нестача державних коштів, що веде до зменшення обсягів безоплатної медичної допомоги [3, с. 165].

Фінансування галузі охорони здоров'я відбувається з державного бюджету, місцевих бюджетів та інших джерел фінансування, які не заборонені законодавством України. Відповідно до даних Державної казначейської служби України, у 2018 році на галузь охорони здоров'я з державного бюджету спрямовано 22,6 млрд грн, що становить 2,3% всього обсягу річного бюджету. А в 2019 році – 38,6 млрд грн, що становить 3,6% видатків державного бюджету [4]. Тобто у 2019 році на систему охорони здоров'я з державного бюджету націлено на 16 млрд грн більше, порівняно з 2018 роком. Збільшення видатків на цю галузь пов'язане із реформуванням системи, яка розпочалась у 2017 році. Хоч і відбулось збільшення фінансування в 2019 році, порівняно з 2018 роком, проте на галузь охорони здоров'я з державного бюджету спрямовується незначна частка коштів, порівнюючи з іншими напрямками фінансування.

З місцевих бюджетів на галузь охорони здоров'я в 2018 році спрямовано 93,23 млрд грн, що становить 16,34% від всього обсягу видатків місцевих бюджетів. А у 2019 році спрямовано 89,82 млрд грн 15,86% [4]. Тобто порівнюючи 2018 і 2019 роки, можна сказати, що на галузь охорони здоров'я з місцевих бюджетів у 2019 році направлено на 3,41 млрд грн менше чим у 2018 році. Проте, якщо розглядати частку видатків з місцевих бюджетів, то можна стверджувати, що на охорону здоров'я спрямовується достатня кількість коштів при порівнянні з іншими галузями.

Так як у 2017 році Україна розпочала масштабну реформу фінансування системи охорони здоров'я, яка включала в себе централізацію видатків на закупівлю пакету основних медичних послуг єдиним національним платником – Національною службою здоров'я України. Ця реформа звільнила органи місцевого самоврядування від відповідальності за фінансування основних послуг, таким чином дозволивши їм перенаправляти кошти із системи охорони здоров'я на інші напрямки. Для компенсації

центрального уряду протягом 2018–2020 років суттєво збільшив фінансування системи охорони здоров'я у номінальному вираженні. Однак асигнування на охорону здоров'я на центральному рівні залишилися незмінними відносно інших секторів за аналізований період [5].

В умовах недостатнього бюджетного фінансування системи охорони здоров'я та низької якості медичної допомоги в державних медичних закладах України значення позабюджетних джерел фінансування стає все більш актуальним. Позабюджетні джерела фінансування виконують додаткову функцію для надання медичної допомоги населенню. До позабюджетних джерел фінансування галузі охорони здоров'я належать – добровільне медичне страхування, витрати домогосподарств та міжнародна допомога. Станом на 2019 рік сума чистих страхових премій добровільного медичного страхування становила – 4,27 млрд грн, витрати домогосподарств становили – 110, 6 млрд грн, а міжнародна допомога – 2,2 млрд грн. Не висока сума страхових премій добровільного медичного страхування пов'язана з недовірою населення до страхових компаній, які надають послуги, недостатньою інформаційною забезпеченістю серед населення про медичне страхування та завищеною вартістю страхових полісів для потенційних споживачів цих послуг. А високий показник витрат домогосподарств свідчить про те, що більшість медичних послуг фінансуються з кишені населення.

Проаналізувавши бюджетне та позабюджетне фінансування охорони здоров'я, можна стверджувати, що основною тенденцією реформування медичної галузі є впровадження страхової медицини. Для успішної реалізації державної політики в медичній галузі, необхідно впровадити страхову медицину, враховуючи необхідність захищення інтересів всіх груп населення, а особливо соціально вразливих (дітей, пенсіонерів, безробітних тощо). Впровадження страхової медицини призведе до зменшення навантаження на національну економіку у галузі соціального забезпечення.

Список використаних джерел:

1. Портна О.В. Практичні проблеми фінансування охорони здоров'я в Україні. *Вісник Харківського політехнічного інституту*. 2012. № 45. С. 140.

2. Конституція України, документ 254к/96-ВР, редакція від 01.01.2020. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80#Text> (Дата звернення: 14.01.2021)
3. Сіташ Т.Д. Фінансування системи охорони здоров'я в Україні: тенденції та реформування. Механізм регулювання економіки. 2012. № 1. С. 166.
4. Публічний звіт голови казначейства Слюз Т. про підсумки діяльності Державної казначейської служби України за 2019 рік. URL: <https://www.treasury.gov.ua/storage/app/sites/1/uploaded-files/%20%D0%93%D0%9E%D0%9B%D0%9E%D0%92%D0%98%202020pdf.pdf> (Дата звернення: 14.01.2021)
5. ВООЗ. Бюджетний простір для системи охорони здоров'я в Україні. URL: https://www.euro.who.int/__data/assets/pdf_file/0003/463872/UKR-Budgetary-space-for-health-ukr.pdf (Дата звернення: 14.01.2021)

Нос Ю. А.

студентка

Науковий керівник: Флегантова А. Л.

кандидат економічних наук,

*доцент кафедри міжнародної економіки
та міжнародних економічних відносин*

Вищий навчальний заклад Укоопспілки

«Полтавський університет економіки і торгівлі»

м. Полтава, Україна

ОСОБЛИВОСТІ ТА ПЕРСПЕКТИВИ СУЧАСНОЇ ВАЛЮТНОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Процеси, що відбуваються в сфері міжнародних валютно-кредитних і фінансових відносин змушують Україну критично оцінювати свою позицію щодо майбутнього національної фінансової системи. Розвиток і зміцнення вітчизняного фінансового ринку, підвищення його стійкості є одним з актуальних завдань для економічного розвитку країни. Як вказує З.В. Крук «Валютний ринок виступає невід'ємною складовою функціонування загального фінансового ринку країни, а ефективність його функціонування – це запорука успішної та конкурентної економіки держави та її фінансових процесів в цілому» [1, с. 5].

Глобалізація світової економіки визначає першорядну тенденцію і перспективу розвитку міжнародних валютних відносин.

В ході кризи сучасної світової валютної системи, яка проявилася, насамперед, в зростаючій волатильності валютних курсів, ослабленні позицій долара США і уразливості євро особливого значення набуває подальший розвиток валютної системи України. В одному з науково-дослідних праць з оцінки конкурентоспроможності України Ф.О. Журавка відзначав, що «валютна політика і фінансова сфера відіграють важливу роль у формуванні рівня конкурентоспроможності країни в світовому господарстві» [2, с. 41]. За світовими мірками українська валютна система є досить «молодою». Можна виділити кілька ключових етапів розвитку валютного ринку України:

- перший етап (1991–1994 роки) початок формування валютного ринку і проведення перших біржових валютних торгів;
- другий етап (1994 до вересня 1996 року) – становлення окремих сегментів валютного ринку, повернення до ринкових методів організації валютних відносин, прискорення лібералізації валютного ринку, відновлення роботи УМВБ і перші валютні кризи;
- третій етап (з вересня 1996 року по теперішній час) остаточний перехід на режим плаваючого валютного курсу гривні; певна децентралізація валютного ринку, припинення операцій на УМВБ та інших валютних біржах; подальша лібералізація доступу до валютного ринку юридичних і фізичних осіб-резидентів до рівня, адекватного вільної конвертованості національної валюти за поточними операціями; приєднання України (у травні 1997 р) до VIII статті Статуту МВФ, що означало офіційне визначення вільної конвертованості гривні по поточних операціях [3, с. 28].

Розвиток валютного ринку та валютних операцій в Україні почався в 1991 році з ліберальних реформ, спрямованих на перехід до ринкової економіки: відбулося скасування державної монополії зовнішньої торгівлі і валютної сфери, а також була децентралізована зовнішньоекономічна діяльність країни, підприємствам і організаціям, а також громадянам країни було надано право продавати і купувати через уповноважені комерційні банки іноземну валюту в обмін на радянські рублі, стали регулярно

проводитися торги на валютній біржі Держбанку СРСР за ринковим курсом. Валютна реформа забезпечила перехід від адміністративного розподілу валютних ресурсів державними органами до формування валютного ринку. Після розпаду СРСР на рубежі 1991–1992 років і становлення незалежної України процес формування валютного ринку прискорився і став складовою частиною структурних економічних реформ країни. Зі вступом України в 1992 році в Міжнародний валютний фонд її валютна система формується відповідно до Статуту МВФ. Підприємствам і організаціям в 1996 році вперше було надано пріоритетне право залишати в своєму розпорядженні значну частину експортної виручки на валютних рахунках і використовувати ці кошти на свій розсуд.

Закон «Про валюту і валютні операції» від 07 липня 2017 року, який набрав чинності 07.02.2019 р., впроваджує принципово новий підхід, заснований, зокрема, на свободі здійснення валютних операцій, достатності та ефективності, а також самостійності і ринковості валютного регулювання.

Згідно дійочого на території України валютного законодавства, виділені ключові елементи валютної системи України.

1. Основою валютної системи є національна грошова одиниця – українська гривня, що знаходиться в обігу як законний засіб готівкового платежу на території України. (Офіційне співвідношення між гивнею і золотом не встановлюється).

2. Міжнародні резерви (ліквідні активи), які об'єднують валютні резерви, золото, резервну позицію країни в МВФ, СДР на рахунках МВФ. Головною метою Національного банку є забезпечення оптимального поєднання збереження, ліквідності і підтримки прибутковості резервних активів.

У зв'язку з нестабільністю курсів долара і євро стає актуальною проблема забезпечення стійкості золотого резервного фонду країни. Виходом зі сформованої ситуації є необхідним збільшити частку золота. Це пояснюється двома основними причинами: з одного боку, нестабільним становищем долара США на світовому фінансовому ринку, а з іншого, – зростанням світових цін на золото.

До внутрішніх факторів зміни резервних активів відносяться:

- трансформація кон'юнктури валютного ринку;
- зміна динаміки валютного курсу та стану платіжного балансу;
- зміна структури погашення зовнішнього боргу та ін. [4, с. 96].

Очевидно, що в даний час основний вплив на курсоутворення надають переважно фундаментальні економічні чинники. Ситуація на внутрішньому валютному ринку характеризується помірною нестабільністю курсу національної валюти і деякою невизначеністю його подальшої динаміки на тлі високої волатильності світових цін на енергоносії. Слід підкреслити, що саме зростання курсу гривні, як номінальної, так і реальної, залишається найбільш значущим чинником підвищення довіри до національної валюти нашої країни. Швидке зміцнення гривні має ряд позитивних сторін для економіки: підвищується купівельна спроможність населення, збільшується обсяг імпорту товарів виробничого призначення, відкриваються нові інвестиційні можливості, зростає доступність зовнішніх запозичень для приватного сектора, знижуються темпи інфляції. Зміцнення національної валюти і введення повної конвертованості гривні є завершальним кроком на шляху трансформації української валютної системи і її відповідності принципам функціонування і основним потребам ринкової економіки. В даний час до числа вільно використовуваних валют МВФ відносять тільки долар США, євро, ієну і англійський фунт стерлінгів.

В області політики визначення валютного курсу необхідно враховувати світові котирування долара США і євро, на основі яких на сьогоднішній день здійснюється визначення курсу гривні. З огляду на зростання цін на золото, слід підвищити ефективність управління золотовалютними резервами країни. Доцільним є скасувати обов'язковий продаж валютної виручки від експорту продукції. Переконливим також є підвищення ефективності використання валютних надходжень в економіку країни, зокрема, вкладення коштів резервного фонду в розвиток вітчизняної промисловості згідно транзакційних мотивів [5, с. 219].

Таким чином, можливо зробити висновок, що для досягнення реальної конвертованості гривні необхідно створити всі умови для формування економічної бази у вигляді вільної конкурентоспроможної ринкової економіки, а також забезпечити збалансованість і стабільність внутрішніх і зовнішніх факторів виробництва і обміну;

внутрішній валютний ринок повинен стати складовою частиною світового, який є гарантом дійсно вільної конвертованості національної валюти. У проведенні політики, спрямованої на забезпечення реальної конвертованості гривні, слід керуватися не стільки бажанням досягти певного статусу української валюти, скільки сформуванню умови для підвищення довіри до економіки країни.

Список використаних джерел:

1. Крук З.В. Сучасний стан та проблеми валютного ринку України / З.В. Крук. – ЛНУ ім. Івана Франка. – 2018. – 44 с.
2. Журавка Ф.О. Валютна політика в умовах трансформаційних змін економіки України: моногр. / Ф.О. Журавка. – Суми : Ділові перспективи. – 2008. – 334 с.
3. Луцишин З.О. Трансформація світової фінансової системи в умовах глобалізації / З.О. Луцишин. – Київ : Друк. – 2016. – 320 с.
4. Трансформація економіки України у глобальному економічному середовищі / [Комарницький І.Ф., Нікіфоров П.О., Белінський П.І., Буднікевич І.М., Галушка З.І.] ; за ред. І.Ф. Комарницького. – Чернівці : Рута, 2006. – 272 с.
5. Адамик Б.П. Центральний банк і грошово-кредитна політика : підручник / Б.П. Адамик. – 2-ге вид., доп. і перероб. – Київ : Кондор, 2011. – 416 с.
6. Бодрова Н.Е. Валютний ринок: стан, проблеми, перспективи / Н.Е. Бодрова // Економіка. – 2017. – № 1. – С. 102–114.

Ситник Н. С.

*доктор економічних наук,
професор кафедри фінансового менеджменту*

Олійник А. В.

магістрант

*Львівський національний університет імені Івана Франка
м. Львів, Україна*

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ДОХОДІВ ГРОМАД В УМОВАХ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ

На сучасному етапі розвитку в умовах децентралізації, достатнє фінансове забезпечення об'єднаних територіальних громад (далі – ОТГ) є одним із ключових чинників, що сприяють якісним змінам на місцевому рівні.

Дослідженням особливостей формування та використання фінансових ресурсів бюджетів ОТГ займалася низка вчених: В. Опарін, М. Бадида, М. Гончаренко, Т. Гургула, Я. Казюк, Н. Михальчишин, А. Сава та ін.

Формування спроможних громад в Україні здійснюється з урахуванням реформи децентралізації, що проводиться урядом. Серед основних питань, що розглядаються є зміцнення фінансової основи функціонування територій.

Огляд змінених законодавчих актів щодо створення територіальних громад дозволяє констатувати факт забезпечення базових аспектів для формування їх самостійності. Зокрема, ОТГ одержали у своє розпорядження додаткові фінансові та майнові ресурси:

- 60% ПДФО на власні повноваження;
- державні медична та освітня субвенції;
- право розпоряджатися землями на території об'єднаної громади та ін.

Місцевим органам самоврядування надано право встановлювати ставки та пільги по платі за землю не тільки в межах, а й за межами населених пунктів. Також об'єднані громади перейшли на прямі міжбюджетні відносини з державним бюджетом.

Найбільшою статтею власних доходів бюджетів ОТГ є податкові надходження, що складають 95% загального обсягу власних фінансових ресурсів. Найвагомішу частку дохідної частини

бюджету займає податок на доходи фізичних осіб – 65–80%. Єдиний податок та плата за землю – в середньому 15–20% загального обсягу фінансових ресурсів. Що стосується екологічного податку та рентної плати, то в середньому вони складають менше 1% від загального розміру власних надходжень [1].

Частка місцевих податків та зборів в сукупному обсязі власних надходжень бюджетів об'єднаних територій складає менше 1%, що показує заниження розміру їх ставок, а це є однією із суттєвих проблем формування доходів ОТГ.

Якщо виокремити неподаткові надходження, то їх частка є досить незначною і складає 5–7%. Структура неподаткових надходжень зображена на рисунку 1.

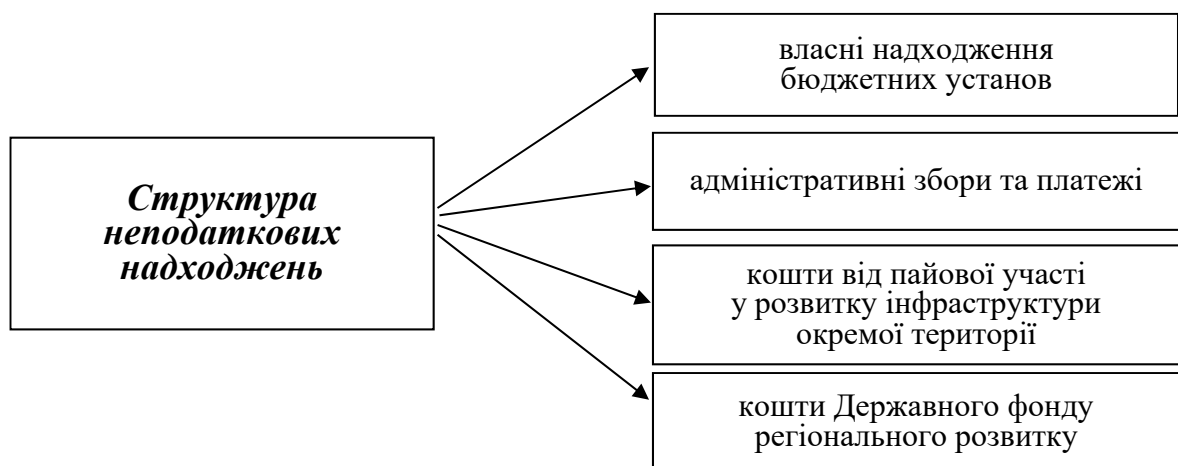


Рис. 1. Структура неподаткових надходжень дохідної частини місцевих бюджетів України

Джерело: створено на основі [2]

Ще одним із можливих видів надходжень до бюджетів ОТГ є дохід від здачі в оренду цілісних майнових комплексів та іншого майна, що перебуває у комунальній власності. Однак, у зв'язку з створенням передавальних актів, які формувалися при об'єднанні територій, інвентаризація майна громад фактично не була проведена, тому й при наявності такої практики обсяг отриманих коштів є несуттєвим або ж цілком відсутній.

Частка міжбюджетних трансфертів здебільшого коливається в межах 65–75% загальних доходів ОТГ, як правило, за рахунок базової дотації та додаткової дотації з утримання закладів освіти та охорони здоров'я.

Проведений аналіз бюджетних надходжень показав, що із загального обсягу громад у 2020 році три з чотирьох ОТГ були дотаційними, 16% усіх ОТГ перераховували частину коштів у вигляді реверсної дотації до державного бюджету, а 9% усіх ОТГ не отримували базової дотації і не перераховували реверсної дотації до державного бюджету [3].

Найвагомішими серед субвенцій є субвенція на будівництво, реконструкції, ремонт і утримання автомобільних доріг загального користування місцевого значення; субвенція на формування інфраструктури ОТГ; субвенція на реалізацію заходів, спрямованих на розвиток системи охорони здоров'я у сільській місцевості. Значне місце займає освітня та медична субвенції, субвенція на виплату допомоги малозабезпеченим сім'ям, субвенцію на надання пільг і житлових субсидій населенню на оплату природного газу та ін.

Однак у ОТГ все таки виникають проблеми недофінансування територій, що спричинено швидкими темпами їх формування.

У зв'язку з пандемією Covid-19 припинилося стягнення плати за землю та не оподатковувалися об'єкти нежитлової нерухомості, в результаті чого доходи місцевих бюджетів скоротилися. Лише за двомісячний термін (1 березня – 30 квітня 2020 року) втрати міських та селищних громад склали 2,6% доходів бюджетів без трансфертів [4].

Продовження таких «карантинних заходів» може суттєво вплинути на доходи ОТГ, що натомість спричиняє зниження видаткової частини та приводить бюджет до кризового стану.

Отже, з метою уникнення труднощів при виконанні своїх функціональних обов'язків та формування стратегічного бачення в управлінні ОТГ, першочерговим завданням на рівні держави є розробка компенсаційних механізмів для громад, що сприятиме залученню додаткових джерел надходжень до бюджету та оптимізації видатків і дозволить ефективно розпоряджатися наявними активами.

Список використаних джерел:

1. Звіт USAID щодо результатів оцінювання управління фінансами об'єднаних територіальних громад. URL: https://drive.google.com/file/d/15efXf0fQ8cxV8L2p23cVW_DBzRzeNi/view (дата звернення: 15.01.2021).

2. Доходи і видатки місцевих бюджетів. URL: <https://cost.ua/687-revenues-and-expenditures-of-local-budgets/> (дата звернення: 15.01.2021).
3. Оцінка фінансових показників бюджетів ОТГ: рейтинг за I півріччя 2020 року. URL: <https://decentralization.gov.ua/news/12748> (дата звернення: 15.01.2021).
4. Закон України «Про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законів України щодо підтримки платників податків на період здійснення заходів, спрямованих на запобігання виникненню і поширенню коронавірусної хвороби (COVID-19)» в редакції від 29.05.2020 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/533-20#Text> (дата звернення: 15.01.2021).

СЕКЦІЯ 10. РИНОК ЦІННИХ ПАПЕРІВ

Крутько М. А.

*кандидат економічних наук,
доцент кафедри обліку та аудиту*

Романашенко І. О.

магістрантка I курсу ННІ БМ

*Харківський національний технічний університет
сільського господарства імені Петра Василенка
м. Харків, Україна*

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РИНКУ ЦІННИХ ПАПЕРІВ В УКРАЇНІ

Сучасний стан ринку цінних паперів України знаходиться на стадії розвитку і дещо відстає за рівнем від аналогічних сегментів фінансової системи економічно розвинених країн світу. Дивлячись на досвід європейських країн можна зробити висновок, що досягнення високих темпів економічного зростання із новітніми надбаннями у сфері науки, інформації, техніки та технологій неможливе без залучення достатнього рівня інвестиційних ресурсів, а отже, фондовий ринок є одним із основних джерел залучення фінансових ресурсів та їх спрямування на формування інноваційної економіки. Тому що успішно функціонуючий фондовий ринок дає можливість мобілізації вільних грошових коштів фізичних та юридичних осіб та їх спрямування в найбільш перспективні галузі, завдяки чому з'являється ймовірність вирішення значущих соціально-економічних програм, а також питання забезпечення ресурсної бази більшості підприємств. Отже, головним фактором переходу до економіки інноваційного типу є подолання структурних змін розвитку національного фінансового ринку, що доводить актуальність теми дослідження.

Питанням розвитку ринку цінних паперів займалися такі науковці, як В.М. Воронюк [1], О.Б. Головнич [5], Я.Є. Дяченко [4], Н.П. Резнік [4], М.В. Рубаха [5] та інші.

Метою роботи є дослідити тенденції сучасного стану ринку цінних паперів України та виділити проблеми та перспективи його подальшого розвитку.

Український ринок цінних паперів складається з системи економічних відносин, які спеціалізуються на випуску та обігу цінних паперів, головною метою яких є мобілізація грошових коштів для забезпечення фінансовими ресурсами потреб виробництва. Для ефективного функціонування ринку цінних паперів в країні повинна діяти розвинена інфраструктура, застосовуватися прогресивні методи взаємодії учасників ринку та широкий спектр інструментів і найголовніше – це наявність стабільної законодавчої бази.

Через вплив внутрішніх факторів, а також світових фінансових криз вітчизняна економіка зазнала значної трансформації і, як наслідок, це спричинило зміни у структурі національного фондового ринку. В наш час механізм функціонування фондового ринку представляється відсутністю цілісної системи та чітко окресленої концепції. Фондовий ринок є головним джерелом залучення капіталу, який необхідний для забезпечення розвитку підприємництва, але недостатньо ефективне державне управління, а також слабка законодавча база стримують позитивну динаміку змін фондового ринку в Україні. Таким чином, роль держави є визначальною для вдосконалення стану вітчизняного ринку цінних паперів та підтримки його фінансової безпеки [5, с. 207].

За даними Національної комісії з цінних паперів та фондового ринку (НКЦПФР) обсяг торгів на ринку цінних паперів за підсумками 2018 р. зріс на 121,99 млрд. грн. (на 26%), порівняно з показником 2017 р., та становив 590,58 млрд. грн. при зростанні ВВП на 3,2%. Дані за 2019 р. не порівнюємо, тому що інформація є лише за 9 місяців 2019 р., але незважаючи на це тенденція є зворотною. Також слід звернути увагу на те, що спостерігається значне зменшення даного показника в порівнянні з 2014–2016 рр. Як видно з рис. 1 різке зменшення обсягу торгів на ринку цінних паперів почалось ще у 2017 р., коли обсяг торгів знизився на 72,23%, порівняно з 2016 р. та становив 468,69 млрд. грн.

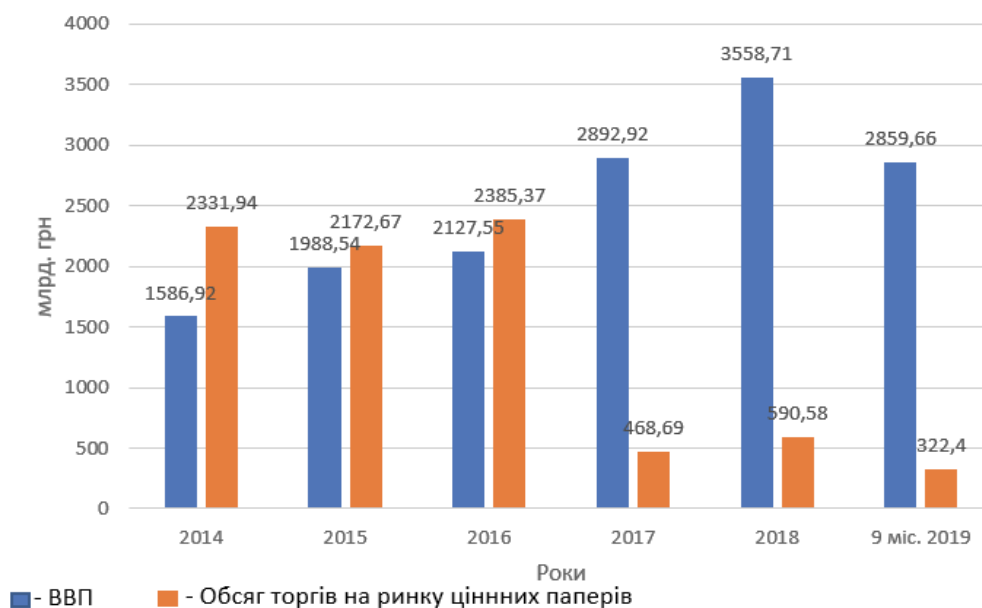


Рис. 1. Динаміка обсягу торгів на ринку цінних паперів та ВВП у 2014–2019 рр., млрд. грн

Джерело: розроблено автором за даними [2; 3]

Така статистика склалася тому, що змінилась методологія розрахунку обсягу торгів, в результаті чого депозитні сертифікати більше не враховуються при розрахунках обсягу торгів (у 2016 р. обсяг торгів депозитними сертифікатами на ринку цінних паперів становив 1153,15 млрд. грн). Ці сертифікати Нацбанк вважає одним із своїх монетарних інструментів. Відповідно такі зміни і привели до кардинального зменшення обсягу торгів по відношенню до ВВП.

Інтенсивність функціонування фондових бірж, перш за все, визначається статистичним показником капіталізації ринку акцій, яка характеризує рівень їх розвитку та конкурентоспроможності як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках. Порівняно з економічно розвиненими країнами капіталізація національних фондових бірж є досить невисокою – 0,4% від сукупного світового ВВП, у той час як інші країни, а саме: США (21,1%), Японія (7%), Німеччина (4,5%), Африка (3,2%), Росія (2,6%) мають доволі високий відсоток. Зазначений стан капіталізації українських фондових бірж спричинено нестабільністю розвитку та формування ринку цінних паперів у країні, а також відсутністю належної організованості та впорядкованості. Розвиток вітчизняних фондових бірж є можливим завдяки запозиченню досвіду успішного

функціонування світових фондових бірж через інтеграцію в міжнародну сферу фінансів [4, с. 121].

Удосконалення фондового ринку неможливе тільки за рахунок самостійного регулювання ринкових відносин, через це заходи з боку держави є особливо важливими для його подальшого розвитку. По-перше, ринок цінних паперів було створено без чітко визначеної нормативно-правової бази, у тому числі розбіжності окремих елементів ринку з міжнародними стандартами. Крім того, серйозною проблемою є те, що законодавче регулювання та механізм котирування цінних паперів досі не встановлені; відсутня належна інфраструктура, тому ринок є недостатньо прозорим.

Таким чином, для досягнення успіхів у розвитку ринку цінних паперів в Україні необхідно виконати такі умови:

- відповідність індикаторам економічного зростання через подолання структурних змін в економіці, це допоможе пошуку надійних емітентів і нових інвесторів та сприятиме поповненню цінними паперами фондового ринку;
- покращення та корегування законодавчих основ, які регулюють діяльність фондового ринку;
- більше відкритості та прозорості фондового ринку, постійний розвиток його інфраструктури;
- зменшення відтоку капіталу з ринку інвестицій до ринку державних цінних паперів;
- створення довгострокової стратегії розвитку фондових бірж відповідно до особливостей економічної системи України та основних тенденцій розвитку іноземних фондових ринків.

Список використаних джерел:

1. Воронюк В.М. Проблеми та перспективи розвитку біржового ринку цінних паперів в Україні. URL: <http://www.rusnauka.com/Economics.doc.htm>.
2. Національна комісія з цінних паперів та фондового ринку. Річні звіти за 2014–2018 рр. URL: <https://www.nssmc.gov.ua/documents/rtechniy-zvt-nktspr-za2018-rk>.
3. Національне рейтингове агентство «Рюрік». Аналітичний огляд. URL: <http://rurik.com.ua/ourresearch/operanalytics/1367.html>.
4. Резнік Н.П., Дяченко Я.Є. Проблеми та перспективи формування фондових бірж в Україні. *Сучасні питання економіки і права*. 2018. № 1. С. 119–128.

5. Рубаха М.В., Головнич О.Б. Ринок цінних паперів: сучасний стан, проблеми і перспективи розвитку. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія «Економіка і менеджмент». 2015. Вип. 3. С. 207–210. URL: <http://www.vestnik-econom.mgu.od.ua/journal/2015/13-2015/47.pdf>.

СЕКЦІЯ 11. ЕКОНОМІКА ФІРМИ

Гейко Л. В.

викладач циклової комісії економічних дисциплін

*Дніпровський державний коледж технологій та дизайну
м. Дніпро, Україна*

МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ЕКОНОМІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Один з найважливіших напрямків програми реформ у нашій країні – перебудова систем управління підприємством. Особливе значення ця проблема набуває на рівні тих підприємств, місце яких у ринковій економіці повністю змінюється. Коли підприємство стає економічно самостійним об'єктом товарно-грошових відносин, що повністю відповідає за результати своєї господарської діяльності, воно повинно сформувати систему управління (менеджменту), яка б забезпечила йому високу ефективність роботи, конкурентоздатність та стійкість положення на ринку.

Поняття «економічне управління» почали застосовувати в науковій літературі на початку ХХІ століття. Так, Євдокимова Н.М. [3, с. 15] у широкому розумінні розглядає економічне управління, як управління об'єктами економічної природи і зводить суть поняття до визначення потрібного стану підприємства, оцінювання його фактичної діяльності порівнюючи з конкурентами і здійснюючи управлінський вплив згідно з наявними ресурсами. Дядечко Л.П. [2, с. 28] трактує економічне управління як стратегічне, поточне та оперативне планування, а також організацію і контроль за виконанням планів.

Узагальнюючи поняття економічне управління підприємством в сучасних умовах можна стверджувати, що це ефективна система, здатна забезпечити швидку адаптацію підприємства до змін його бізнес-середовища за умов максимально можливого врахування запитів і задоволення потреб потенційних споживачів. В такій системі отримання прибутку слід розглядати не як основну мету

діяльності підприємства, а виключно як результат ефективного функціонування правильно побудованої управлінської системи.

Технології прийняття управлінських рішень – це раціональне поєднання у процесі підготовки, розроблення і реалізації рішень різних моделей, логічних суджень та інтуїції, які ґрунтуються на знаннях і досвіді осіб, які ухвалюють рішення. Відтак для розв’язання кожної з проблемних ситуацій слід розробляти спеціальний алгоритм: сукупність правил, процедур, методів і способів, який хоча й повинен ґрунтуватися на дотриманні стандартів логіко-методологічної раціональності, однак має включати також оригінальний творчий компонент.

Залежно від ступеня використання в підготовці рішень формальних елементів можна виокремити три основні групи методів:

- математичні (формальні);
- евристичні (неформальні);
- комбіновані математичні й евристичні [3, с. 32].

Математичні методи найчастіше використовуються для:

1) обчислення значень показників, що характеризують результати функціонування підприємства, його підрозділів, ринкової кон’юнктури тощо;

2) для оптимізації рішень за наявних варіантів досягнення результатів;

3) обробки й аналізу параметрів, які не можуть бути виміряні кількісно.

Прикладами евристичних процедур є різні експертизи, консилиуми, наради, робота рад тощо. Чільне місце в групі евристичних методів посідають експертні методи, орієнтовані на фахівців-професіоналів, як роблять свої висновки як суто інтуїтивно, так і користуючись певними причинно-наслідковими зв’язками, статистичними даними й розрахунками.

Шлях до зменшення суб’єктивності індивідуальних оцінок полягає в проведенні експертного опитування в кілька турів за методом Дельфі. Експертним методом Дельфі користується велика кількість корпорацій, університетів, урядових структур з метою передбачення тих чи інших подій у майбутньому. Цей метод сформувався на основі вдосконалення й оптимізації з точки зору

досягнення практичного результату традиційних нарад, відкритих дискусій. Незважаючи на певні вади, він вважається одним з найефективніших експертних методів, оскільки «дозволяє досягти не лише цікавих результатів при аналізі тих чи інших державних рішень у соціальних питаннях, а й у складних питаннях соціальної експертизи дійти згоди за критеріями, показниками, нормами» [4].

Сучасний ефективний механізм управління підприємством передбачає створення нових методів та засобів вирішення поточних та стратегічних завдань. Пропонується, що, виходячи з зазначених умов, основою такої технології управління має стати концепція проект-менеджменту.

Актуальність запровадження концепції проект-менеджменту в теорію управління визначається тим, що сучасний процес управління підприємством не є безперервним або потоковим. В часі і в просторі цей процес розривається на окремі умовно замкнуті різновекторні завдання, що необхідно вирішувати за наявних часових та ресурсних обмеженнях.

Тривалість і частота зміни проектів визначатиметься швидкістю змін, що відбуваються, як в зовнішньому середовищі, так і всередині промислового підприємства, а так само його здатністю реагувати на дані зміни (його адаптивністю) [5, с. 16].

В класичному загальному розумінні, проект – це завдання з конкретними вихідними даними і цільовими результатами, які визначають спосіб вирішення поставленої задачі [1, с 30]. Таким чином поняття «проект» передбачає наявність трьох складових:

1. Вихідні умови або початковий стан об'єкту. Його ґрунтовний аналіз формує поточну та перспективну проблему. Формулювання проблеми визначає сукупність завдань.
2. Цільове положення. Формулювання системи цілей, критерії оцінки результатів діяльності.
3. Механізм досягнення поставлених цілей.

Специфічними особливостями поняття «проект» є дві складові:

- 1) обмежений часовий інтервал, в межах якого проект є актуальний;
- 2) концентрація обмежених ресурсів на вирішенні певного кола завдань. Виходячи з вищезазначеного, зауважимо, що проект-менеджмент фактично представляє собою проектування під

визначену систему завдань механізму управління підприємством, який передбачає максимально можливу концентрацію ресурсів на максимально швидке досягнення необхідного результату.

Можемо сформулювати основні принципи, що закладаються в концепції проект-менеджменту:

1. Неповторність і унікальність. Кожен проект має своє поле реалізації: специфічні внутрішні та зовнішні вихідні умови реалізації.

2. Одноразовість. Проект доцільно реалізовувати лише один раз.

3. Обмежений час. Для кожного проекту одним ключових параметрів є час. Концепція проект-менеджменту передбачає, що будь які завдання актуальні лише в певний проміжок часу.

4. Комплексність та системність. На практиці, проект представляє собою чітку послідовність бізнес-процесів з подальшої деталізацією до рівня операцій.

5. Результативність. Будь-який проект спрямований на досягнення конкретного результату. Кінцевий результат – це відповідна точка прийняття будь-якого управлінського рішення в межах проекту.

6. Адаптивний внутрішньогосподарський механізм. Кожен проект передбачає розробку та впровадження максимально гнучкого та адекватного механізму. Такий механізм включає в себе: організаційну структуру управління, систему комунікаційних потоків, інформаційно-аналітичне забезпечення, систему мотивації, систему прийняття рішень на різних рівнях управління, логістичні потоки тощо.

7. Концентрація ресурсів та зусиль. Це головний принцип стратегії та проект-менеджменту. Для максимально швидкого та дієвого результату необхідно, щоб ресурси та зусилля були максимально сфокусовані в межах певних завдань та у мінімальні часові інтервали.

Виходячи з вищезазначеного поняття «проект», в контексті проект-менеджменту можна визначити і таким чином: система бізнес-процесів, що формується підприємством як реакція на стан та тенденції розвитку зовнішнього середовища та реалізується в обмеженому часовому інтервалі.

Застосування новітніх підходів, принципів, методів, інструментів в управлінні підприємством для забезпечення його успішного функціонування в конкурентному ринковому середовищі є головною складовою успіху підприємства як на внутрішньому ринку так і на зовнішньому. Дослідження і вдосконалення системи управління, як в рамках окремого підприємства, так і держави, суспільства в цілому сприяє швидкому та ефективному впровадженні нових механізмів управління, які відповідають сучасним потребам, та потребує подальшого додаткового вивчення.

Список використаних джерел:

1. Грабовский И.С. Методологические предпосылки перехода на методы управления проектами / И.С. Грабовский, Е.И. Гезенцевей // Вісник Придніпровської державної академії будівництва та архітектури. – Дніпропетровськ: ПДАБА. – 2001. – № 4. – С. 27–31.
2. Дядечко Л.П. Економіка туристичного бізнесу / Л.П. Дядечко. – Київ : Центр учбової літератури, 2007. – 224 с.
3. Економічне управління підприємством: навч. посіб. / [Н.М. Євдокимова, Л.П. Батенко, В.А. Верба О.О. Кизенко та ін.]; за заг. ред. Н.М. Євдокимової. – Київ : КНЕУ, 2011. – 327 с.
4. Луков В.А. Социальное проектирование : Учеб. пособие. – 6-е изд., испр. – Москва : Изд-во Московского гуманитарного университета «Флинта», 2006. – С. 190.
5. Чимшит С.И. Проект-менеджмент – технологический механизм стратегии корпоративного управления / В.А. Ткаченко, С.И. Чимшит // Сборник научных трудов: экономика, менеджмент, маркетинг. Управление проектами, организация. Выпуск 3. – Днепропетровск : Наука и образование, 2003. – С. 1321.

Nagyieva Aisel
Postgraduate student
National Aviation University
Kyiv, Ukraine

IMAGE COMPONENT OF ECONOMIC BENEFIT SYSTEM ENVIRONMENTAL MANAGEMENT

The concept of sustainable economic development, adopted by the world community more than 20 years ago, implies a combination of economic growth and environmental conservation. The environmental aspects of economic activities are regulated by both national institutions and international organizations. The introduction of an environmental management system at Ukrainian enterprises lags far behind world practice. The environmental management system is a voluntary policy that is not limited to obtaining a certificate.

The environmental management system is aimed at managing the objects and subjects (see footnote at the end of the material) of the enterprise within certain boundaries of its scope. In the ISO 14000 series of standards, the environmental aspect is defined as an element of the enterprise, its products or services that interacts or may interact with the environment. Therefore, the subjects of the environmental management system (the carriers of properties and characteristics that determine the qualitative characteristics of objects (eco-aspects)) are [3, p. 426]: products and services; functions (processes) and activities related to these products and services; equipment and various systems (water and energy supply, treatment facilities, ventilation, etc.); divisions and other stakeholders involved in these products, services and equipment operated. Determining the scope of the environmental management system of the enterprise begins with the identification of objects (environmental aspects) of activities (mission, business activities) selected by senior management, and serves as a basis for determining the subjects of the environmental management system, i.e. those elements of the system will spread.

At present, in our country, business entities have no interest in introducing an environmental management system, this is due to the fact that the management of enterprises does not see any advantages from this system, except for a decrease in payments for environmental

pollution, the amount of which makes up an insignificant part of the cost. One of the reasons that complicate the implementation of environmental management at domestic enterprises is the lack of a generally accepted methodology for assessing the economic results of its implementation.

Traditionally, when calculating the effectiveness of environmental measures, three effects are distinguished: social, environmental and economic. The economic effect of the introduction of environmental measures, as a rule, considers the reduction in costs by reducing payments for environmental pollution within acceptable limits and an increase in profits due to an increase in the price of goods [2, p. 45]. Changes in sales volumes are not associated with environmental measures, considering them to be the consequences of competition and changes in market conditions.

Analyzing the changes in the external environment of industrial enterprises, it can be noted that today, in the conditions of increasing environmental awareness of consumers and the increasing influence of non-governmental environmental organizations, a new component appears in the competitive advantages of an enterprise is «environmental organizations» [1, p. 129]. This factor has a stronger motivational effect on the management of enterprises in the implementation of environmental management than direct regulation of environmental activities.

A brand and a trade mark can be registered and their value estimated according to existing methods. An environmental certificate is also registered. But the functioning of the environmental management system at the enterprise gives even more opportunities for successful activities. These opportunities include establishing contacts with environmental services, with the public, which has a positive effect on the company's image and, as a result, on its competitive position. Thus, it is possible to single out a whole block of results that are not considered in traditional types of effects (Figure). An extended interpretation of the external environment of management is proposed. The interrelation of the concepts «business reputation», «brand», «trade mark», «ecological certificate» and «image of the company» has been studied.

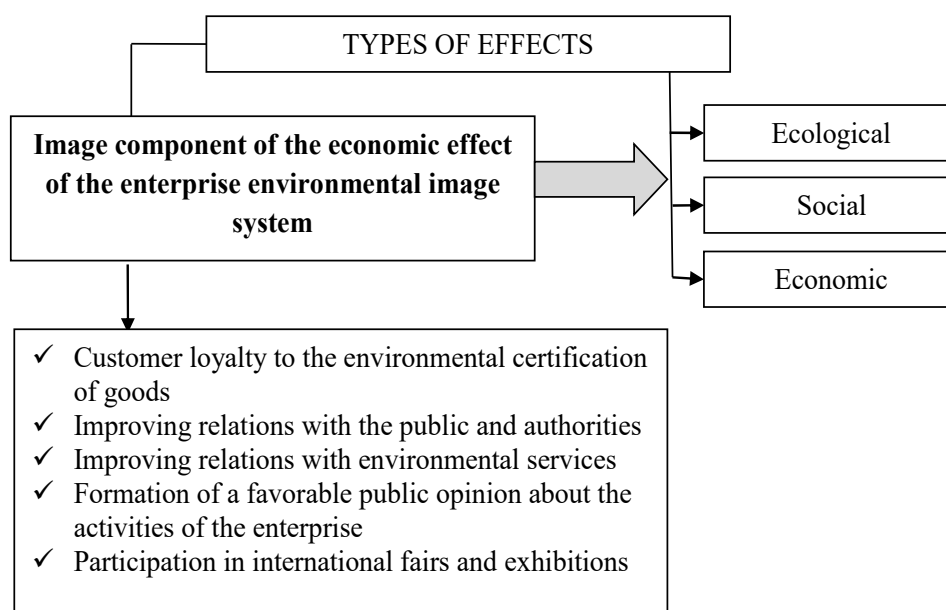


Figure 1. Results of the implementation of the environmental management system

Source: compiled by the authors

As a result, the notion of image component of economic benefits received due to sales growth while meeting environmental requirements of consumers. In Ukraine, the environmental management system is implemented mainly by enterprises operating on the world market, which is due to the requirements of consumers and the legislation of the importing countries.

References:

1. Пімоненко Т.В. (2019) Маркетинг і менеджмент зелених інвестицій: теоретичні засади, сучасні виклики та перспективи розвитку: монографія. Суми: «Ярославна». 264 с.
2. Zheng Li D., Cao M., Chen C., Ren X.S., Huang M. (2017) The impact of legitimacy pressure and corporate profitability on green innovation: Evidence from China top 100. *Journal of Cleaner Production*, no. 141, pp. 41–49.
3. Smerichevskyi S., Kniazieva T., Kolbushkin Y., Reshetnikova I., Olejniczuk-Merta A. (2018) Environmental orientation of consumer behavior: motivational component. *Problems and Perspectives in Management*, no. 16(2), pp. 424–430.

Степаненко О. І.

кандидат економічних наук,

доцент кафедри обліку і оподаткування

Київський національний економічний університет

імені Вадима Гетьмана

м. Київ, Україна

МАЛИЙ БІЗНЕС В СКЛАДІ СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ, ЙОГО МІСЦЕ І РОЛЬ В ЕКОНОМІЦІ УКРАЇНИ

Суб'єктами підприємницької діяльності виступають комерційні організації (незалежно від форм власності, в тому числі державні підприємства, недержавні юридичні особи) та фізичні особи, які здійснюють підприємницьку діяльність (індивідуальні підприємці). До інших учасників підприємницької діяльності можна віднести: некомерційні організації, що займаються підприємництвом; громадян, які здійснюють підприємницьку діяльність без реєстрації; філії та представництва комерційних організацій; об'єднання підприємців – фінансово-промислові групи, холдинги, прості товариства та інші об'єднання без утворення юридичної особи. Підприємець – це особа, яка здійснює підприємницьку діяльність в установленому порядку на професійній основі. Для того щоб той чи інший учасник економічних відносин був визнаний підприємцем, він повинен відповідати певним ознаками: 1) мати відокремлене майно (необхідне для здійснення підприємницької діяльності); 2) володіти господарською компетенцією; 3) бути зареєстрованим в установленому порядку; 4) нести самотійну майнову відповідальність.

Мале підприємництво є органічним структурним елементом економіки. Цей сектор економіки історично і логічно відіграв роль необхідної передумови створення ринкового середовища. Воно було первинною вихідною формою ринкового господарювання у вигляді дрібнотоварного виробництва. Історично мале підприємництво являло собою самотійну господарську діяльність, що зорієнтована на локальний ринок товарів та послуг. Його капітал був обмеженим, власник і підприємець – одна особа. Такі підприємства були незалежні від великого капіталу, платили

податки, не потребували підтримки з боку держави та не кооперувалися між собою. Це – класичне мале та середнє підприємництво, із якого по мірі поглиблення поділу праці, нагромадження капіталу і зростання доступності транспортних послуг зросли великі фірми.

Економічний розвиток кожної країни передбачає формування різних пластів бізнесу, у тому числі й малого бізнесу, який передбачає невеликі обсяги діяльності, але, при цьому, спроможний забезпечувати певну частину потреб суспільства. Малий бізнес є складовою економічної системи країни і його розвиток відповідним чином впливає на цінову політику окремих видів товарів, робіт, послуг, створення їх асортименту, а також формування робочих місць. Але, вітчизняна законодавча база не містить на сьогоднішній день трактування такої економічної категорії як «малий бізнес» та «мале підприємництво». Крім того, є відмінності у характеристиці суб'єктів малого бізнесу у різних законодавчих та нормативно-правових актах.

В економічній літературі з питань характеристики малих підприємств частіше зустрічаються такі терміни як «малий бізнес» та «мале підприємництво». В більшості випадків ці дві категорії ототожнюють. Зокрема, «бізнес» є англomовним словом (англ. *business* – справа, діло) – підприємницька, комерційна чи будь-яка інша діяльність, що не може суперечити закону і спрямована на отримання прибутку. Бізнес (також відомий як підприємство або фірма) є організацією, що бере участь в торгівлі товарами чи послугами споживачам. У свою чергу підприємництво – це самостійна, ініціативна, систематична, на власний ризик господарська діяльність із метою досягнення економічних та соціальних результатів та одержання прибутку. Дійсно, на перший погляд ці поняття, «бізнес» і «підприємництво», є тотожними, але науковці доводять, що бізнес – поняття більш широке, ніж підприємницька діяльність, оскільки до бізнесу відноситься здійснення будь-яких одноразових комерційних угод в будь-якій сфері діяльності, які направлені на одержання доходу. В табл. 1 узагальнено підходи науковців до трактування терміну «малий бізнес».

Трактування терміну «малий бізнес» в науковій літературі

№ з/п	Науковець	Трактування
1	Варналій З.С. [1, с. 73]	Діяльність будь-яких малих підприємств та окремих громадян (фізичних осіб) з метою отримання прибутку. Практично, це будь-яка діяльність зазначених суб'єктів господарювання, спрямована на реалізацію власного економічного інтересу, яка не обов'язково має бути особливо ризиковою та інноваційною діяльністю на засадах нової економічної відповідальності
2	Мохненко А.С. [2, с. 34]	Сукупність особливих соціально-виробничих відносин щодо отримання прибутку в межах розвитку регіональної економіки
3	Райзберг Б.А. [3, с. 241]	Бізнес, здійснюваний у малих формах, що спирається на підприємницьку діяльність приватних підприємців, невеликих фірм, малих підприємств. Малий бізнес характерний для деяких видів і форм виробництва, торгівлі, сфери послуг
4	Слав'юк Р.А. [4, с. 411]	Самостійна, систематична господарська діяльність малих підприємств будь-якої форми власності та громадян-підприємців (фізичних осіб), яка здійснюється на власний ризик з метою отримання прибутку

Джерело: узагальнено за інформацією [1; 2; 3; 4]

Отже, *малий бізнес* (англ. *small business*) – це підприємницька діяльність, сформована на власний ризик, що не суперечить чинному законодавству, створює невелику кількість робочих місць. Мета створення малого бізнесу – це отримання прибутку та/або самореалізація. Для малого бізнесу характерні відносно невеликі розміри, обмежена кількість людей, обмежений обіг капіталу, локальний район операцій та конкретний напрям роботи. Щодо терміну «мале підприємництво», то його тлумачення майже відсутнє в економічній літературі. Переважно використовується термін «малий бізнес».

Законом України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» виділено критерії віднесення підприємств (крім бюджетних установ) до мікропідприємств, малих, середніх та

великих [5]. Для визначення розміру підприємства необхідна його відповідність щонайменше двом із трьох таких критеріїв: 1) балансова вартість активів; 2) чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг); 3) середня кількість працівників на рік. Основні відмінності в класифікації підприємств в залежності від їх розміру наведено в табл. 2.

Таблиця 2

**Класифікація підприємств (крім бюджетних установ)
за їх розміром для цілей бухгалтерського обліку
та складання звітності**

Суб'єкти підприємництва (за розміром)	Критерії визнання відповідно до Закону України «Про внесення змін до Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» щодо вдосконалення деяких положень» від 05.10.2017 р., № 2164-VIII		
	Середня кількість працівників за рік	Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	Балансова вартість активів
Мікро-підприємство	до 10 осіб	до 700 тис. євро	до 350 тис. євро
Мале підприємство	від 10 до 50 осіб	від 700 тис. євро до 8 млн. євро	від 350 тис. євро до 4 млн. євро
Середнє підприємство	від 50 до 250 осіб	від 8 млн. євро до 40 млн. євро	від 4 млн. євро до 20 млн. євро
Велике підприємство	більше 250 осіб	більше 40 млн. євро	більше 20 млн. євро

Джерело: узагальнено за інформацією [5]

Отже, *малі підприємства* – це не якийсь конкретний тип підприємств, а частина наявних, виділена тільки за критерієм їхнього розміру й наділена додатковими правами та пільгами. Це досить поширена й ефективна форма господарювання. Вони мають багато таких рис, які не можуть бути притаманні великим підприємствам. Саме мале підприємництво здатне найоперативніше відреагувати на кон'юнктуру ринку і таким чином надавати економіці необхідної гнучкості. Ця властивість малого

бізнесу набуває особливого значення в сучасних умовах, коли відбувається швидка індивідуалізація і диференціація споживацького попиту, прискорення науково-технічного прогресу, розширення номенклатури товарів і послуг. Проста організаційна структура, невелика чисельність працюючих, швидке прийняття рішень сприяє гнучкості виробництва малих підприємств. Вони здатні в короткі терміни змінювати і розширювати номенклатуру товарів та послуг, займати сектори в усіх сферах економіки, а це означає, що вони швидко можуть перетворити країну, покращити життя людей.

Роль малого бізнесу полягає в тому, що він:

- 1) визначає темпи економічного розвитку, структурну та якісну характеристику внутрішнього валового продукту, ступінь демократизації суспільства;
- 2) здійснює структурну перебудову економіки;
- 3) характеризується швидкою окупністю затрат, свободою ринкового досвіду, високою мобільністю;
- 4) формує соціальний прошарок підприємців-власників, тобто основу середнього класу;
- 5) забезпечує насичення ринку товарами та послугами, реалізацію інновацій, додаткові робочі місця;
- 6) сприяє послабленню монополізму, розвитку конкуренції.

Істотно впливає малий бізнес на формування конкурентного середовища, що для нашої високомонополізованої економіки має першочергове значення. Мале підприємництво антимонопольне за своєю природою. Це проявляється в різних аспектах його функціонування. З одного боку, в силу чисельності функціонуючих господарств і їхньої високої динаміки, меншою мірою піддається монополізації, ніж великі підприємства. З іншого боку, суб'єкти малого бізнесу виступають досить відчутним конкурентом, що підриває монопольні позиції великих підприємств. Саме ця якість малого бізнесу, зіграла неабияку роль у послабленні, а часом і в подоланні промислово-розвинутими країнами властивої великому капіталу тенденції до монополізації і затримки технічного прогресу.

Список використаних джерел:

1. Варналій З.С. Мале підприємництво: основи теорії та практики. Київ : Знання, 2011. 277 с.
2. Мохненко А.С. Становлення малого бізнесу регіону та підтримання його розвитку: монографія. Херсон : Айлант, 2013. 112 с.
3. Райзберг Б.А. Курс економіки : учебник. Москва : ИНФРА, 1997. 720 с.
4. Слав'юк Р.А. Фінанси підприємств: підручник. Київ : Знання, 2014. 550 с.
5. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні : Закон України від 16.07.1999 р. № 996-XIV. Дата оновлення 18.09.2018. URL: <https://zakon.rada.gov.ua> (дата звернення 12.01.2021).

СЕКЦІЯ 12. ЕКОНОМІКА І МЕНЕДЖМЕНТ ІННОВАЦІЙ

Аблязова Н. Р.

кандидат економічних наук,

доцент кафедри менеджменту і адміністрування

Східноєвропейський університет імені Рауфа Аблязова

м. Черкаси, Україна

ІНСТРУМЕНТИ УПРАВЛІННЯ КАДРОВОЮ БЕЗПЕКОЮ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Забезпечення безпечної діяльності, наразі, є найважливішою проблемою сучасних підприємств усіх галузей економіки. Поряд із загрозами, що виникають у процесі діяльності підприємств, в умовах економічної кризи яка охопила світову спільноту, вагомого значення набуває – забезпечення економічної безпеки підприємства. Основоположна складова забезпечення економічної безпеки підприємства полягає у стабільності діяльності, конкурентоспроможності та створенні умов перспективного, незалежно від екзогенних та ендогенних чинників впливу [2, с. 83]. Чільне місце у даному процесі належить кадровому забезпеченню підприємства. Адже, наявність достатньої кількості кваліфікованих кадрів забезпечує безперервність процесу виробництва, якість продукції тощо.

Відтак, одним із найважливіших пріоритетів будь-якого підприємства є ефективна кадрова політика, спрямована на створення єдиної професійної команди працівників, які мають необхідний потенціал для реалізації стратегічних цілей підприємства. Успішна реалізація кадрової політики базується на принципах кадрової безпеки – запобіганні негативних впливів ризиків та загроз, пов'язаних із персоналом, на економічну безпеку підприємства.

Кадрова безпека є однією зі складових економічної безпеки (поряд з іншими – фінансовою, силовою, інформаційною, техніко-технологічною, правовою, екологічною тощо), вона присутня в

кожному елементі всього процесу забезпечення економічної безпеки [2, с. 83].

Наразі, існує значна проблема створення ефективної системи забезпечення кадрової безпеки, як основного механізму мобілізації й оптимального управління ресурсами підприємства. Реалізація основних принципів кадрової безпеки підприємства сприяє ефективному використанню його потенціалу та забезпеченню стійкого зростання, протидії негативним впливам внутрішнього та зовнішнього середовища.

Узагальнення поглядів науковців, щодо управління персоналом у напрямі забезпечення кадрової безпеки, дозволило дійти висновку, що на практиці існує значна кількість факторів які характеризують рівень впливу кадрів на економічну безпеку підприємства, зокрема: внутрішні й зовнішні загрози підприємству з боку працівників та середовища; навмисні й ненавмисні дії з боку працівників; корисливі та некорисливі; професійна недбалість тощо.

Відтак, постає питання щодо інструментарію управління в системі кадрової безпеки підприємства. Суб'єктом такого інструментарію є – служба управління персоналом, яка займається дослідженням і регулюванням кадрових ризиків, тобто виявляє, контролює, ліквідує та здійснює постійний моніторинг потенційних загроз із боку персоналу підприємства [1].

Зазначена служба, за своїм функціональним призначенням, розглядає кожного співробітниками, як потенційну загрозу кадровій безпеці підприємства.

Відтак, до основних принципів роботи служби з управління персоналом належить: підбір досвідчених і надійних працівників; контроль за надійністю персоналу; своєчасне виявлення та усунення негативних настроїв у колективі тощо.

Тому, з метою забезпечення результативності реалізації механізму кадрової безпеки доцільно: поєднувати інвестиції в персонал, як морального, так і матеріального походження; створити сучасні та конкурентні умови праці та кар'єрного росту; розробити алгоритм кадрового стратегічного планування персоналу. У свою чергу, забезпечення кадрової безпеки може

гарантувати стабільну та найвищу ефективність функціонування підприємства та високий потенціал розвитку в майбутньому [3].

Отже, реалізація основних принципів кадрової безпеки має розпочинатись на етапі винаймання працівників. На даному етапі керівництво підприємства разом із відповідною службою повинно оцінити профпридатність претендента та визначити можливі результати його роботи у майбутньому. Для прийнятого працівника необхідно створити сприятливі умови праці та відносини з керівництвом. З метою запобігання можливих загроз з боку найманого працівника, керівництвом та відповідними службами має здійснюватись постійний контроль щодо дотримання умов праці та норм внутрішнього розпорядку.

Дотримання наведеної послідовності дозволить здійснювати контроль за персоналом, формувати його оптимальну структуру та уникати певних кадрових загроз, що матимуть негативний вплив на діяльність підприємства.

Список використаних джерел:

1. Безопасник [Електронний ресурс]. URL: <http://www.bezopasnik.org/article/60.htm> – Управління безпекою підприємства в умовах ринкової економіки.
2. Кривицька Н.Ю., Мізик В.В. Процес забезпечення кадрової безпеки в системі економічної безпеки підприємства. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: економіка і менеджмент*. 2019. Вип. 40. С 82–87.
3. Реверчук Н.Й. Управління економічною безпекою підприємницьких структур. Львів : ЛБІ НБУ, 2004. 195 с.

Багорка М. О.

доктор економічних наук,

професор кафедри маркетингу

Дніпровський державний аграрно-економічний університет

м. Дніпро, Україна

ЕКОЛОГІЧНО СПРЯМОВАНІ ІННОВАЦІЇ В ДІЯЛЬНОСТІ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Вибраний сучасною Україною напрям інтеграції до Євросоюзу передбачає наближення національної економічної системи до систем країн ЄС. Це ставить країну перед необхідністю застосування такої моделі розвитку, яка прийнята ЄС за основну – моделі інноваційного розвитку. Україна має багаті природні ресурси, сприятливий клімат та великий творчий потенціал у виробництві сільськогосподарської продукції та продуктів харчування. Сільське господарство є провідною галуззю національної економіки, забезпечує продовольчу безпеку країни й сільськогосподарську сировину для промисловості.

Україна є одним із світових лідерів за обсягом експорту продукції сільського господарства, але цим досягненням ми зобов'язані перш за все чорноземам, сукупна площа яких порівняна з територією Великобританії. За збором врожаю з одного гектара наші виробники поступаються розвиненим країнам, земля використовується нераціонально, і чорнозем деградує через втрату родючого шару, ерозії та забруднення.

Загострення екологічної кризи і створило ряд проблем екологічного характеру, які ставлять під сумнів правильність сучасної системи господарювання. Сьогодні відбувається процес переосмислення ролі економічних та екологічних пріоритетів і очевидна перевага надається екологічно безпечному інноваційному розвитку аграрного виробництва. Ми також вважаємо, що основою інновацій в аграрному виробництві є має стати інноваційна модель функціонування аграрних підприємств, в основі якої лежить виробництво органічної продукції та запровадження екологічно безпечних технологій вирощування сільськогосподарських культур.

В аграрному виробництві інноваційні технології являють собою економічні моделі, що на основі використання елементів біоло-

гічного землеробства та оптимізації виробничих процесів дозволяють досягнути високого ступеня керованості, прогнозованості та ефективності. На відміну від традиційних технологій, інноваційні технології виробництва продукції рослинництва базуються на використанні енерго- і ресурсозберігаючих систем землеробства [1, с. 374].

Крім того інноваційні технології в агровиробництві передбачають створення інноваційного продукту, яке вимагає від вітчизняних товаровиробників раціональне використання природно-ресурсного потенціалу з метою мінімізації витрат на одиницю продукції.

Інноваційний підхід дає змогу підвищити ефективність та конкурентоспроможність аграрних підприємств, зміцнити позиції аграрних товарів на міжнародному ринку, підсилити економічний потенціал держави та рівень її національної безпеки [2, с. 5].

На нашу думку, основним інноваційним напрямом в аграрному виробництві є екологізація діяльності аграрних підприємств, яка базується на раціональному використанні природно-ресурсного і виробничого потенціалу та дозволяє за допомогою розширеного відтворення не тільки підвищити ефективність та екологічну безпечність продукції, а і надати потужні можливості сталого розвитку аграрним підприємствам в умовах нестабільного економічного середовища.

Ми переконані, що екологізація виробництва розглядається як певний процес дій, заходів, за допомогою яких відбувається управління природокористуванням, і спрямоване на покращення якості довкілля; а також є складовою інноваційної діяльності, яка спрямована на покращення якості (безпеки) життя людей.

Процес екологізації аграрного виробництва, передбачає встановлення цілей, завдань та механізмів, спрямованих на підвищення його ефективності. Для реалізації цілей та вирішення поставлених завдань слід розробити дієвий інструментарій, основу якого має становити цілеспрямована державна політика, яка ґрунтується на відповідній нормативно-правовій основі та передбачає розроблення екологічно спрямованих державних, галузевих і регіональних програм [3, с. 99].

Важливо звернути увагу на складові механізми, які сприяють процесу екологізації аграрного виробництва (рис. 1).

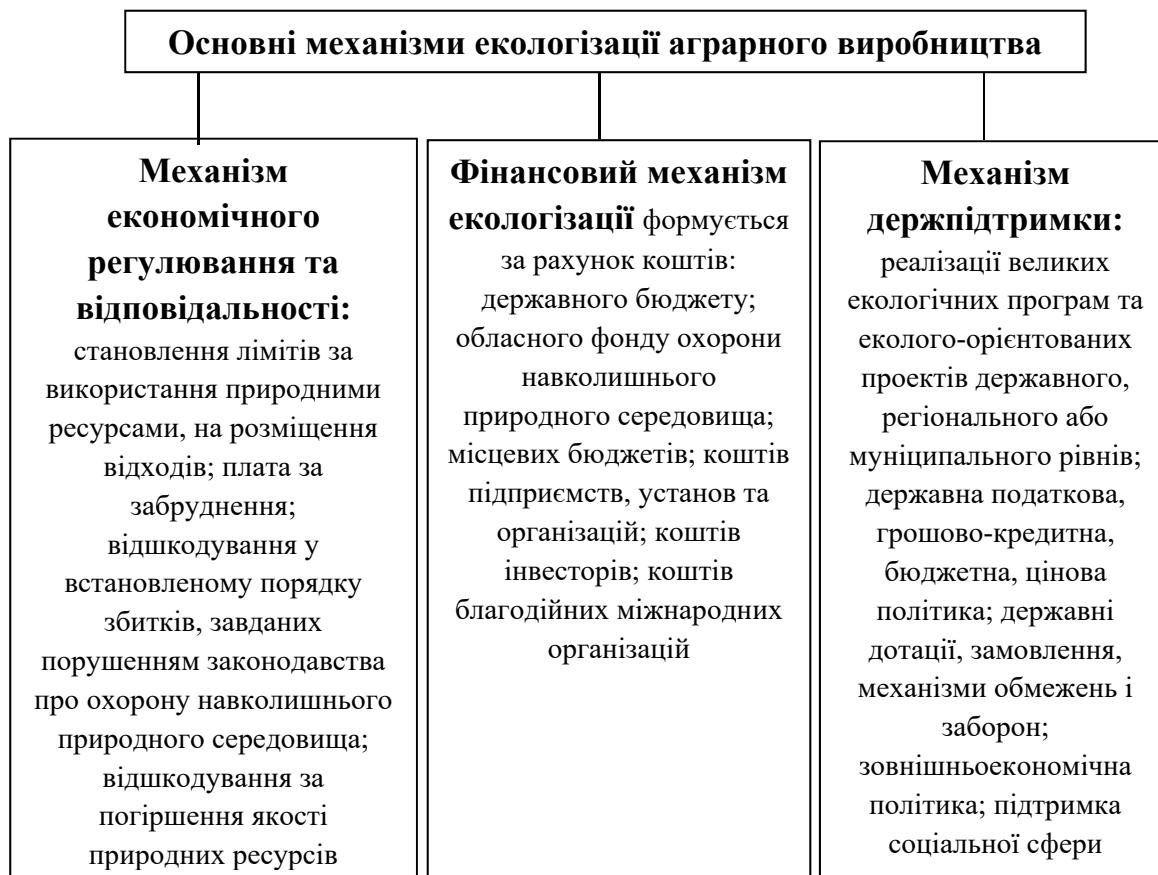


Рис. 1. Основні механізми екологізації аграрного виробництва

Джерело: узагальнено автором

У системі економічного механізму досягнення високого рівня конкурентоспроможності на інноваційній основі здійснюється через використання відповідних методів: організаційних, економічних, техніко-технологічних, адміністративних.

Дієві механізми регулювання та стимулювання екологізації мають бути впровадженні як на державному рівні, так і на рівні підприємства. Це дозволить стабілізувати екологічну ситуацію через зміну орієнтації соціально-економічного розвитку, формування нових цінностей, перегляду структури потреб, цілей, пріоритетів і способів діяльності людини.

Необхідність у екологізації аграрного виробництва не викликає сумніву та потребує негайного пошуку шляхів переходу аграрних підприємств на екологічно орієнтовані методи господарювання.

Екологічно орієнтована перебудова виробничої діяльності аграрних підприємств включає:

- раціональне використання земельних ресурсів, що супроводжується збереженням і підвищенням родючості ґрунту;
- забезпечення оптимального рівня розораності земельних угідь, що унеможливить розвиток водної і вітрової ерозії ґрунту;
- удосконалення галузевої структури органічних господарств за критерієм імплементації стратегії екологізації виробництва, що передбачає збільшення площ посіву зернових та кормових культур за рахунок технічних у галузі рослинництва, та поголів'я великої рогатої худоби – у галузі тваринництва;
- дотримання вимог недопущення перевищення гранично допустимих норм забруднення виробництва продукції, забезпечення її екологічності;
- дотримання встановлених правил щодо транспортування, складування і внесення мінеральних добрив, засобів захисту рослин і тварин,
- недопущення забруднення хімічними засобами навколишнього середовища і продуктів харчування;
- дотримання екологічних вимог при проектуванні, будівництві, реконструкції і введенні в дію нових будівель та споруд, меліоративних систем тощо.

Для ефективного екологічно орієнтованого господарювання аграрних підприємств стратегічний підхід повинен поєднуватися з системою менеджменту навколишнього середовища. При цьому важливо зауважити, що якщо для загальноприйнятої стратегії достатньо традиційної системи менеджменту навколишнього середовища, орієнтованої на виконання вимог держави, то для досягнення конкурентної переваги на світовому ринку необхідно перебудовувати існуючу систему господарювання за вимогами міжнародних стандартів.

Список використаних джерел:

1. Камінська М.Б. Формування мотиваційної моделі екологобезпечного розвитку сільськогосподарських підприємств. *Вісник Житомирського національного агроекологічного університету*. 2012. № 1(2). С. 373–380.

2. Мінькова О.Г. Шляхи та способи переходу від традиційного аграрного виробництва до органічного. *Вісник Уманського національного університету садівництва*. 2016. № 1.С. 3–10.
3. Синякевич І.М. Екологізація розвитку: суть, об'єктивна необхідність, принципи, інструменти, перспективи для України. *Науковий вісник ЛНЛУ*. 2005. Вип. 15.6. С. 98–102.

Величко Д. В.

студент

Національний технічний університет України

«Київський політехнічний інститут»

м. Київ, Україна

ПЕРСПЕКТИВИ СТАНДАРТУ ISO 37001:2016 В УКРАЇНІ

Системи сертифікації почали активно з'являтися в кінці минулого століття, спеціалізуючись на певних видах продукції. Сьогодні міжнародні стандарти якості охоплюють практично весь перелік продукції, виробленої в світі. З урахуванням постійно мінливій ситуації на ринку, появою і освоєнням нових технологій регулярно змінюються стандарти якості та безпеки. Міжнародні системи сертифікації та сертифікаційні організації покликані забезпечити постійний контроль продукції на світових ринках, високий рівень її якості, безпеку роботи підприємств-виробників, мінімальний збиток навколишньому середовищу та здоров'ю громадян.

Хоча кількість стандартів, існуючих в світі, велике, організацій, що спеціалізуються на питаннях міжнародної сертифікації, не дуже багато. Головною з них є Міжнародна організація по стандартизації (ISO або ICO). Фахівці ICO самостійно або спільно з іншими сертифікаційними організаціями займаються розробкою стандартів і методів дослідження (сертифікації) продукції.

У сучасному світі корупція має місце в будь-якому суспільстві, будь-якій державі. Практично немає країн, які могли б заявити про її повній відсутності. Більш того, специфікою сучасного етапу її стану є яскраво виражений міжнародний характер. Це визначається

цілою низкою чинників, найважливішими з яких є глобалізація, яка визначає економічну прозорість національних кордонів, вільне переміщення капіталів, товарів робочої сили і т.д., а також криміналізація національних економік.

Україна за індексом корупції Transparency International є найбільш корумпованою країною Європи і займає 130 місце серед 176. Згідно з дослідженням Київського міжнародного інституту соціології (КМІС), самі українці вважають, що корупція входить в Топ-3 проблем в країні [1].

За оцінками Світового банку, щороку платять хабарі на понад 1 трлн. дол США, що має катастрофічні наслідки, такі як руйнування політичної стабільності, збільшення вартості бізнесу та сприяння бідності. На глобальному рівні це є суттєвим бар'єром для міжнародної торгівлі, тоді як всередині організації це вкрай негативно впливає на моральний стан працівників.

Прозорість та довіра є фундаментом довіри до будь-якої організації. Ніщо не підриває ефективні інституції та справедливий бізнес, як підкуп, саме тому існує ISO 37001.

Це Міжнародний стандарт, який дозволяє організаціям усіх типів запобігати, виявляти та вирішувати питання хабарництва, приймаючи антикорупційну політику, призначаючи особу для нагляду за дотриманням закону про хабарництво, навчання, оцінку ризиків та належну перевірку проектів та ділових партнерів, впровадження фінансових та комерційний контроль, а також запровадження процедур звітування та розслідування.

Забезпечуючи загальновизнаний спосіб боротьби з деструктивною злочинною діяльністю, яка щороку перетворює на трильйон доларів брудних грошей, ISO 37001 вирішує одне з найбільш руйнівних і складних питань у світі та демонструє відданий підхід до подолання корупції.

Методи і засоби по боротьбі з корупцією, описані в стандарті, включають в себе:

- прийняття політики по боротьбі з корупцією, що вимагає від вищого керівництва призначення особи для контролю за дотриманням антикорупційних дій;
- забезпечення професійної підготовки персоналу;

- проведення оцінки ризику виникнення корупції та належної обачності щодо проектів і щодо ділових партнерів;
- а також впровадження фінансового та комерційного контролю, звітності та процедур розслідування;
- Стандарт по боротьбі з корупцією;
- ISO 37001 призначений для застосування малими, середніми і великими організаціями в державному, приватному і громадському секторах. Це гнучкий інструмент, який може бути адаптований відповідно до розміру і типом організації і ризиками корупції, з якими вона стикається;
- ISO 37001 призначений для надання допомоги організаціям у впровадженні системи менеджменту, заснованої на передовій міжнародній практиці та юридичним вимогам в боротьбі з корупцією в усіх країнах, в яких організація здійснює свою діяльність [2].

Вживаючи відповідних заходів, спрямованих на сприяння впровадженню ISO 37001, реалізація політики боротьби з корупцією стане набагато простішою. Будь-яка організація, яка хоче пройти сертифікацію на відповідність стандарту ISO 37001, повинна дотримуватися вимог та керівних принципів для реалізації відповідної до них політики. Ця політика повинна відповідати законам про боротьбу з хабарництвом, забороняти підкуп, відповідати вимогам ABMS, зобов'язуватися постійно вдосконалювати ABMS, документуватись та повідомляти в організації. Якщо організація впровадить необхідні заходи ISO 37001 згідно з керівництвом, буде простіше ефективно управляти ризиками підкупу, запобігати ризикам підкупу та виявляти потенційні ризики підкупу.

Список використаних джерел:

1. Коррупция в Украине и мире. Какие от нее потери и получается ли с ней бороться. URL: <https://nv.ua/ukraine/events/korruptsija-v-ukraine-i-mire-kotorye-ot-nee-poteri-i-vykhodit-s-nej-borotsja-2512435.html>.
2. ISO 37001 – надежный помощник по борьбе с коррупцией. URL: <https://intercert.com.ua/articles/posts/510-iso-37001-assistant-to-fight-with-corruption>.

Дем'янчук М. А.

*кандидат економічних наук, доцент кафедри фінансів,
банківської справи та страхування*

Дроздина А. А.

*здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
Одеський національний університет імені І.І. Мечникова
м. Одеса, Україна*

ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ СТРАХОВИХ КОМПАНІЙ

В сучасних умовах реальності ринок страхування знаходиться під значним вплив технологічних інновацій, які приводять до якісних змін страхової діяльності компаній та від яких залежить стабілізація підприємницької діяльності і економіки України, що обрала цифровий вектор розвитку. Світовий досвід показує, що добре налагоджений страховий ринок активно сприяє розвитку бізнесу та вирішенню соціальних проблем. Важливою є роль страхування щодо стимулювання розвитку ринкових відносин, ділової активності та поліпшення інвестиційного клімату в країні. Страхові компанії зі інноваційно-технологічним розвитком, що використовують у своїй діяльності нові технологічні рішення, які змінюють страхових ринок, здатні забезпечити стабілізацію економіки та економічне зростання, створюючи значні фінансові ресурси, додаткові робочі місця через зниження наслідків ризиків.

Враховуючи один із дуже помітних феноменів сучасності – інформатизацію суспільства, відбувається підвищення обсягів інформаційного обміну, порушення основних властивостей якого може стати серйозною небезпекою для користувачів в умовах зростаючого числа загроз і вразливостей як з боку зовнішнього, так і з боку внутрішнього середовища. До числа таких загроз відносяться кіберзлочинність, за якою відбувається повна або часткова втрата корпоративних даних, інтелектуальної власності, конфіденційних даних клієнтів через кібератаки, внаслідок чого виникають загрози від можливого застосування санкцій регулюючих органів, репутаційних втрат до повної втрати бізнесу. Тому питання щодо використання інформаційних технологій для підвищення ефективності управління конкурентоспроможністю

страхових компаній є надзвичайно важливими та потребують додаткової уваги з боку дослідників.

Інформаційні технології впливають на конкурентоспроможність страхових компаній декількома способами. По-перше, інформаційні технології диктують сучасні засади конкуренції за рахунок зміни структури страхового ринку. По-друге, інформаційні технології надають додаткові можливості щодо продуктивності, створюючи конкурентні переваги. По-третє, інформаційні технології здатні генерувати нові види страхового бізнесу на основі існуючих в страхових компаніях процесів та операцій. По-четверте, інформаційні технології мають гнучку інфраструктуру, що сприяє розвитку динамічних взаємопов'язаних організаційних відносин, (IORS), реінжиніринг бізнес-процесів (BPR), диверсифікацію продуктів і послуг та масштабованість.

Цифрова економіка є трансформованою формою ринкової економіки, що має інші базисні параметри, характерні відмінні особливості, базується на властивих тільки їй нових принципах, виконує відмінні додаткові функції та засновано на сучасних закономірностях. Це ґрунтується на тому, що фундаментальними ознаками, які характеризують цифрову економіку є:

- просторова, що визначає глобальний ринок земної кулі в якості єдиного господарства, у якому максимально зберігається симетричність інформації між продавцями та покупцями;
- структурна, що визначає чітко горизонтальні зв'язки між підприємствами та організаціями, які функціонують в Інтернет-мережі, без обтяжливих зв'язків із керівними структурами;
- ресурсна, за якою на ринку продаються/купуються цифрові товари та послуги, що містять у собі інформаційні технології;
- технологічна, що визначає основу комунікацій між продавцями та покупцями цифрових товарів та послуг.

Слід зазначити, що велика кількість страхових компаній використовують Інтернет-мережу не тільки як додатковий канал з реалізації страхових послуг, а й завдяки інформаційним технологіям розвивають сучасні бізнес-процеси, сприяючи оптимізації та підвищенню ефективності діяльності страхових компаній, створюючи тим самим передумови для організації та ефективного функціонування повноцінного бізнесу у віртуальному середовищі.

Також страхові компанії завдяки використанню ERP-систем та CRM-систем можуть підвищувати технологічність бізнес-процесів через їхню автоматизацію та оптимізацію процесів комунікацій із клієнтами. Використання Інтернет-мережі в якості конкурентоспроможного каналу продажу (системи онлайн-страхування), запровадження аналітичних рішень щодо управління ризиками, активами, продажами вимагають від страхових організацій поєднання першості, керування, освіченості і наявності технологій для розбудови високоефективного онлайн-бізнесу.

Тому, на нашу думку, для підвищення конкурентоспроможності страхових компаній доцільно запроваджувати у їхню діяльність реально-віртуальну цифрову маркетингову концепцію як певну філософію бізнесу, що орієнтована на повне або часткове функціонування страхової компанії в Інтернет-мережі із імплементацією специфічних для віртуальної середовища маркетингових стратегій, відповідних засобів і методів ведення бізнесу з метою надання якісних і кількісних цінностей клієнтам на певному цільовому сегменті. Для реалізації такої концепції, в першу чергу, необхідно дослідження віртуального макромаркетингового середовища страхової компанії, що дозволяє провести конкурентну розвідку та інтерактивні маркетингові дослідження, використовуючи необмежені інформаційні ресурси. Наступним етапом є визначення реально-віртуальної цифрової маркетингової стратегії, що враховує мережеву готовність страхової компанії та спроможність максимального використання відповідних інструментів реалізації такої стратегії. Це вимагає переходу до третього етапу – створення трансформаційної комплексної системи політики поводження на цифровому страховому ринку, що враховує товарну, цінову, збутову та комунікаційну політики. Заклучним та водночас постійним етапом зазначеної концепції виступає контроль за діяльністю страхової компанії на цифровому страховому ринку на основі веб-аналітики за показниками економічної та комунікаційної діяльності, проведення маркетингового аудиту з використанням бенчмаркінгу та порівняння отриманих результатів із показниками функціонування страхової компанії у реальності.

Головною метою реалізації реально-віртуальної цифрової маркетингової концепції страхової компанії має бути прибутковість на основі:

- завоювання довіри клієнтів, які дедалі більше потребують більшої відповідальності за своє цифрове життя через шахрайство за допомогою використання даних Blockchain, соціальних мереж, телематики, чат-ботів, інструментів конфігурації з низьким кодом (low-code);

- застосування у своїй діяльності штучного інтелекту із постійною безперешкодною взаємодією із персоналом, що посилить їхні найліпші якості, а також використання машинного навчання для обробки даних;

- розширення охоплення відповідальності страхувальників за допомогою робототехніки та безпілотних дронів у неконтрольованих середовищах та відкритому світі;

- використання прогностичної аналітики для ціноутворення та виявлення ризиків, сортування вимог, виявлення претензій, визначення тенденцій;

- застосування страхових пакетів щодо інтернету речей дозволило б використовувати дані з пристроїв IoT з погодженням клієнтів з метою зниження ставок та ризиків, а також запобігання збиткам;

- впровадження новітніх страхових технологій Insurtech для зниження затрат клієнтів та страхових компаній, підвищення операційної ефективності та якості обслуговування в цілому.

Отже, процеси цифрової трансформації на засадах розвитку інформаційних технологій страхових компаній сприяють підвищенню конкурентоспроможності через:

- зростання ефективності та рентабельності страхової діяльності шляхом розвитку внутрішнього ринку на базі конвергенції взаємного та комерційного страхування;

- економію часу при здійсненні операцій з обслуговування клієнтів і реалізації страхових продуктів та послуг, а також витрат, пов'язаних із всіма видами діяльності страхових компаній;

- розробку та впровадження нових цифрових страхових продуктів та послуг за допомогою соціалізації страхових відносин;

– реалізацію конкурентних переваг за допомогою інноваційних бізнес-моделей, продуктів та послуг, забезпечуваних інноваційними страховими технологіями.

Таким чином, обґрунтовано ефективність застосування інформаційних технологій для підвищення конкурентоспроможності страхових компаній. Так, основними складовими етапами реально-віртуальної цифрової маркетингової концепції є дослідження віртуального макромаркетингового середовища страхової компанії, визначення реально-віртуальної цифрової маркетингової стратегії, створення трансформаційної комплексної системи політики поводження на цифровому страховому ринку та контроль за діяльністю страхової компанії на ньому. Закономірності розвитку цифрової економіки і реалії практичної діяльності страхових компаній зумовили необхідність подальшого розвитку економічних теорій і сформувавши потребу у створенні реально-віртуальної цифрової маркетингової концепції ведення бізнесу, яка має базуватись на теорії інноваційно-технологічного розвитку економіки з використанням наступних наукових підходів: концепції дифузії інновацій, теорії «центр-периферія» і визначення типології користувачів за ознакою відношення до інновацій та пошуку інформації в Інтернеті. За допомогою застосування інформаційних та цифрових технологій, штучного інтелекту, розширеної та додаткової реальності, квантовим обчисленням страхові компанії здатні підвищити свою конкурентоспроможність.

Литвишко Л. О.

*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту*

*Національний транспортний університет
м. Київ, Україна*

Компанець К. А.

*кандидат економічних наук,
доцент кафедри готельно-ресторанного бізнесу*

*Київський національний торговельно-економічний університет
м. Київ, Україна*

Артемчук В. О.

старший викладач кафедри менеджменту

*Національний транспортний університет
м. Київ, Україна*

АКТУАЛІЗАЦІЯ ПІДХОДІВ ТА МЕТОДІВ ОРГАНІЗАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ

В умовах глобалізації, розвитку інформаційних технологій, диверсифікації робочої сили, управління організаціями вимагає від менеджерів різних рівнів використання нових методів організаційного розвитку, нової системи мислення.

Успішна діяльність сучасних організацій визначається різними факторами: створення згуртованого колективу, корпоративна культура, модифікація організаційної поведінки, організаційний розвиток і поведінкові аспекти прийняття рішень. Вважаємо, одним із важливих критеріїв успішної організації є персонал. Вирішенню цих питань присвячено багато наукових праць. Віддаючи належне існуючим науковим розробкам питання управління персоналом, командної діяльності, організаційного розвитку та пошуку способів підвищення ефективності й продуктивності праці потребують подальших досліджень. Тому, проаналізовано наукові підходи та методи менеджменту, що дає змогу зрозуміти загальні організаційні процеси та їх розвиток.

Одним із перших, хто розробив нові форми управління, вважають Деніела Крей Маккалума. Він вважав, що для ефективного управління необхідна сувора дисципліна, конкретні інструкції, часті звіти про виконувані роботи, ієрархія влади,

відповідальність і підзвітність у всій організації. Але ці принципи не брали до уваги людський чинник.

Найвідомішим послідовником Д. Маккаллума був Генрі Варнум Пурр. Він пов'язував успіх управління з добровільним підпорядкуванням, чіткою бюрократією та усвідомленням робітниками своїх обов'язків.

З часом традиційні підходи менеджменту до організації праці та організаційного розвитку потребують змін. І багато зусиль в розвиток наукового менеджменту вніс Фредерік Уїнслоу Тейлор. Головним результатом його здобутків, було поліпшення управління промисловим підприємством. Воно передбачало удосконалення процесу планування та контролю діяльності, систематичне стимулювання з метою зацікавити працівників у збільшенні продуктивності праці та обсягів виробництва.

До вчених, які продовжили, вдосконалили й розвинули теорію наукового менеджменту належать Г. Гантт, Г. Емерсон, сімейне подружжя Гілбретів, К. Боулдінг, Л. Берталанфі, П. Друкер та інші. Вони досліджували роботу окремих працівників в організації.

Прогресивний погляд Генрі Форда щодо організації праці сконцентрований на тому, що успіх будь-якої організації залежить від людей.

Значний внесок в адміністративний менеджмент здійснили Анрі Файоль, Джеймс Муні, Ліндел Урвік, Макс Вебер.

Анрі Файоль дотримувався раціоналістичних поглядів і об'єктом його інтересів було управління організацією в цілому, а не окремими напрямками її діяльності. Значно поглибив обґрунтування класичної концепції, принципів і функцій менеджменту, які й на сьогодні не втратили своєї актуальності.

Веберівський підхід до організаційного розвитку сконцентрований більше на правилах, ніж на людях, а бюрократія мала забезпечити ефективність, прибутковість і подальший організаційний прогрес.

Недостатній ступінь урахування людського чинника, як основного елементу ефективності організації, викликав критику класичного підходу. Тому, з часом назріла необхідність нових форм управління, що характеризуються більш вираженим соціологічним і психологічним ухилом. Такі методи полягали в усуненні

деперсоналізованих відносин на виробництві та розвитку співробітництва між робітниками та підприємцями. Це зумовило розвиток нового напрямку – рух за людські стосунки. Акцентувалась увага на відносинах між людьми в колективі, аналізувалось значення психологічної діяльності індивіда. Слоган напрямку: «Людина – головний об'єкт уваги управління».

Зокрема, вчені Мері Паркер Фоллетт і Елтон Мейо, Честер Бернард, Гюго Мюнстерберг та інші вчені досліджували питання застосування психологічних методів у колективі, формування згуртованого колективу, створення в ньому сприятливого мікроклімату, допомога підлеглим у повсякденних справах тощо.

Водночас школа людських стосунків робила основний наголос на колективі, який представляв собою «безособистісну масу», а цього в умовах подальшого ускладнення та індивідуалізації виробничої діяльності було замало. Тому з 1930 року додатково почали формуватись і розвиватись концепції поведінки (біхевіоризму). Поєднання цих двох концепцій, в той час, не були єдиним цілим і не були спрямовані на відкриття та розвиток індивідуальних можливостей кожного працівника для служіння інтересам організації.

Аналіз впливу потреб на індивідуальну та групову поведінку – важливий та необхідний етап вивчення проблеми активізації людського фактору, і як наслідок розроблення соціологічного підходу до повсякденної практики виробничого керівництва та дослідження проблем морально-психологічного стимулювання.

Таким чином, головна мета біхевіоризму – це усвідомлення працівниками організації своїх можливостей, розкриття їх творчого потенціалу і здатність підвищити ефективність організації за рахунок ефективності її людських ресурсів.

Більше ніж півстоліття тому, відомий американський професор університету Вісконсін Дональд Кіркпатрик запропонував концептуальний підхід для подолання проблем, які пов'язані з традиційними способами змін в управлінні організаціями. В основу якого покладено такі прийоми, як: емпатія – вміння розуміти почуття та реакції тих, кого безпосередньо торкаються певні зміни; комунікації, адже важливо повідомляти про зміни; безпосереднє залучення працівників до змін в організації.

З часом Кріс Аржирис і Дональд Шон сформували концепцію «подвійної петлі» – навчання вмінню вчитися на рівні організації, групи, індивідуума. Так зване організаційне навчання, яке передбачало пристосування організації до мінливих умов і проблемних ситуацій навколишнього середовища за допомогою отримання і переробки інформації, необхідної для вироблення і прийняття оптимальних рішень. Цей рівень вимагає зміни політики організації і організаційних норм.

Отже, підхід орієнтований на людську поведінку та людські відносини – це те, що складає сутність організаційної поведінки та організаційного розвитку.

Сучасний підхід щодо організаційного розвитку та управління змінами полягає в наступному: організаційний розвиток являє собою планомірні зміни; організаційний розвиток є системним процесом; організаційний розвиток передбачає удосконалення всієї організації в короткостроковому та довгостроковому періоді; організаційний розвиток направлений на вирішення проблем організації; організаційний розвиток сконцентрований на людських і соціальних взаємовідносинах.

Таким чином, використання нових методів організаційного розвитку сприяють зростанню якості та ефективності прийнятих рішень, адаптації до майбутніх змін. Такий підхід дає можливість гуманізації та сприяє підвищенню усвідомленості персоналу щодо його участі в управлінні та можливості впливати на розвиток організації.

Олійничук О. І.
*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри кримінального права та процесу
і правоохоронної діяльності;
слухачка магістратури за спеціальністю «Право»
Західноукраїнський національний університет
м. Тернопіль, Україна*

ПАТЕНТУВАННЯ ТА БІЗНЕС-СТРАТЕГІЇ

Провідні менеджери бізнесу різних країн стверджують, що для того, щоб створити сильну конкурентоспроможну компанію, яка має сталий інноваційний розвиток, потрібно вибрати правильну стратегію управління бізнесом. Водночас, як слушно наголошує С.Є. Стогній, одним з важливих елементів управління бізнесом в умовах конкуренції є виконання наступної умови: «Патентуй, або запізнишся». Для цього необхідно розробити стратегію патентування об'єктів інтелектуальної власності та реалізувати її на практиці. Метою патентування завжди було створення стійкого становища готового продукту на обраному сегменті ринку товарів і послуг [5].

На основі узагальнення [3] можна зробити висновок, що якщо винахід не запатентовано, то можливі наступні ситуації:

1) Певний суб'єкт – в більшості країн перша особа або підприємство, яке подає патентну заявку на винахід, – матиме право на цей патент. Тобто якщо винахід не буде запатентований винахідником або правовласник не запатентує винахід своїх працівників, то будь-яка інша особа, яка створила ідентичний або еквівалентний винахід пізніше, зможе це зробити і на законних підставах посісти домінуюче становище на ринку, витіснивши «первинного» винахідника з ринку, обмежити його діяльність у рамках патентного законодавства або вимагати сплати ліцензійних платежів за використання його винаходу.

2) Винахід будуть використовувати конкуренти. Так, якщо певний продукт матиме успіх, то конкуруючі компанії можуть почати виробництво аналогічного продукту, безкоштовно використовуючи винахід. Крупніші підприємства матимуть економічну вигоду через зростання масштабів виробництва при менших

затратах і можуть скласти винахіднику конкуренцію за рахунок нижчих ринкових цін. При цьому навіть малі компанії зможуть виготовляти той же продукт і продавати його по нижчим цінам, оскільки їм не потрібно покривати витрати на наукові дослідження та конструкторські розробки, які здійснював правовласник.

Патенти можуть відігравати ключову роль у перетворенні новаторських ідей та винаходів у конкурентоспроможні товари, суттєво збільшуючи обсяг прибутку. Також підприємства чи винахідники можуть отримувати роялті, надаючи запатентовані винаходи на підставі ліцензій іншим підприємствам для їхньої подальшої комерціалізації, що може забезпечити доходи від винаходу без необхідності вкладення засобів у його подальшу комерціалізацію.

Переваги патентування відображено на рис. 1.

Як відомо, інтелектуальна власність може складатися з патентів, товарних знаків, авторських прав та комерційних таємниць. Але саме патенти в багатьох випадках є найважливішою частиною, особливо у високотехнологічних та біотехнологічних галузях. Оскільки в цих областях відбувається велика кількість операцій, то важливо достовірно оцінити вартість патентного портфеля.

Потужне патентне портфоліо має важливе значення для фандрейзингу, ведення ділових операцій, реалізації стратегії виходу на ринок (наприклад, для стартапів) та укладення угод, зокрема таких, як злиття та поглинання (M&A). Також воно здатне забезпечити впевненість і відносну свободу діяльності для середніх та великих компаній. Для невеликих компаній та стартапів, які розглядають сценарій виходу, аналіз свободи діяльності на основі їхнього патентного портфеля, як правило, є вагомим фактором у загальній оцінці компанії [6].

Водночас варто цілком погодитись із твердженням С.Є. Стогнія, що саме по собі патентування не може бути самоціллю. Важливим є правильне використання отриманого патенту в стратегічних інтересах розвитку бізнесу [5].

У даному контексті слушною є позиція С.О. Пермінової, яка наголошує, що важливою складовою частиною бізнес-плану виробника має стати розроблення патентної стратегії, що

регламентує комплекс заходів і умов для своєчасної реєстрації прав на результати інтелектуальної діяльності. Відсутність такої стратегії може призвести до значних фінансових витрат у разі порушення прав третіх осіб, під час копіювання технологій конкурентами, обмежуючи експорт продукції [4, с. 280].



Рис. 1. Переваги патентування винаходів для підприємства
Джерело: складено автором за [3]

Особливо актуальною є розробка патентної стратегії підприємствами-новаторами, які розробляють інноваційні продукти. Оскільки правова охорона на основі патентів має територіальний характер, а їхнє оформлення та підтримання пов'язане з понесенням значних витрат, тому підприємствам слід чітко визначитися, де їхній продукт матиме комерційний успіх. Як приклад, розглянемо приманку для комарів від українських винахідників (український стартап Mosquito Control Ltd (SEMCS)), яка встановлюється в місцях їхнього проживання і не шкодить навколишньому середовищу. За твердженнями винахідників, пристрій безпечніший за обробку пестицидами і може скоротити витрати на боротьбу з комахами, оскільки за відповідними підрахунками на обробку половини акра пестицидами витрачається 6 тис. доларів, а пастка зі змінними частинами коштує 2137 доларів [1]. Різні види комарів передають різні типи захворювання більше ніж 700 млн. осіб на рік, в Африці, Південній та Центральній Америці, більшій частині Азії, з мільйонами летальних випадків – щонайменше 2 млн. людей щорічно вмирають від цих хвороб, а показник захворюваності в багато разів перевищує офіційно зареєстрований [2]. Відтак очевидно, що з економічної точки зору даний пристрій матиме особливе значення у країнах цих регіонів, а тому тут є доцільність забезпечення правової охорони пристрою шляхом патентування за процедурою РСТ (Договору про патентну кооперацію). Дану розробку винахідники можуть комерціалізувати самостійно, або передати права на підставі ліцензійного договору іншим компаніям та отримувати відповідну винагороду.

Отже, патентування є важливим елементом управління бізнесом, а його стратегія повинна бути обґрунтованою. Залежно від специфіки винаходів при їхньому патентуванні компаніям слід враховувати економічні фактори, правове регулювання, рівень технічного розвитку, природні та кліматичні особливості. Успішна комерціалізація винаходу повинна бути логічним завершенням винахідницького процесу, що забезпечить подальший економіко-технічний розвиток як компанії зокрема, так і галузі чи держави загалом.

Список використаних джерел:

1. Бонус. Приманка для комарів від українських винахідників. URL: <https://nash.live/news/science/najkrashchi-vinakhodi-2019-roku.html>.
2. Комарі. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D0%BE%D0%BC%D0%B0%D1%80%D1%96>.
3. Модуль 1 «Макроэкономическое влияние патентной системы». Курс WIPO DL-301R Патенты (открытый курс). URL: <https://welc.wipo.int>.
4. Пермінова С.О. Патентна стратегія компанії-новатора в контексті подовження інноваційної монополії на ринку. *Інфраструктура ринку*. 2020. Вип. 4. С. 278–283. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2020/40_2020_ukr/51.pdf
5. Стогній Є.С. Патентування, як інструмент управління бізнесом. URL: <https://www.inventa.ua/ua/blog/714-patentuvannia-iak-instrument-upravlinnia-biznesom>.
6. Vakili M. Patent Portfolio Valuations – Importance of IP and Patents. July 12, 2017. URL: <https://www.ipwatchdog.com/2017/07/12/patent-portfolio-valuations/id=85409>.

Фаталов В. В.

аспірант кафедри обліку і оподаткування

Східноукраїнський національний університет

імені Володимира Даля

м. Сєвєродонецьк, Україна

ФОРМУВАННЯ МОДЕЛІ НАЦІОНАЛЬНОЇ СИСТЕМИ ВЕНЧУРНОГО ІНВЕСТУВАННЯ

Щоб сформувати життєздатну систему венчурного інвестування, слід, на наш погляд, орієнтуватися на ряд методологічних правил. По-перше, система повинна створити, найбільш сприятливі умови для безперебійного протікання таких процесів, як венчурне інвестування, інноваційне підприємництво, інвестиційне проектування і ін. По-друге, вона повинна придбати в ході формування ряд обов’язкових властивостей, за якими можна буде судити, створена система чи ні. У числі цих властивостей – самоорганізація, відносна стійкість, пропорційність, здатність відтворювати внутрішні чинники саморозвитку, цілісність, здатність до автономного функціонування та можливість вибудовувати взаємовигідний

зв'язок з економікою в цілому, інформаційність, здатність до еволюційного розвитку в досягненні основних цільових орієнтирів (завдань). По-третє, структурування системи слід починати з виявлення сукупності замкнутих за принципом специфіки виконуваних функцій елементів. По-четверте, сформувати систему можна шляхом об'єднання функціональних елементів через виявлення і оформлення їх залежності один від одного. Використовуючи перераховані методологічні підходи, формування авторської структури почнемо з виділення структурних блоків, які гарантують можливість застосування перерахованих вище факторів і зумовлюють появу основних властивостей системи венчурного інвестування.

1. В якості основного блоку в структурі системи венчурного інвестування в Україні необхідно виділити інноваційно-відтворювальний. У нього слід включити малі інноваційні підприємства, інноваційні корпорації, навчально-науково-інноваційні комплекси вищої школи і окремі університети. До числа базових даних блок ми відносимо сюди через наступні причини:

По-перше, структури даного блоку формують реальний попит на довготривалі ризикові інноваційні інвестиції, без чого поява венчурного капіталу в принципі неможлива.

По-друге, структурні елементи цього блоку найбільшою мірою використовують як фактор розвитку інноваційного підприємницького ресурсу.

По-третє, ці структури формують значну, найбільш перспективну частину національного ринку інновацій.

Включеними в цю систему можна вважати лише ті малі і середні підприємства, які відтворюють або здатні відтворити техніко-технологічні інновації з високим майбутнім ринковим потенціалом. Одним з критеріїв наявності такого потенціалу у тій чи іншій інновації може бути принципова новизна, невизначеність і високі ризики комерційної реалізації створюваного чи створеного нового продукту науково-технологічній діяльності.

За інформацією Української асоціації венчурного та приватного капіталу (UVCA) станом на 2018 рік в Україні діє 31 технологічний фондів, які асоціація ідентифікує як технологічні (17 венчурних фондів, 8 фондів приватних інвестицій,

5 інкубаторів та акселераторів, 1 корпоративний фонд), а також діє мережа бізнес-ангелів UAngels, що налічує 37 членів, які інвестували у 2016 році \$3.5 мільйони доларів США.

2. Рівноцінними з інноваційно-відтворювальними підрозділами в системі венчурного інвестування можна вважати структури, що забезпечують повноцінну пропозицію венчурного капіталу. Така рівнозначність пояснюється низкою теоретико-методологічних обставин. Перш за все, діалектичною єдністю попиту і пропозиції на будь-яких ринках: на ринку венчурних інвестицій попит і пропозиція виступають своєрідними рушійними силами в розвитку системи венчурного інвестування в будь-якій національній економіці. Ці категорії служать барометром, що показує, наскільки пропорційно розвивається венчурна система. Саме співвідношення попиту і пропозиції венчурного капіталу об'єктивно зумовлюють збалансованість у розвитку першого і другого блоків структури системи високоризикового інвестування.

3. Складовою частиною системи венчурного інвестування слід вважати організаційно-інституціональний блок. Ця теза впливає з аналізу найбільш успішно працюючих ринків венчурного капіталу США, Великобританії, Канади, Німеччини. Не маючи можливості докладно викласти результати аналізу всіх форм даного блоку, перелічимо лише основні:

1. Наукові, науково-технологічні парки, бізнес-інкубатори, а також їх асоціації. У створенні оптимальної класичної тріади венчурного інвестування капітал – інноваційні проекти – менеджмент – роль інкубаторів, технопарків і технополісів важко переоцінити.

2. Різноманітні консалтингові фірми по маркетингу наукомісткої продукції; по сертифікації, вимірам і стандартам; по інформаційній підтримці; з навчання; з управління проектами; фінансового планування, захисту і управління інтелектуальною власністю, по патентуванню, по комерціалізації технологій та інших інновацій, з юридичних питань та ін. В венчурну систему є підстави включати лише ті консалтингові фірми, які пов'язані з утворенням та ефективним використанням венчурного капіталу і з появою і використанням інновацій за допомогою венчурних інвестицій.



Рис. 1. Модель національної системи венчурного інвестування

3. Сукупність, центрів, шкіл, курсів, коучинг-центрів і т.п. по підготовці, підвищенню кваліфікації, перепідготовки кадрів для венчурної індустрії.

4. Страхові організації, пов'язані з венчурним бізнесом. Хоча ніде в світі ризики венчурного інвестування не страхуються, проте практично завжди проводиться страхування майнових ризиків інноваційних підприємств – об'єктів венчурного інвестування, ризиків, пов'язаних з життям і здоров'ям топ-менеджерів цих підприємств, страхування відповідальності, страхування інших класичних ризиків. Таке страхування часто є обов'язковою вимогою венчурного капіталіста.

5. Організації, що становлять ринкову інфраструктуру венчурного капіталу. Це біржі, брокерські контори та ін., Тобто в систему венчурного інвестування входить частина ринку венчурного капіталу та частина інфраструктури фондового ринку. Це ті структури, які забезпечують рух венчурного капіталу. Вищевикладений аналіз дозволяє розробити структурно функціональну схему національної системи венчурного інвестування (рис. 1) [2]. Слід зробити кілька коментарів по окремих структурних елементів.

У блок 1 включені науково-технічні організації (НТО), що займаються прикладними дослідженнями і передачею технологій. Остання є ключовою ознакою, за якою та чи інша дослідницька організація може бути віднесена до венчурної системи. У цих установах, як правило, основними видами діяльності є консультації та навчання, дослідження і сертифікація, інформація, технічна підтримка і передача технологій. НТО особливо поширене в Німеччині, Франції, Бельгії, Англії, Італії, Греції та інших країнах.

У блок 3 включені гарантійні фонди, які нерідко в літературі відносять до фінансової інфраструктури. Гарантійні фонди не виділяють кошти для інвестицій в фірми. Вони лише дають гарантії фінансовим інститутам, зменшуючи їх ризики при інвестуванні коштів в інноваційні підприємства. Такі фонди активно створює ЄС. У кожному блоці венчурної системи виділено по 3–4 основні завдання, які одночасно можуть розглядатися і як функції, так як прямо пов'язані з основними функціями венчурного капіталу.

Список використаних джерел:

1. Ключ Ю.І. Корпоративна система управління інноваціями: формування та розвиток. Лисичанськ, 2015. 356 с.
2. Микитюк П.П., Сенів Б.Г. Інноваційна діяльність: навчальний посібник Київ : Центр навч. літ. 2009. 320 с.
3. Гилязутдинова, И.В., Поникарова, А.С., Краснова, А.В. Некоторые аспекты управления структурными сдвигами инновационной деятельности в производственных системах мезоуровня в достижении устойчивости их развития. *Вестник Казанского технологического университета*. 2012. № 5. С. 205–210.
4. Харів П.С. Інноваційна діяльність підприємства та економічна оцінка інноваційних процесів. Тернопіль, 2003. 326 с.

Наукове видання

МОДЕРНІЗАЦІЯ ЕКОНОМІКИ: ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ТА ПРАКТИКА РЕАЛІЗАЦІЇ

*Збірник матеріалів
Міжнародної науково-практичної конференції*

Видано в авторській редакції

Адреса для листування: 69063, м. Запоріжжя, вул. Лермонтова, 17, офіс 32
телефон +38 095 314 96 69
E-mail: office@siee.zp.ua

Підписано до друку 28.01.2021. Формат 60x84/16.
Папір офсетний. Гарнітура Times New Roman. Цифровий друк.
Ум. друк. арк. 9,53. Тираж 100. Замовлення № 0121-113.
Ціна договірна. Віддруковано з готового оригінал-макета.

Надруковано у поліграфічному центрі
Східноукраїнського інституту економіки та управління